

NRF 2026

DATA: 19 a 21 de janeiro de 2026

AMOSTRA: 1258 respondentes

margem de erro: 2,7%

painel digital

18+ | TS | ABCDE | BRASIL

hibou
Pesquisas & Insights

SCORE / RE
SHAPE
AGENCY

DIVISÃO DA BASE

36%

20%

18%

27%

Q1. Como que juros altos e custo de vida elevado têm impactado sua forma de comprar? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Passei a comparar mais preços antes de comprar	45%	46%	50%	42%	42%
Cortei itens que não são essenciais	43%	43%	45%	37%	48%
Reduzi o volume de compras	39%	40%	43%	38%	37%
Troquei marcas por opções mais baratas	35%	35%	33%	33%	38%
Continuo comprando as mesmas marcas, sem grandes mudanças	11%	15%	8%	8%	9%

Q2. Além das compras do dia a dia (mercado), para quais dessas áreas uma parte maior do seu dinheiro tem ido recentemente? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Saúde, medicamentos e suplementos	47%	40%	48%	49%	53%
Concessionárias (luz, água, gás, internet)	43%	38%	47%	46%	45%
Moradia (aluguel, parcelamento)	34%	40%	34%	26%	14%
Parcelamentos em geral (valor já comprometido)	28%	34%	30%	25%	22%
Restaurantes e delivery	22%	25%	27%	19%	16%
Academia, estética e bem-estar	18%	19%	19%	14%	17%
Dívidas (empréstimos)	17%	12%	19%	20%	19%
Impostos ou dívidas públicas	15%	11%	16%	21%	27%
Educação (mensalidades, uniformes)	14%	18%	19%	13%	4%
Viagens e lazer	11%	9%	13%	11%	13%
Investimentos e aplicações financeiras	9%	9%	10%	9%	8%
Apostas e jogos online	3%	3%	5%	2%	2%
Nenhuma das anteriores	4%	1%	5%	3%	8%

Q3. O quanto sua preocupação com saúde/saudabilidade influencia nas suas escolhas em supermercado, farmácia ou na alimentação?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Não influencia nada	3%	1%	3%	4%	5%
Influencia pouco	11%	9%	12%	15%	11%
Influencia moderadamente	42%	54%	41%	34%	32%
Influencia muito	27%	22%	28%	29%	30%
Saúde é um dos meus principais critérios de escolha	17%	13%	17%	18%	23%

Q4. Nos últimos meses, você passou a consumir menos ou a evitar algum destes itens por motivos de saúde ou bem-estar?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Snacks e ultraprocessados	60%	65%	55%	56%	58%
Refrigerantes e bebidas adoçadas	55%	57%	54%	50%	57%
Açúcar e doces	43%	41%	40%	45%	47%
Bebidas alcoólicas	41%	43%	39%	35%	43%
Pães, massas e carboidratos	19%	15%	20%	20%	22%
Nenhum deles	14%	13%	16%	15%	13%

Q5. Em uma compra com problema (precisa de troca, produto com erro, ou com atraso), o que você prefere?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Tentar primeiro no digital, mas poder falar com alguém se preciso	41%	46%	44%	38%	33%
Falar direto com uma pessoa	25%	18%	21%	29%	36%
Resolver tudo sozinho por app, site ou bot	21%	26%	23%	18%	15%
Depende do valor ou importância da compra	13%	10%	12%	15%	16%

Q6. Na maioria das suas compras hoje, o que pesa mais?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Qualidade do produto	29%	28%	30%	32%	27%
Promoções e descontos	28%	26%	28%	28%	32%
Preço mais baixo	19%	12%	23%	21%	23%
Facilidade e conveniência	11%	18%	10%	8%	6%
Atendimento e experiência	7%	10%	4%	6%	3%
Identificação com a marca e seus valores	5%	4%	5%	4%	8%
Quantidade (embalagem)	1%	1%	0%	2%	1%

Q7. Hoje, quando você percebe que uma loja usa inteligência artificial para facilitar sua compra (ex: estoque certo, entrega mais rápida, recomendação prática), isso te faz sentir que a marca é:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Muito eficiente em facilitar a minha vida	13%	19%	13%	11%	7%
Eficiente e prática	36%	37%	38%	37%	34%
Igual às outras	10%	10%	11%	8%	9%
Mais confusa pois não acerta as minhas preferências	12%	10%	12%	14%	11%
Invasiva, ela não devia saber tanto sobre mim	12%	7%	11%	13%	18%
Não se aplica/Não percebo diferença	17%	16%	16%	16%	21%

Q8. Em quais situações você considera o uso de IA mais útil no varejo? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Comparar preços e benefícios	49%	54%	55%	46%	39%
Encontrar produtos disponíveis	40%	44%	48%	35%	31%
Agilizar pagamento e entrega	38%	41%	42%	33%	33%
Mostrar novidades dentro do meu interesse	30%	32%	30%	28%	27%
Resolver problemas pós-compra	14%	13%	18%	15%	13%
Combinar produtos que possuem sinergia	11%	18%	9%	7%	5%
Atendimento automático (chat/voz)	8%	6%	11%	10%	8%
Nenhuma das anteriores	16%	9%	14%	18%	25%

Q9. E pensando na IA como um ajudante de compras, qual papel que você gostaria que uma IA assumisse para você? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Me oferecer sempre o melhor local para compra, sendo meu detetive de boas ofertas	46%	49%	55%	43%	36%
Me oferecer sempre a melhor opção de produto (escolhendo modelo/funcionalidades de produto)	33%	34%	39%	35%	25%
Calcular como distribuir minhas compras do mês em locais diferentes para melhor economia	24%	29%	27%	18%	17%
Nunca me deixar sem assistência ou resposta	19%	16%	23%	16%	21%
Não deixar o meu produto faltar em casa, mesmo se eu esquecer de pedir	10%	9%	13%	10%	8%
Não se aplica/Não usaria um assistente de IA para fazer compras	25%	19%	19%	27%	37%

Q10. Para você, o uso de IA no varejo hoje é:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Algo interessante, mas dispensável	39%	47%	36%	37%	33%
Um diferencial competitivo	24%	24%	34%	23%	18%
Uma expectativa básica	15%	16%	15%	14%	15%
Algo que gera desconfiança	14%	12%	9%	15%	22%
Chato, não soma na minha jornada	7%	1%	5%	11%	13%

Q11. Se uma loja não usar tecnologia ou IA para facilitar sua jornada, isso:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Me faz evitar comprar nela	3%	1%	3%	2%	3%
Pesa negativamente na escolha	7%	9%	7%	6%	4%
Não interfere em nada	72%	78%	74%	73%	62%
Até prefiro lojas menos tecnológicas	19%	12%	16%	19%	31%

Q12. Como você se sente quando marcas usam seus dados para oferecer produtos ou ofertas no momento certo?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Gosto, facilita minha vida	5%	7%	7%	3%	2%
Aceito, se for realmente útil	24%	26%	28%	26%	17%
Tanto faz	6%	9%	6%	6%	4%
Legal, mas não pode limitar minha escolha	20%	24%	18%	18%	17%
Me incomoda	24%	18%	22%	27%	31%
Acho invasivo e evito esse tipo de marca	21%	16%	19%	20%	28%

Q13. O que mais define uma “boa escolha” para você no varejo hoje? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Preço justo	74%	76%	74%	72%	71%
Atendimento acessível (dúvidas ou reclamações)	47%	53%	40%	41%	47%
Informações transparentes	46%	43%	47%	45%	49%
Avaliações de outros consumidores	45%	53%	49%	40%	35%
Variedade de opções	39%	35%	46%	40%	38%
Garantia	31%	29%	33%	27%	35%
Comparação fácil entre produtos	30%	31%	32%	28%	27%
Curadoria clara (menos opções, mais assertividade)	10%	15%	10%	6%	6%
Nenhuma das anteriores	2%	0%	2%	2%	4%

Q14. Você prefere lojas que:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Oferecem muitas opções para você decidir	35%	34%	39%	37%	34%
Ajudam a escolher a melhor opção rapidamente	25%	26%	23%	31%	21%
Poucas opções mas de boa qualidade	21%	19%	20%	21%	26%
Alternam conforme o tipo de compra	18%	21%	19%	11%	20%

Q15. Quando uma loja “simplifica sua decisão”, você sente que: Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Ganha tempo	42%	49%	40%	43%	33%
Compra com mais segurança	26%	28%	24%	24%	25%
Sente que estão limitando suas opções	23%	22%	23%	24%	24%
Confia mais na marca	9%	7%	11%	7%	11%
Não se aplica/não percebe diferença	21%	24%	20%	16%	23%

Q16. Em geral, você acha que o varejo hoje: Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Complica demais as escolhas com muitas opções	12%	11%	10%	12%	16%
Está começando a ajudar mais usando o histórico de compra	44%	46%	43%	40%	45%
Já facilita bem a decisão com opções práticas	36%	32%	43%	36%	35%

Não pensa na experiência do cliente, oferece qualquer coisa	23%	29%	17%	24%	17%
---	-----	-----	-----	-----	-----

Q17. Você acredita que as marcas entendem melhor você quando falam com base em: Marque até 2 opções:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Seu estilo de consumo	59%	57%	67%	64%	53%
Sua idade/geração	33%	34%	27%	30%	38%
Seu momento de vida	19%	21%	24%	18%	13%
Sua renda declarada	13%	16%	11%	12%	12%
Seu local onde mora	12%	10%	12%	12%	13%
Sua atuação nas redes sociais	8%	7%	10%	9%	7%
Sua profissão e rede de apoio	8%	13%	6%	5%	4%
Nenhum deles	19%	19%	19%	16%	21%

Q18. Em quais situações você acha importante que a loja adapte a comunicação ao seu momento de vida? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Mudança financeira	36%	46%	37%	30%	26%
Datas especiais	28%	35%	27%	22%	22%
Rotina familiar	23%	26%	28%	21%	17%
Rotina de trabalho	22%	21%	24%	23%	20%
Ter pets	21%	28%	23%	17%	13%
Ter filhos	16%	25%	20%	9%	5%
Mudança de casa/cidade	13%	21%	13%	8%	5%
Não vejo necessidade	37%	31%	33%	38%	46%

Q19. Quando uma marca tenta ser "jovem" ou "moderna demais", você geralmente:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Considera o que ela oferece	53%	57%	56%	53%	45%
Se não faz sentido fica forçado	21%	16%	20%	23%	27%
Fica indiferente	19%	21%	20%	17%	17%
Se sente excluído(a)	4%	0%	2%	6%	9%
Se identifica mais	3%	6%	2%	1%	1%

Q20. Para você, personalização ideal no varejo é quando a marca: Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Me dá opções, sem limitar minha escolha	56%	54%	57%	55%	56%
Me oferece novidades e promoções pertinentes	45%	50%	44%	40%	43%
Entende meu contexto, não meus dados	31%	34%	33%	27%	29%
Não personaliza demais	11%	10%	11%	11%	13%
Usa dados para prever o que preciso	9%	9%	14%	7%	8%

Q21. Hoje, qual é o principal papel da loja física para você? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Ver e experimentar produtos que quero comprar	67%	66%	67%	67%	67%
Sair com o produto em mãos (sem esperar pela entrega)	64%	69%	64%	59%	61%
Resolver dúvidas com pessoas reais	35%	35%	32%	30%	41%
Retirar ou trocar produtos	33%	44%	31%	23%	26%
Garantir o que está comprando	30%	25%	31%	34%	33%
Comprar com mais confiança	29%	24%	28%	28%	37%
Conhecer produtos novos	25%	24%	24%	28%	24%
Não vejo mais utilidade	3%	3%	4%	3%	3%

Q22. Uma boa experiência em loja física faz você: Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Comprar mais na loja	61%	60%	60%	63%	62%
Confiar mais na marca	41%	47%	34%	32%	43%
Comprar online depois, da mesma marca	38%	50%	37%	28%	28%
Não muda meu comportamento	12%	9%	15%	12%	13%

Q23. Para você, o que mais torna uma loja física relevante hoje? Marque todas as que se aplicam:	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Ver e tocar os produtos	58%	59%	63%	55%	55%
Gerar empregos e movimentação de pessoas na região	53%	54%	53%	51%	52%
Resolver problemas rapidamente	47%	51%	47%	43%	44%
Pessoas atenciosas e bem-informadas	44%	41%	41%	41%	51%
Possibilidade de conversar e tirar dúvidas reais	42%	40%	40%	42%	47%
Ambiente agradável	28%	25%	29%	29%	31%
Nada	2%	1%	3%	2%	3%

Q24. Você concorda ou discorda da frase: "A loja física é mais importante hoje pelo relacionamento do que pela venda em si."	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Concordo totalmente	25%	28%	22%	27%	21%
Concordo parcialmente	39%	34%	46%	38%	42%
Nem concordo nem discordo	24%	26%	22%	23%	25%
Discordo parcialmente	8%	7%	8%	7%	9%
Discordo totalmente	4%	4%	3%	4%	4%

Q25. Você sente que comprar hoje cansa mais do que antes?	geral	até 34	35 a 44	45 a 54	55 mais
Sim, cansa mais que antes	49%	59%	45%	44%	41%
Não cansa mais que antes	51%	41%	55%	56%	59%

