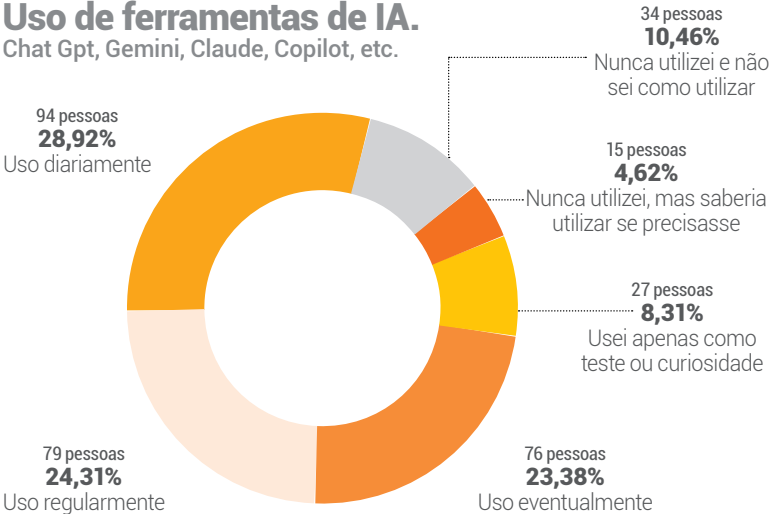


PERCEPÇÕES SOBRE O ATENDIMENTO MEDIADO POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)

Na pesquisa realizada em 2025, cerca de 73% dos participantes relataram já ter utilizado ferramentas de Inteligência Artificial, enquanto 46,2% afirmaram utilizá-las de forma regular. Um ano depois, observa-se um novo avanço na adoção dessa tecnologia. Em 2026, mais da metade da amostra (53,23%) afirma utilizar ferramentas de IA regularmente ou diariamente, enquanto apenas 15,08% nunca utilizaram esse tipo de recurso.

Os resultados evidenciam a rápida consolidação de ferramentas como ChatGPT, Gemini, Claude e Copilot na rotina dos consumidores gaúchos, deixando de ser uma novidade para se tornarem parte do cotidiano de parcela significativa da população.

Uso de ferramentas de IA. Chat Gpt, Gemini, Claude, Copilot, etc.



Entre aqueles que utilizam ferramentas de Inteligência Artificial, observa-se predominância de aplicações relacionadas à produtividade e à busca por informações. As principais finalidades de uso são tirar dúvidas gerais e apoiar atividades profissionais, ambas com 207 citações, seguidas pela elaboração de textos, mensagens e documentos (192) e pelo uso para estudos e aprendizagem (160).

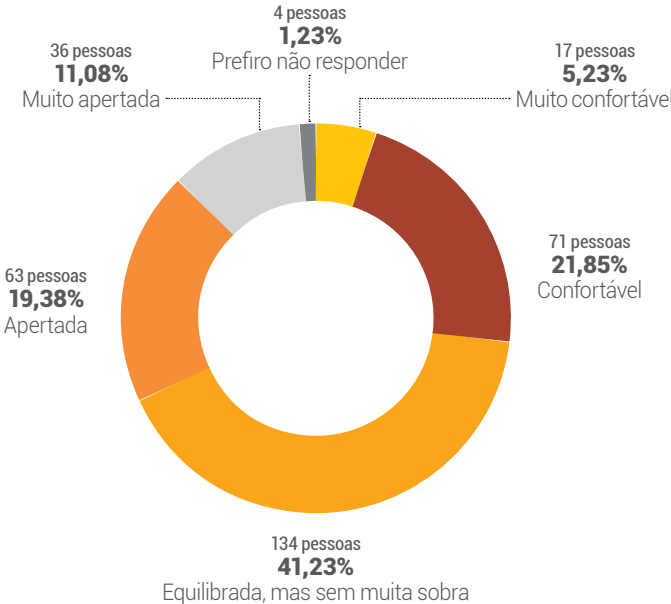
Em contrapartida, aplicações diretamente relacionadas ao consumo, como comparação de produtos, recomendações de compra e organização das finanças pessoais, ainda apresentam utilização menos frequente, indicando que a IA permanece fortemente associada ao apoio às atividades pessoais e profissionais.

Situações de uso de ferramentas de IA. (ChatGPT, Gemini, Claude, Copilot, etc.)	%	Nº
Tirar dúvidas gerais	14,89	207
Apoiar atividades profissionais	14,89	207
Estudar ou aprender algo novo	11,51	160
Comparar preços, produtos ou marcas	5,97	83
Pedir recomendações de compra	4,89	68
Planejar viagens, lazer ou restaurantes	6,26	87
Organizar orçamento pessoal	3,38	47
Entender investimentos	3,81	53
Entender dívidas, juros ou financiamentos	3,02	42
Escrever textos, mensagens ou documentos	13,81	192
Resumir documentos, notícias ou vídeos	9,86	137
Orientações sobre saúde e bem-estar	7,48	104
Nunca utilizei ia para nenhuma dessas finalidades	0,22	3

FINANÇAS PESSOAIS E MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO

Com o objetivo de compreender a situação financeira dos consumidores e seus reflexos sobre o comportamento de compra, a pesquisa investigou aspectos relacionados à condição financeira atual, ao endividamento, ao comprometimento da renda e às mudanças recentes nos hábitos de consumo.

Situação da vida financeira atualmente



Em relação à situação financeira atual, observa-se predominância de consumidores que percebem sua condição como equilibrada, porém sem muita sobra financeira (41,23%). Aproximadamente um terço (30,46%) classifica sua situação como apertada ou muito apertada, enquanto apenas 27,08% afirmam possuir uma condição confortável ou muito confortável.

Os resultados indicam um cenário de relativa estabilidade financeira, porém com margem reduzida para despesas não planejadas.

Dívidas atuais ou parcelas em aberto	%	Nº
Cartão de crédito parcelado	21,04	109
Rotativo do cartão de crédito	4,44	23
Empréstimo pessoal	8,88	46
Financiamento de veículo	9,85	51
Financiamento imobiliário	11,20	58
Crédito consignado	5,41	28
Carnês ou crediário de loja	5,60	29
Dívidas com bancos ou fintechs	7,14	37
Dívidas com familiares ou conhecidos	2,90	15
Não possuo dívidas ou parcelas em aberto	18,92	98
Prefiro não responder	4,63	24

No que se refere ao endividamento, o cartão de crédito parcelado representa a modalidade mais frequente entre os participantes (21,04%), seguido pelo financiamento imobiliário (11,20%) e pelo financiamento de veículos (9,85%). Apenas 18,92% dos respondentes afirmam não possuir dívidas ou parcelas em aberto, indicando que compromissos financeiros fazem parte da realidade da maior parte da amostra.

Entre as estratégias adotadas para adequar o orçamento destacam-se: redução dos gastos com alimentação fora de casa; intensificação da pesquisa de preços antes das compras; redução das compras de roupas, calçados e acessórios.

Ainda aparecem com frequência: substituição de marcas por opções mais econômicas; redução das compras parceladas; maior uso do cartão de crédito; utilização de reservas financeiras para pagamento de despesas; e busca por fontes complementares de renda.

De forma geral, os resultados evidenciam um consumidor mais cauteloso, que busca otimizar seus gastos sem necessariamente deixar de consumir.

Aitudes adotadas nos últimos 12 meses	%	Nº
Passei a pesquisar mais preços antes de comprar	13,44	161
Troquei marcas por opções mais baratas	8,60	103
Reduzi alimentação fora de casa	14,19	170
Reduzi compras de roupas, calçados ou acessórios	12,85	154
Cancelei ou reduzi assinaturas digitais	7,60	91
Evitei compras parceladas	8,76	105
Passei a comprar mais em marketplaces	4,17	50
Passei a comprar mais produtos usados ou seminovos	2,92	35
Usei mais cartão de crédito ou parcelamento	8,93	107
Usei reserva financeira para pagar despesas	8,43	101
Busquei renda extra	5,18	62
Não mudei meus hábitos	4,92	59

O cenário financeiro também se reflete nas mudanças de comportamento observadas ao longo dos últimos 12 meses. Mais da metade dos respondentes (58,16%) afirma ter reduzido seus gastos, enquanto apenas 4% relatam aumento do consumo no período. Por outro lado, 36,62% indicam ter mantido seus hábitos de consumo, sugerindo que parte dos consumidores conseguiu preservar seu padrão mesmo diante do contexto econômico.