

# Abandono de Carrinho 2026

O que faz com que as pessoas desistam de uma compra na última etapa?



Quem nunca entrou em um site, escolheu vários produtos, colocou tudo no carrinho e, na hora de fechar a compra, simplesmente desistiu e fechou a aba do navegador? Esse comportamento é muito comum e, para quem vende na internet, o famoso abandono de carrinho já faz parte do dia a dia.

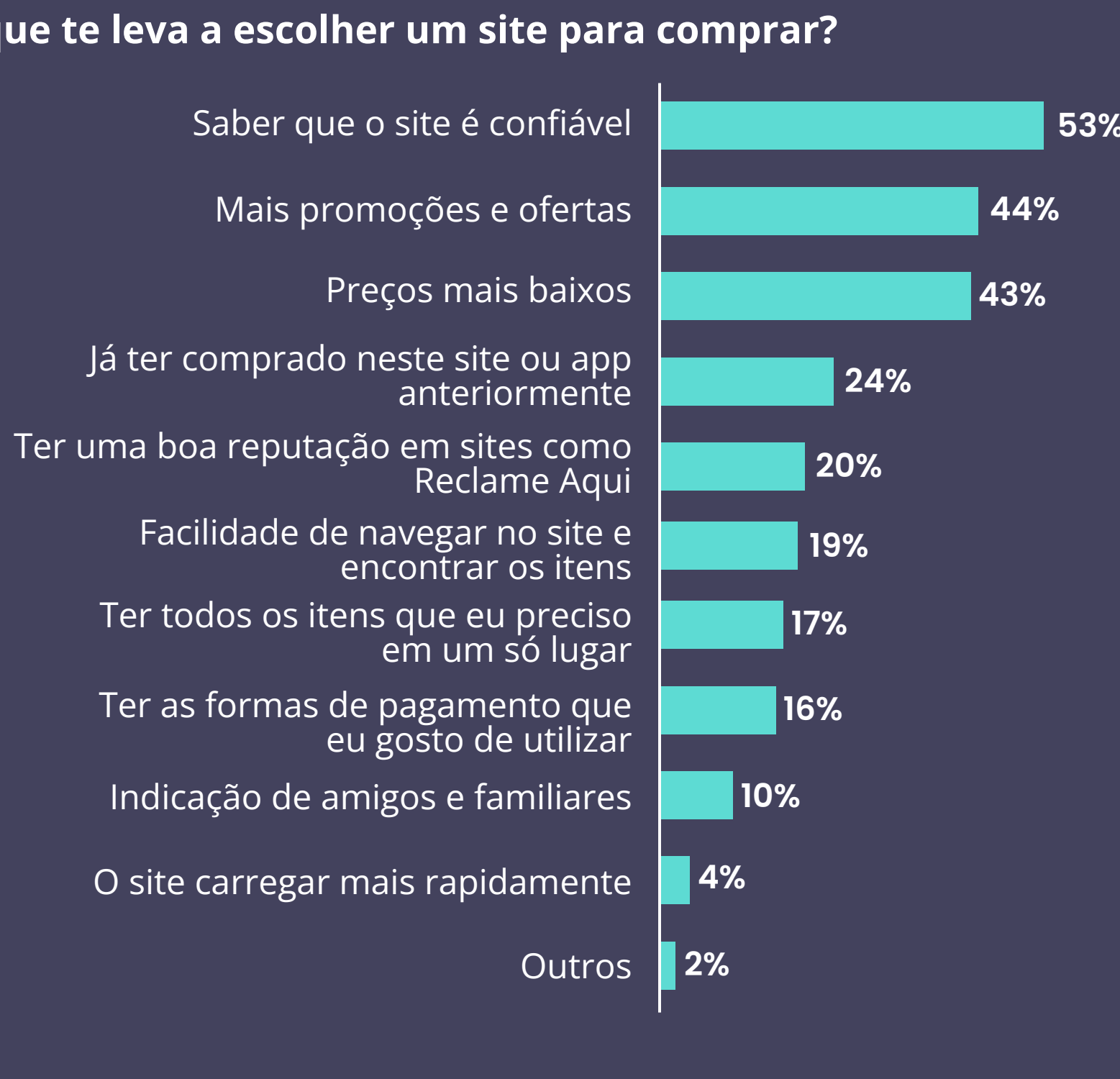
Para entender melhor os principais motivos que levam os brasileiros a abandonarem suas compras online, o Opinion Box entrevistou consumidores de todo o país e trouxe dados sobre o que atrai as pessoas na hora de escolher uma loja, os principais vilões das vendas abandonadas e o que realmente funciona para recuperar vendas.

## O CAMINHO até o carrinho

O processo de decisão começa muito antes do cliente colocar o produto no carrinho. Antes de tentar entender por que os clientes vão embora, a gente precisa olhar para o que mais os atrai.

Na internet, promoções (44%) e preços baixos (43%) são ótimas iscas para chamar a atenção, mas o que mais importa para os consumidores é **saber se o site é confiável: 53% dos compradores dizem que esse é o principal motivo** que leva a escolher uma loja online para realizar uma compra.

### O que te leva a escolher um site para comprar?

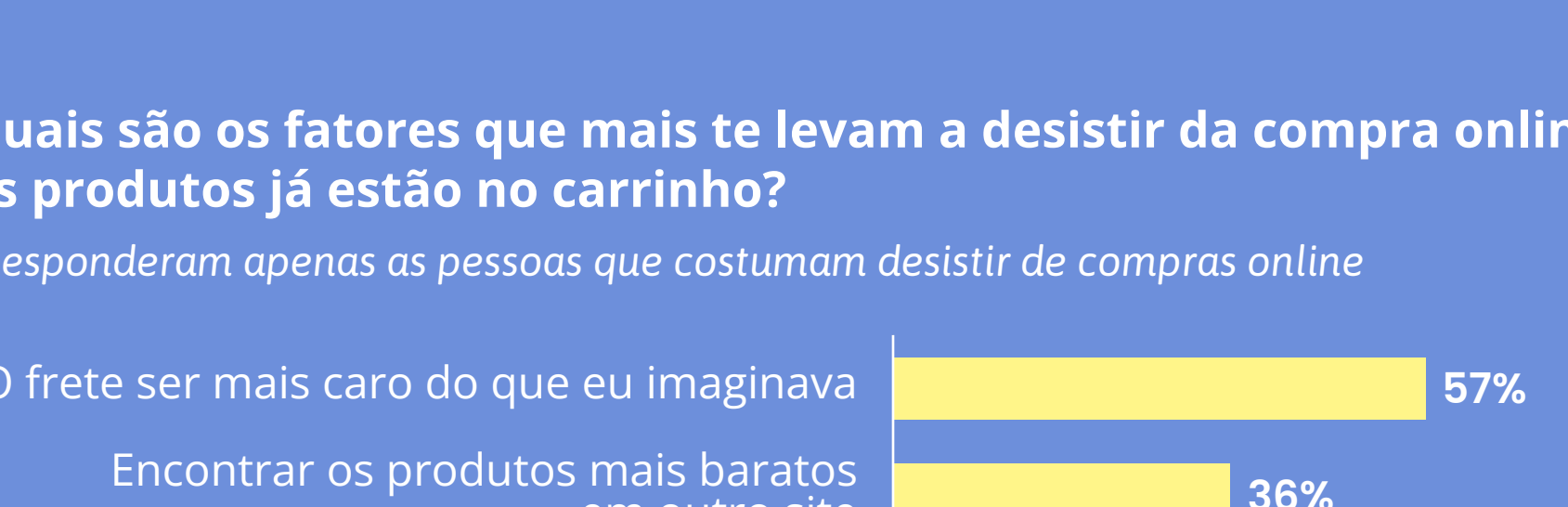


## O ABANDONO DE CARRINHO na prática: quais são os motivos?

O ato de deixar produtos para trás é muito comum entre os consumidores brasileiros: **79% dizem ter o hábito de desistir de compras online**, sendo que 17% costumam abandonar carrinhos com frequência.

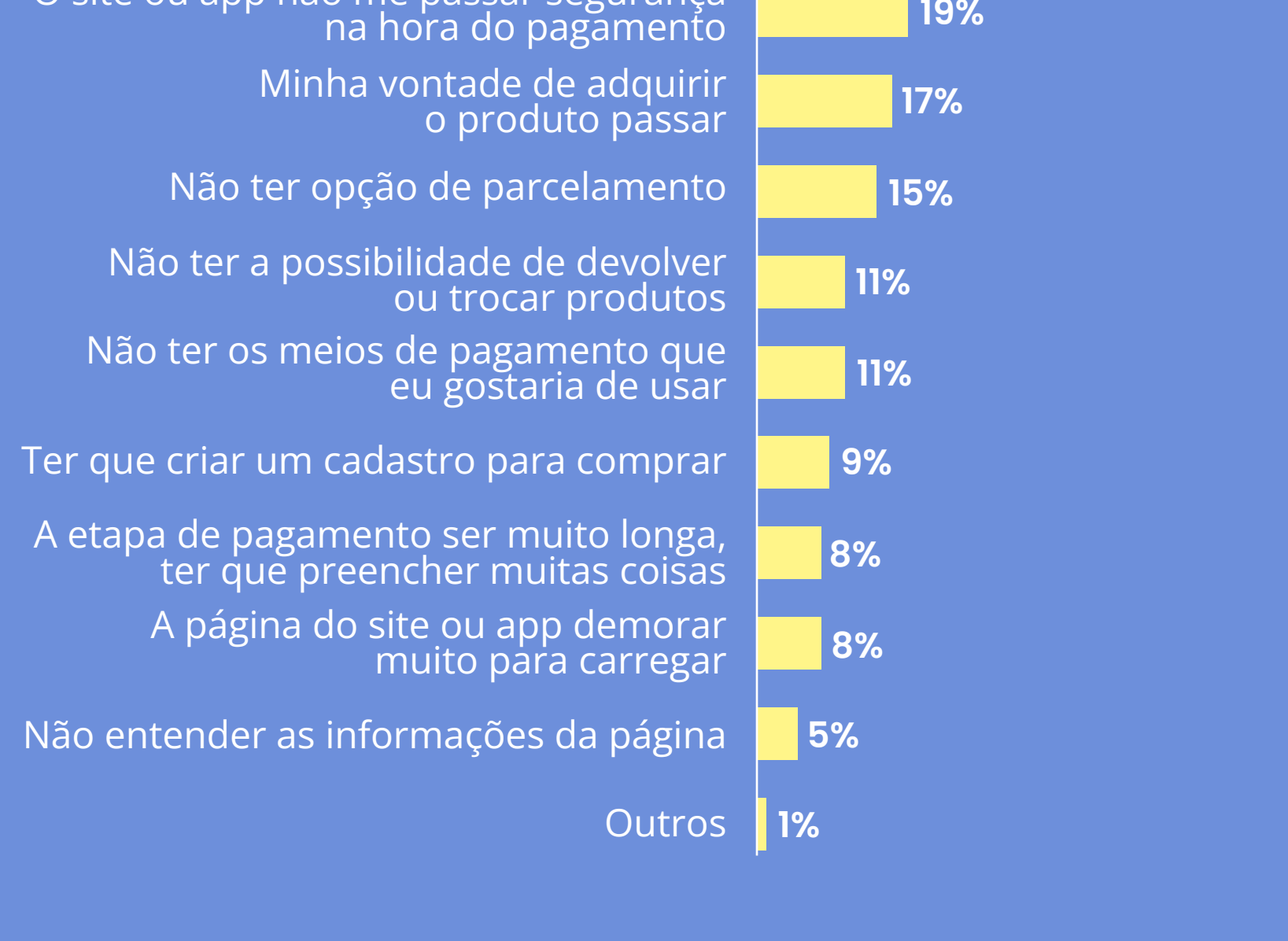
Quando olhamos para os motivos reais que fazem a pessoa ir embora, fica claro que a **hora do pagamento** é a mais crítica.

### Você tem o hábito de escolher produtos na loja online, colocá-los no "carrinho" e desistir da compra?



### Quais são os fatores que mais te levam a desistir da compra online quando os produtos já estão no carrinho?

\*Responderam apenas as pessoas que costumam desistir de compras online



O susto com o preço final é o que mais distancia os consumidores online. Dois dados deixam claro que o cliente quer saber o preço final logo de cara: **57% deixam as compras pra trás quando o frete é muito alto** e **32% abandonam o carrinho quando aparecem taxas inesperadas**.

Outro ponto de atenção é a frustração de usar **cupons de desconto que dão erro (27%)**, o que também desmotiva muito o consumidor brasileiro a finalizar sua compra.

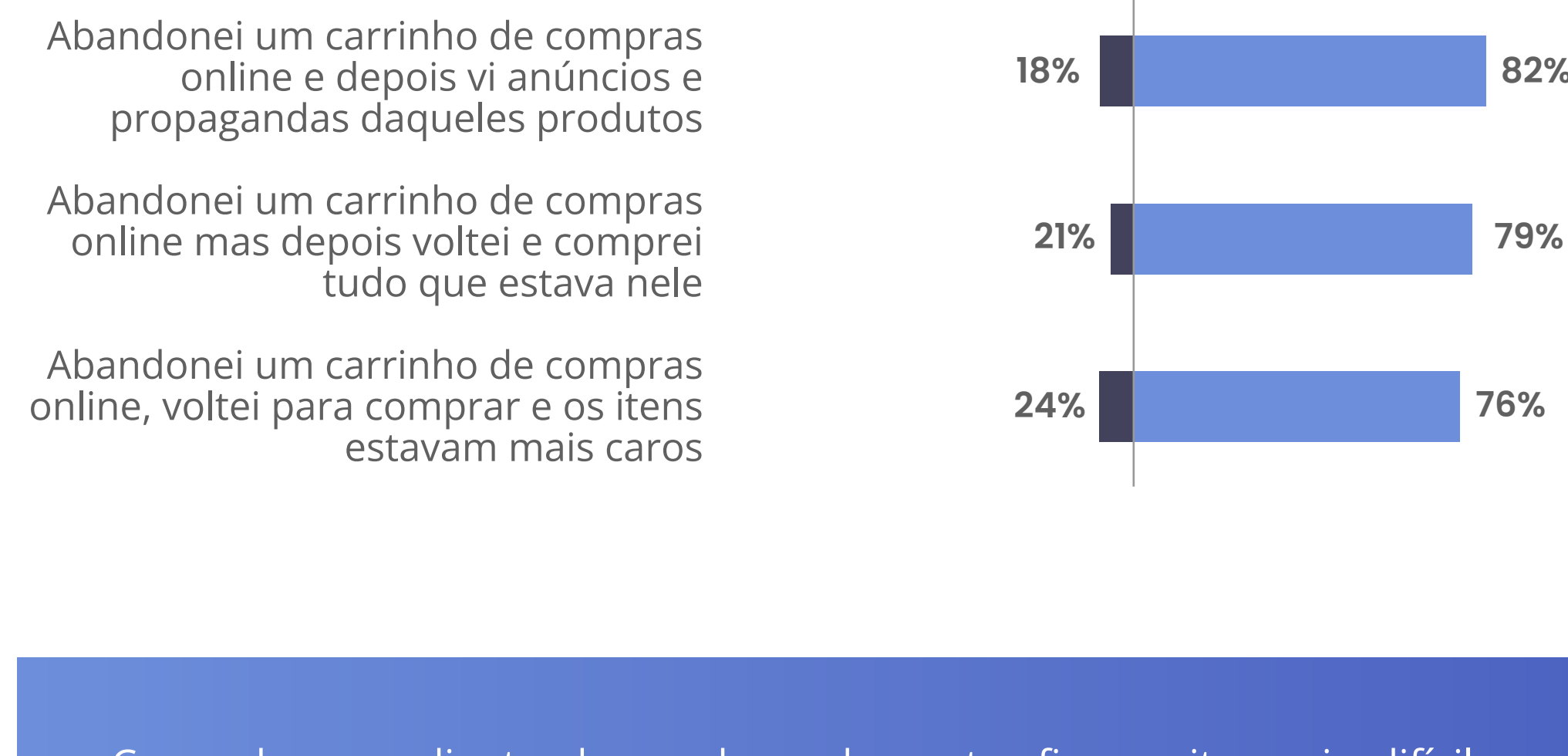
## OS CONSUMIDORES voltam?

Muitas empresas acham que o abandono de carrinho é o fim da jornada de compra, mas nem toda venda está perdida.

O abandono não deve ser visto como o fim definitivo de uma venda, mas sim como uma pausa para o cliente pensar um pouco mais. O consumidor muda de ideia rápido, mas a intenção de compra continua viva na cabeça do cliente, e ele dá sinais claros de que está aberto a resgatar a compra se a marca souber fazer a abordagem certa.

### Entre as situações abaixo, selecione aquelas que já aconteceram com você quando foi comprar algo pela internet.

\*Responderam apenas as pessoas que costumam desistir de compras online

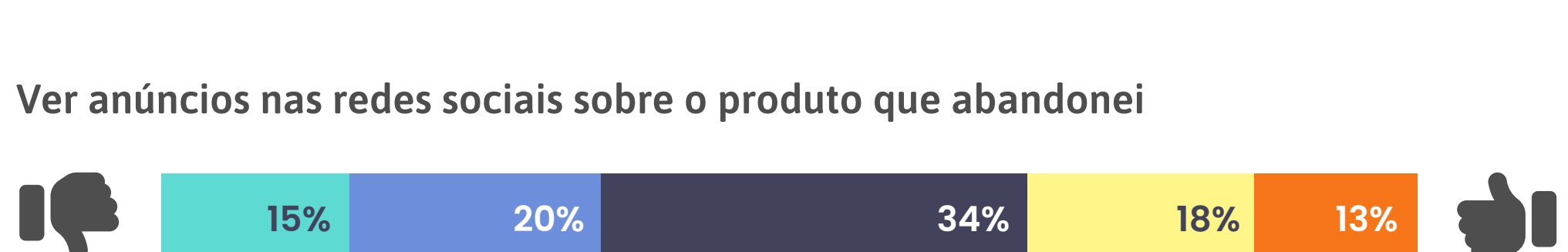


Convenhamos: diante de um bom desconto, fica muito mais difícil resistir a uma compra, não é mesmo? Quem tem um e-commerce precisa ter em mente que mais da metade das pessoas consideram muito provável finalizar o pedido se receberem um cupom.

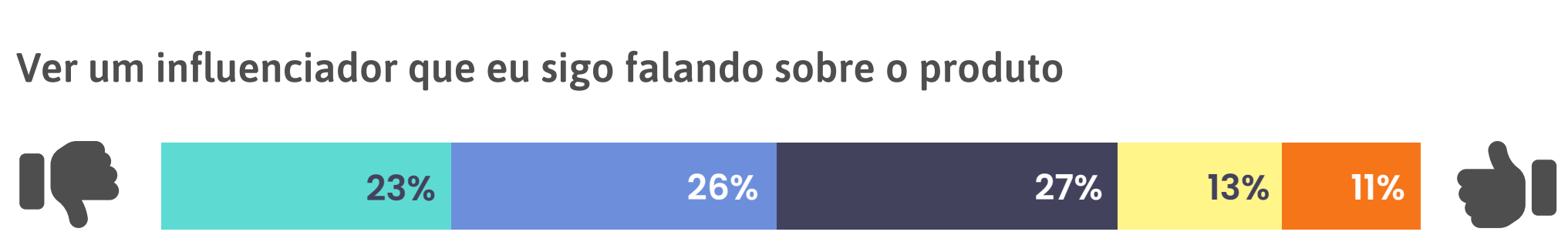
Sabendo disso, fica uma reflexão: será que alguns dos consumidores já abandonam o carrinho esperando cupom?

### Após abandonar os produtos em um carrinho, o quanto receber um cupom de desconto te faria voltar a comprar?

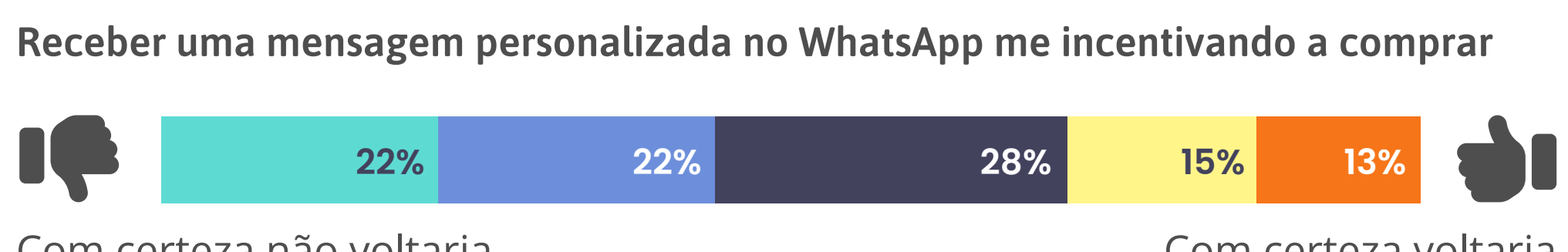
\*Responderam apenas as pessoas que costumam desistir de compras online



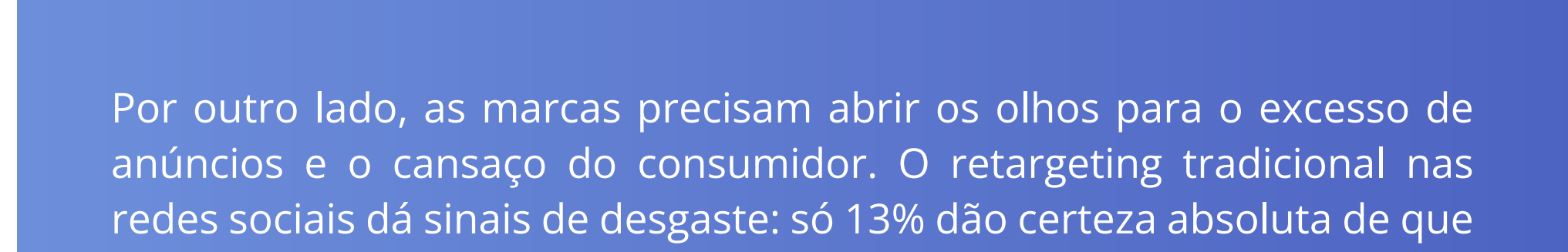
### Ver anúncios nas redes sociais sobre o produto que abandonei



### Ver um influenciador que eu siga falando sobre o produto



### Receber uma mensagem personalizada no WhatsApp me incentivando a comprar



Por outro lado, as marcas precisam abrir os olhos para o excesso de anúncios e o cansaço do consumidor. O retargeting tradicional nas redes sociais dá sinais de desgaste: só 13% dão certeza absoluta de que voltariam por causa de um anúncio em rede social.

**82%** afirmam que voltariam a comprar os itens no carrinho, **se recebessem um cupom de desconto**

**55%** dizem que **já receberam e-mails oferecendo desconto** nos itens após abandonar um carrinho de compras online



## O FUTURO DAS COMPRAS é omnichannel

A internet e as lojas de rua não vivem em mundos separados; elas andam juntas no dia a dia do consumidor, que gosta de misturar os canais.

O fato de **57% já terem abandonado um carrinho de compras e comprarem o mesmo produto em uma loja física** mostra como o site funciona às vezes como uma vitrine de pesquisa.

O cliente usa o carrinho virtual para somar os valores, ler avaliações, ver fotos e tirar dúvidas, mas acaba comprando em uma loja física por diversos motivos: a urgência de ter o produto em mãos na hora (sem esperar o frete) ou a necessidade de tocar, experimentar e sentir o item antes de fazer o pagamento.

Abandonei um carrinho de compras na loja virtual e decidi comprar presencialmente



## NAVEGAÇÃO E experiência do usuário no site

Sites que demoram a carregar levam os consumidores a procurar outras opções para comprar. Quando o site não ajuda e fica travando, o consumidor não pensa duas vezes e desiste da compra.

71%

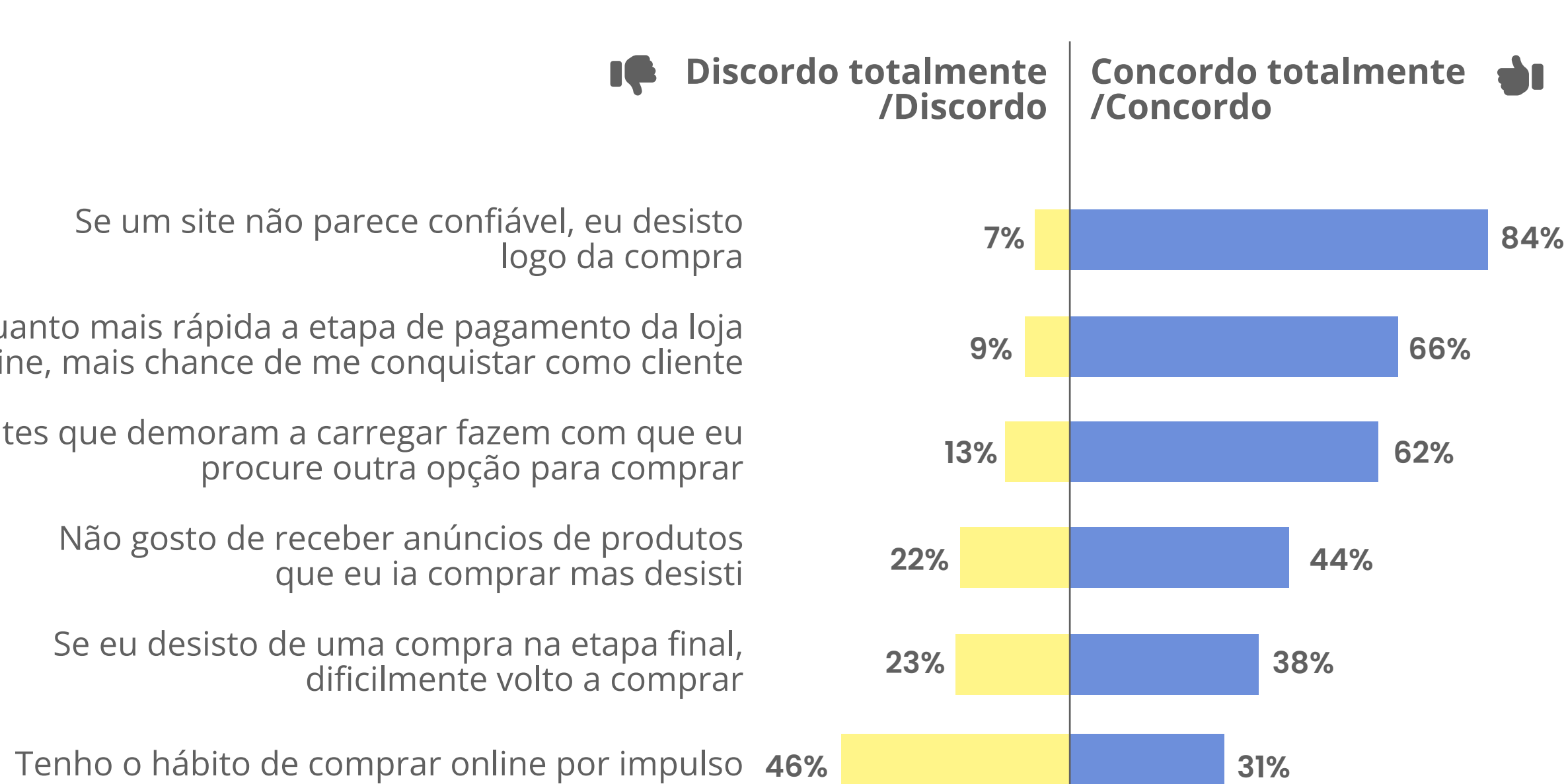
dos consumidores dizem que quando a experiência de **navegação de um site é ruim, desistem facilmente** de uma compra

Todo mundo quer praticidade na hora de mexer no celular ou no computador, especialmente na hora de fazer uma compra, e caso a experiência do usuário no site seja ruim, o cliente simplesmente cansa.

Se torna evidente que a experiência de navegação também é um ponto super importante para o sucesso de uma venda. E fica o alerta: se o seu site faz o cliente perder tempo, ele faz você perder dinheiro.



## REFLEXÕES SOBRE O abandono de compras online



### PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Sexo



56% Mulheres



44% Homens

Faixa etária

50 ou +

29%

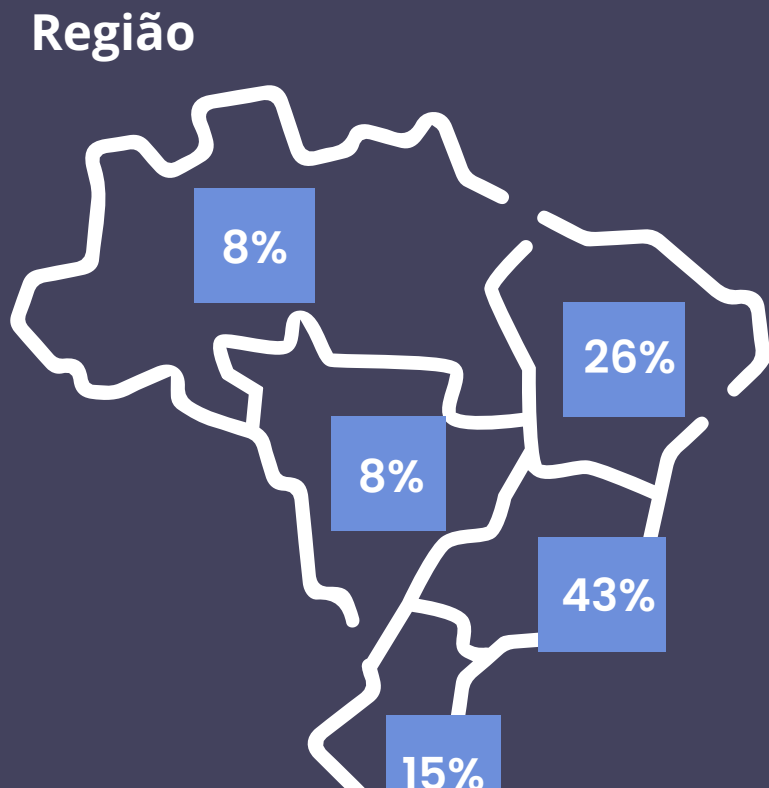
16 a 29

28%

30 a 49

43%

Região



Classe social

AB

13%

CDE

87%

AVISO LEGAL

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório é permitido tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinion Box: Pesquisa Abandono de Carrinho - Julho/2026

1.000 entrevistas online

Margem de erro: 3,0pp . Coleta entre maio e junho de 2026

opinion  box

Quer fazer sua própria pesquisa?  
**CONHEÇA AS SOLUÇÕES DO OPINION BOX**

Siga:   

Acesse: [opinionbox.com](http://opinionbox.com) . [blog.opinionbox.com](http://blog.opinionbox.com)