



E-BOOK 2025
DIA DOS NAMORADOS

PESQUISA DE DIA DOS NAMORADOS CDL CAXIAS 2025

O Dia dos Namorados traz otimismo para o comércio, de acordo com dados do Núcleo de Informações de Mercado da CDL Caxias. A pesquisa indica crescimento de 10,8% no ticket médio em relação a 2024, podendo chegar a R\$ 286,30 por consumidor.

O aumento do ticket médio demonstra uma combinação de maior disposição para presentear com a valorização da experiência afetiva.

Mais de 86% dos entrevistados associam o romantismo à vontade de fazer surpresas, e 76,5% planejam atividades complementares como jantares românticos e passeios, além do presente.

A maioria dos consumidores pretende adquirir ao menos um presente, com destaque para os segmentos de vestuário e acessórios (26,3%), itens de beleza (17,8%), calçados (14,1%) e flores (14,1%).

A pesquisa de Dia dos Namorados foi realizada com 654 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 20 e 22 de maio de 2025. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	54,9%
MASCULINO	45,1%

POSSUI FILHOS?

NÃO	33,7%
1	26,0%
2	24,2%
3	11,8%
4+	4,3%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	75,8%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	24,2%

IDADE

16-29	29,8%
30-39	17,0%
40-49	18,5%
50-59	13,9%
60-69	15,3%
70+	5,5%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	8,7%
FUNDAMENTAL COMPLETO	5,1%
MÉDIO INCOMPLETO	17,1%
MÉDIO COMPLETO	42,3%
SUPERIOR INCOMPLETO	11,5%
SUPERIOR COMPLETO	11,4%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,8%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,1%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	36,7%
PROFISSIONAL LIBERAL	14,3%
APOSENTADO/PENSIONISTA	12,5%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	12,0%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	12,0%
DO LAR	5,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	4,6%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	2,3%

O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE O DIA DOS NAMORADOS ESTÁ CHEGANDO?



ÉPOCA DO ANO

30,1%



ANÚNCIOS ONLINE

25,2%



PROMOÇÕES

14,7%



PESSOAS COMENTANDO

12%



ANÚNCIOS EM REVISTAS, JORNAIS, OUTDOORS E RÁDIO

10,8%

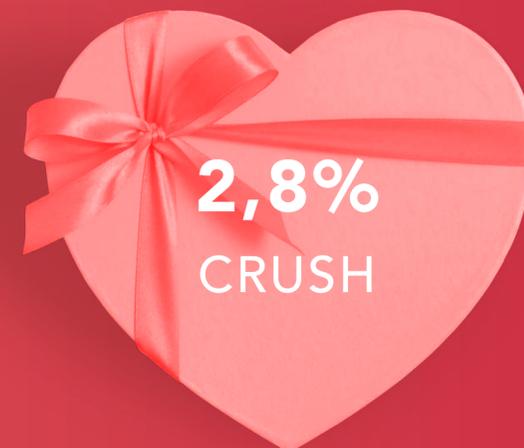


LOJAS DECORADAS

7,2%

RELACIONAMENTO

QUAL O SEU GRAU DE
RELACIONAMENTO?



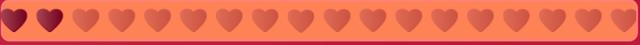
VOCÊ SE CONSIDERA UMA
PESSOA ROMÂNTICA?

SIM  80,6%

NÃO  19,4%

COMO O ROMANTISMO
INFLUENCIA NA SUA COMPRA?

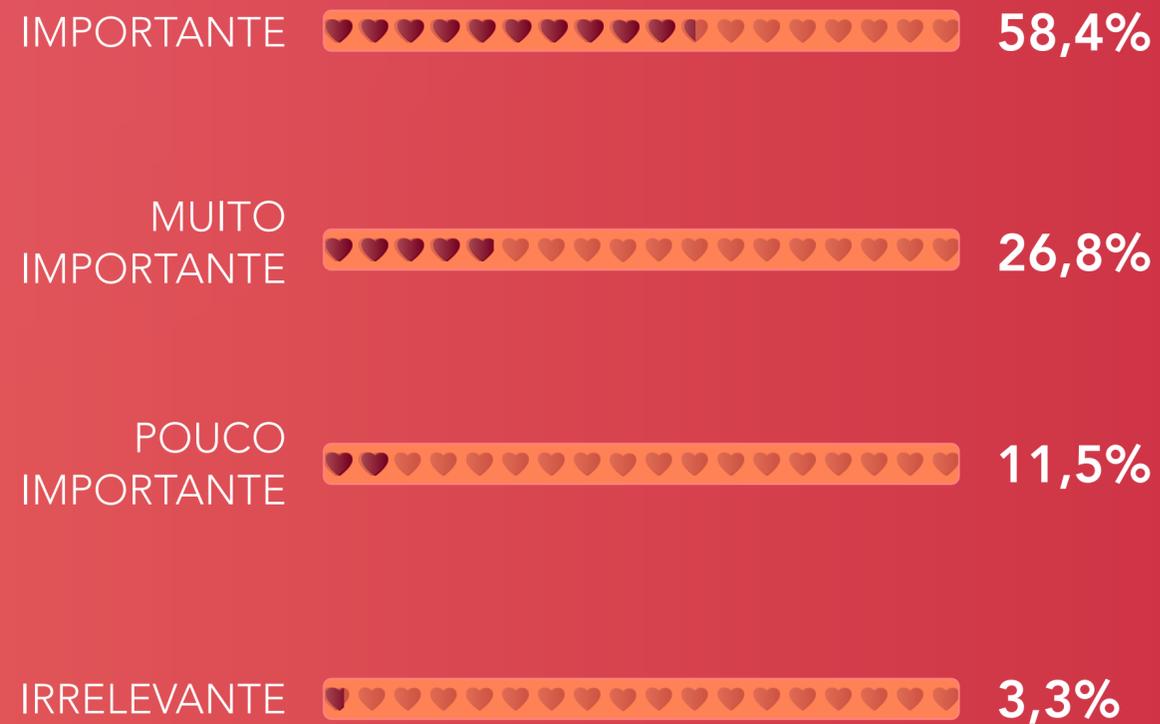
CRIAR
SURPRESAS  86,1%

PRESENTES
MAIS CAROS  10,4%

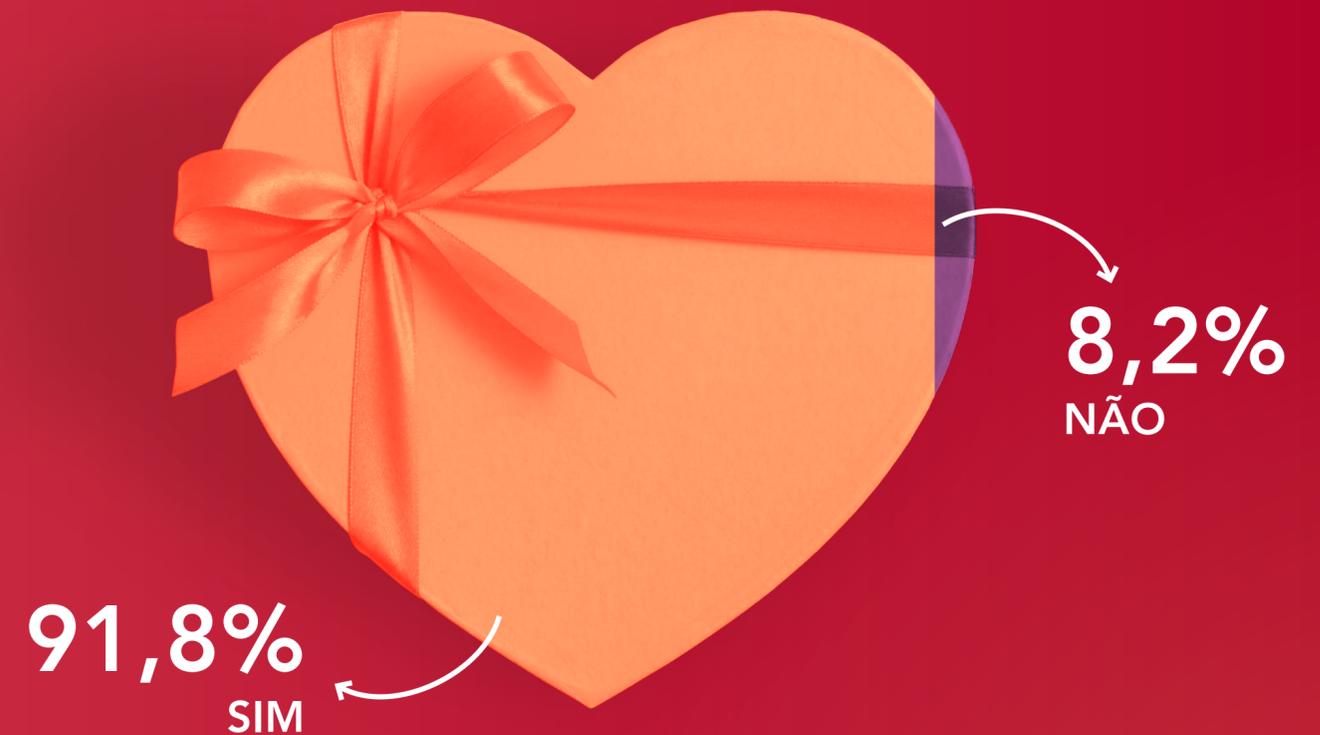
MAIS
PRESENTES  3,5%

AMBIENTAÇÃO DA LOJA

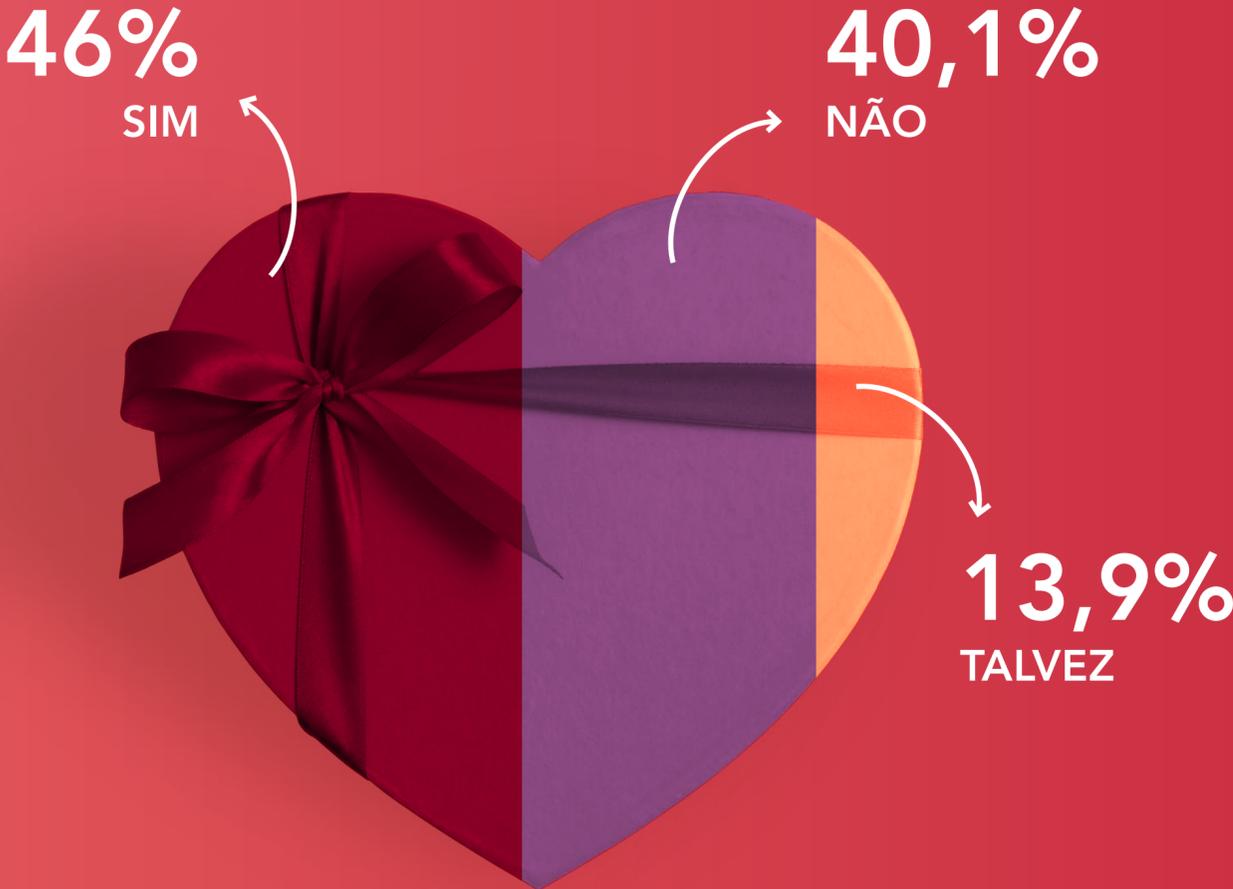
VOCÊ CONSIDERA A AMBIENTAÇÃO DO PONTO DE VENDA IMPORTANTE?



A AMBIENTAÇÃO DA LOJA COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR E CONFERIR OS PRODUTOS?



VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS?



2024 43,1% 46,5% 10,4%
SIM NÃO TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS?

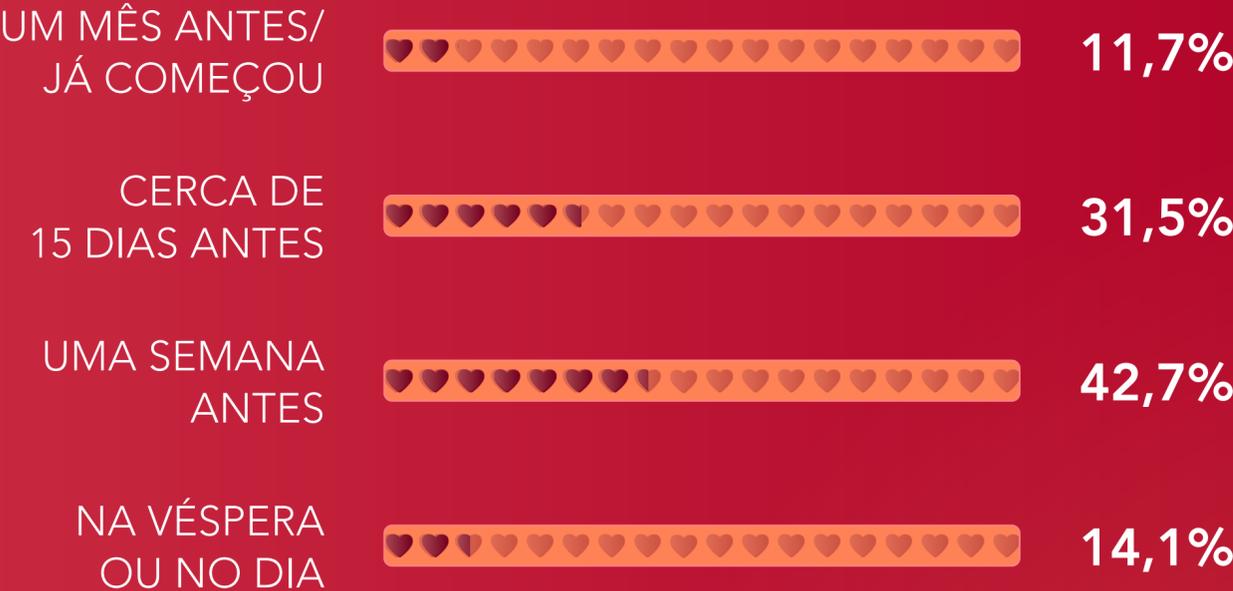


PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

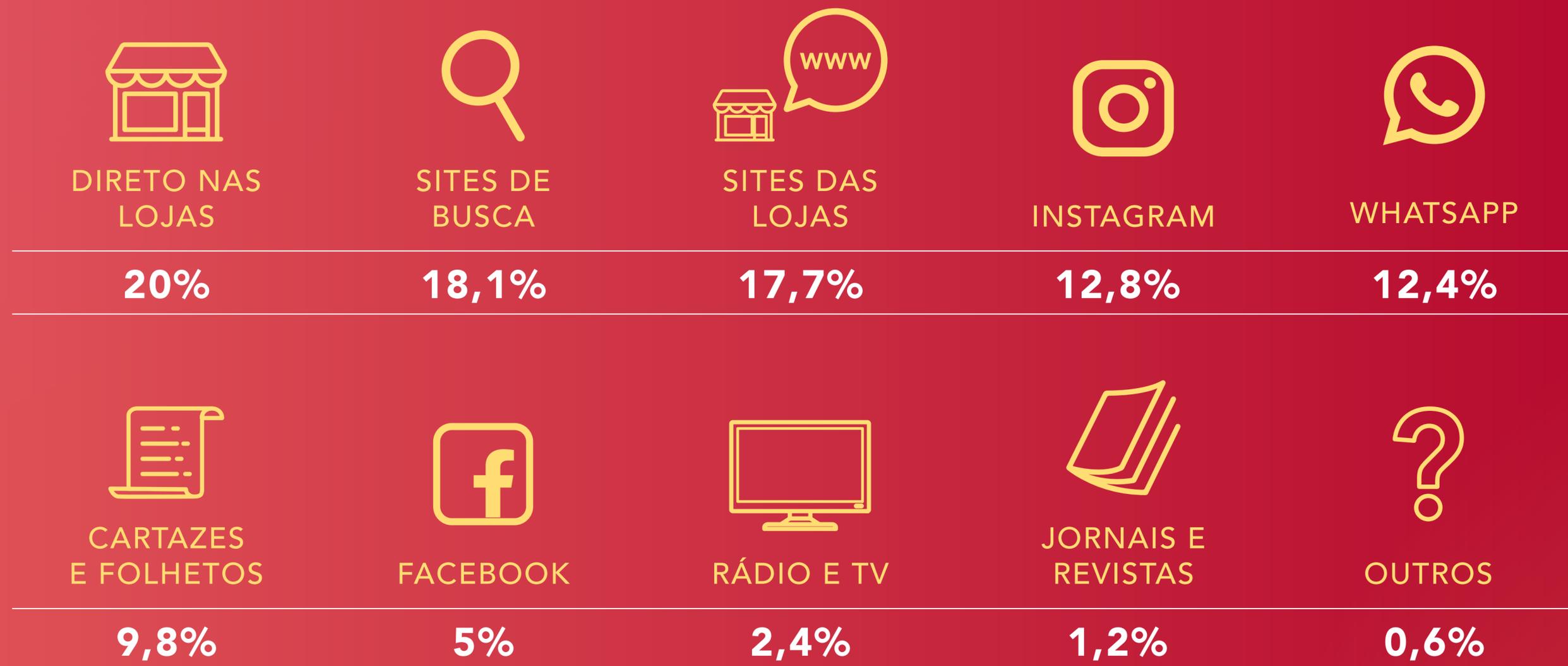
VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?



COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?



QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?

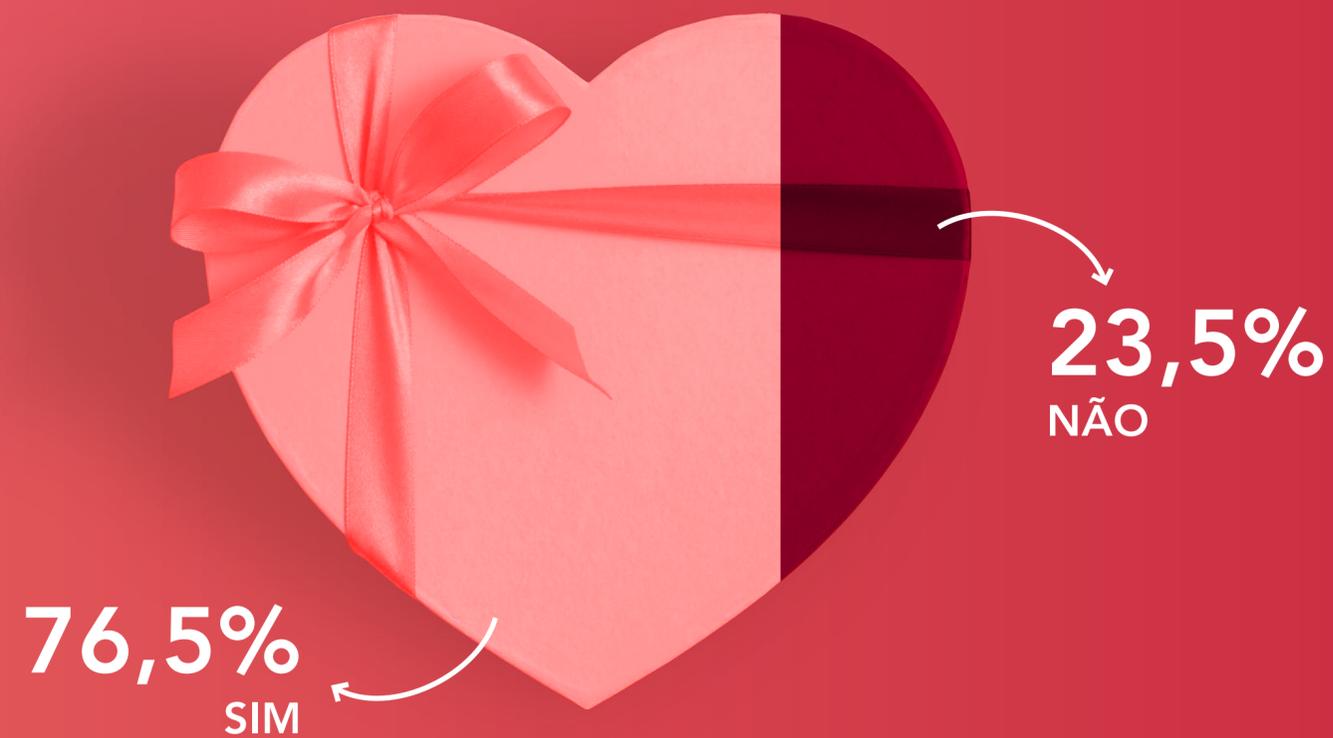


JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



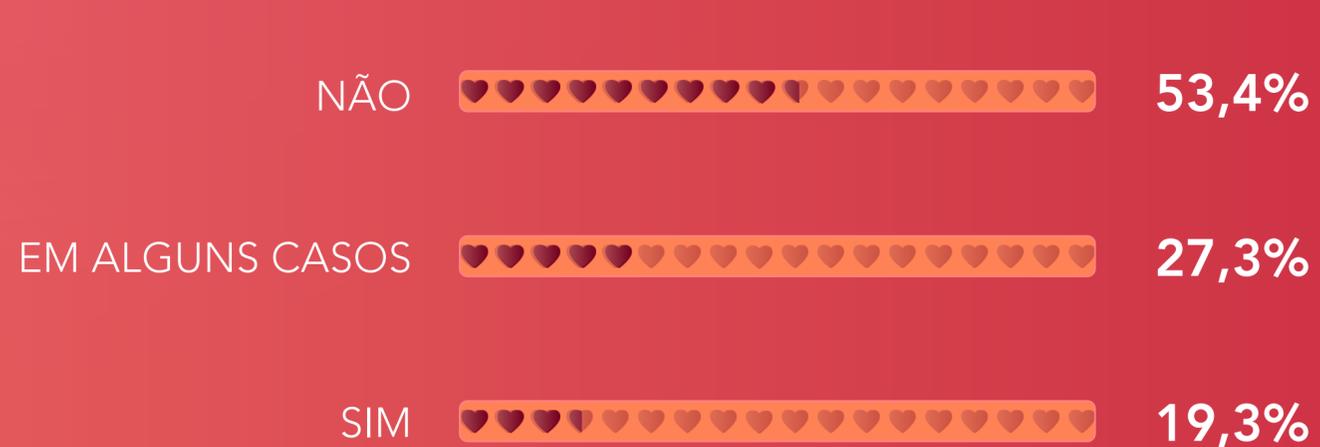
	VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS	26,3%
	HIGIENE E BELEZA	17,8%
	CALÇADOS	14,1%
	FLORES	14,1%
	CHOCOLATES E DOCES	13,3%
	JOIAS E RELÓGIOS	5,9%
	SERVIÇOS PESSOAIS (CABELO, MASSAGEM, OUTROS)	3%
	OUTROS	5,5%

ALÉM DO PRESENTE, PRETENDE FAZER ALGO DIFERENTE?

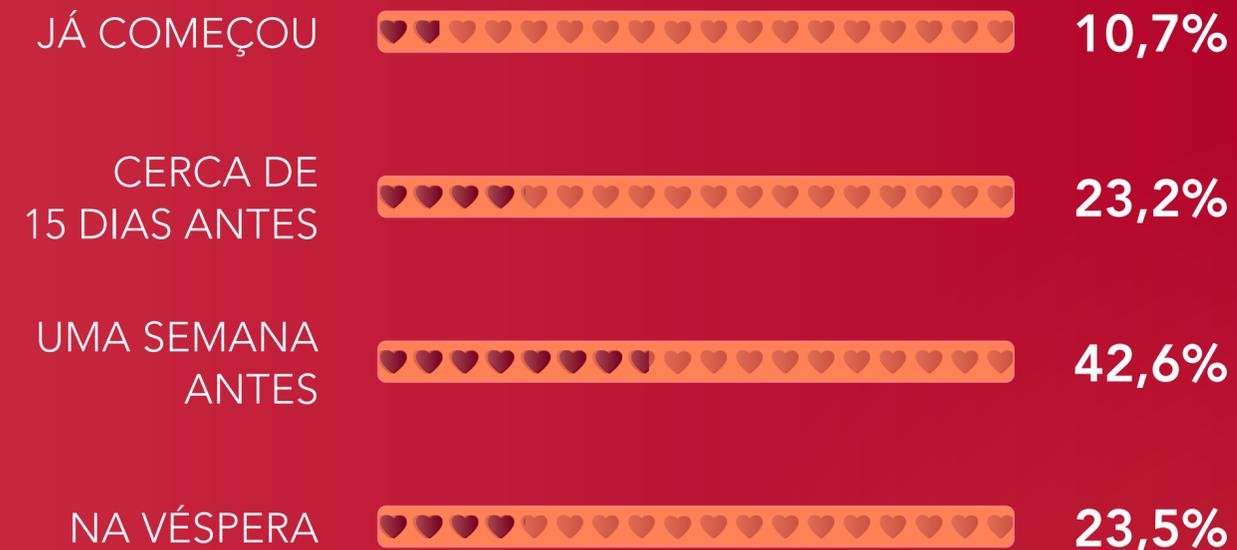


COMPRA DE PRESENTES

VOCÊ COMPRA O QUE PRESENTEADO PEDE?



COM QUAL ANTECEDÊNCIA VOCÊ PRETENDE COMEÇAR A COMPRAR?



QUANTIDADE DE PRESENTES



MÉDIA DE PRESENTES



INVESTIMENTO



EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



MAIOR
40,8%



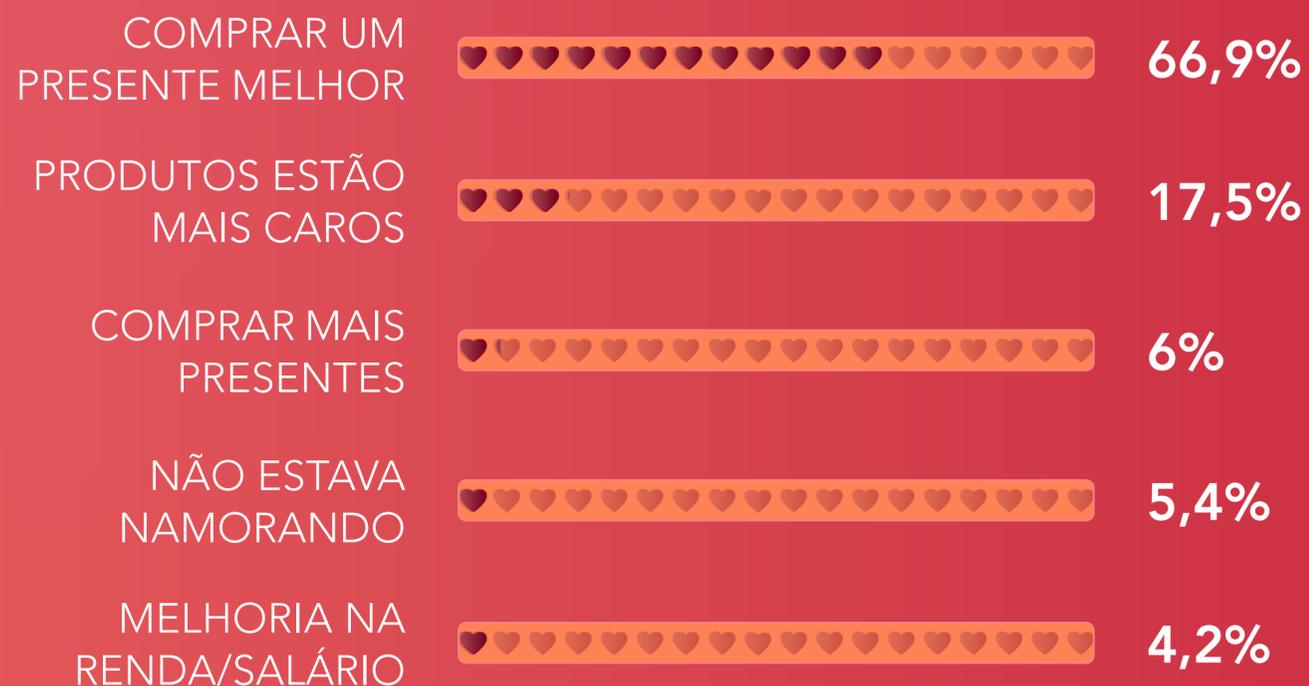
IGUAL
43,9%



MENOR
15,3%

INVESTIMENTO

PORQUE PRETENDE GASTAR MAIS?*



PORQUE PRETENDE GASTAR MENOS?***



*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MAIS NA QUESTÃO ANTERIOR

***PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MENOS NA QUESTÃO ANTERIOR

MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



PARA 76,7% AS COMPRAS SERÃO PAGAS À VISTA,
MAS 23,3% IRÃO PARCELAR
NO CARTÃO DE CRÉDITO OU CREDIÁRIO

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

1	25,4%
2	31%
3	26,4%
4	10,3%
5	3,5%
6+	3,4%

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUA DO CENTRO	62,8%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUAS NOS BAIRROS	10,4%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE SHOPPING CENTERS	10,2%
COMÉRCIO VIRTUAL LOCAL	8,8%
COMÉRCIO VIRTUAL LOJAS DE OUTRAS CIDADES	3,9%
COMÉRCIO LOCAL SUPERMERCADOS	2,0%
COMÉRCIO LOJAS DE OUTRAS CIDADES	1,4%
OUTROS	0,5%

PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



62,3%	SEGUNDA A SEXTA
31,6%	SÁBADO
6,1%	DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



32,2%	MANHÃ
52,3%	TARDE
15,5%	NOITE

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



ATENDIMENTO

40,1%

Atenção, explicações sobre os produtos e ajuda para escolher os produtos



PRODUTO

35,8%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



LOCAL

13,9%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



PAGAMENTO

3,4%

Preços, promoções e condições de pagamento



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

2,4%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes



DIGITAL

2,1%

Atendimento digital e entrega a domicílio



TRANSPARÊNCIA

1,4%

Identificação clara dos preços



AMBIENTAÇÃO

0,9%

Decoração da loja

