

DIA DOS NAMORADOS

E-BOOK 2026



O Dia dos Namorados de 2026 deve movimentar o comércio de Caxias do Sul com perspectivas positivas para segmentos como moda, beleza, gastronomia, flores e calçados. Mais dispostos a celebrar a data, **os consumidores demonstram intenção de investir tanto em presentes quanto em experiências românticas**, impulsionando a expectativa de crescimento nas vendas. A intenção de compra registra alta de 2,8% em relação ao ano anterior, enquanto o ticket médio estimado avança 3,7%, chegando a R\$ 297,03.

Os dados também apontam um consumidor mais planejado e atento às escolhas. **A pesquisa de preços e produtos antes da compra se consolida como hábito para a maioria dos entrevistados**, ao mesmo tempo em que fatores emocionais seguem influenciando o consumo. O romantismo, aliado à valorização da experiência de compra, reforça oportunidades para o varejo apostar em atendimento, ambientação e estratégias que aproximem ainda mais os consumidores da data.

Amostra 603

Nível de Confiança 95%

Dias da Pesquisa 11/05/26 à 13/05/26

Margem de erro 5%

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	59,2%
MASCULINO	40,8%

IDADE

16 A 29	28,2%
30 A 39	28,5%
40 A 49	25,9%
50 A 59	11,1%
60 A 69	5,3%
70 OU MAIS	1,0%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,6%
FUNDAMENTAL COMPLETO	5,1%
MÉDIO INCOMPLETO	10,3%
MÉDIO COMPLETO	43,8%
SUPERIOR INCOMPLETO	22,1%
SUPERIOR COMPLETO	14,1%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,5%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	1,5%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	61,0%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	39,0%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	48,2%
PROFISSIONAL LIBERAL	17,7%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	9,2%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	8,5%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	5,9%
APOSENTADO/PENSIONISTA	3,8%
DO LAR	3,4%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	3,3%

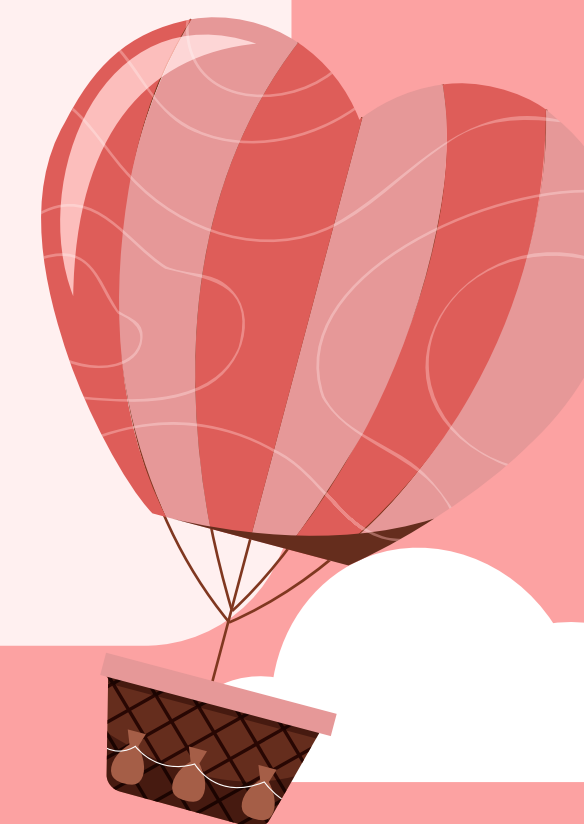
POSSUI FILHOS?

NÃO	50,5%
UM	27,9%
DOIS	16,9%
TRÊS	4,4%
QUATRO OU MAIS	0,3%



O que te ajuda a lembrar que o Dia dos Namorados está chegando?

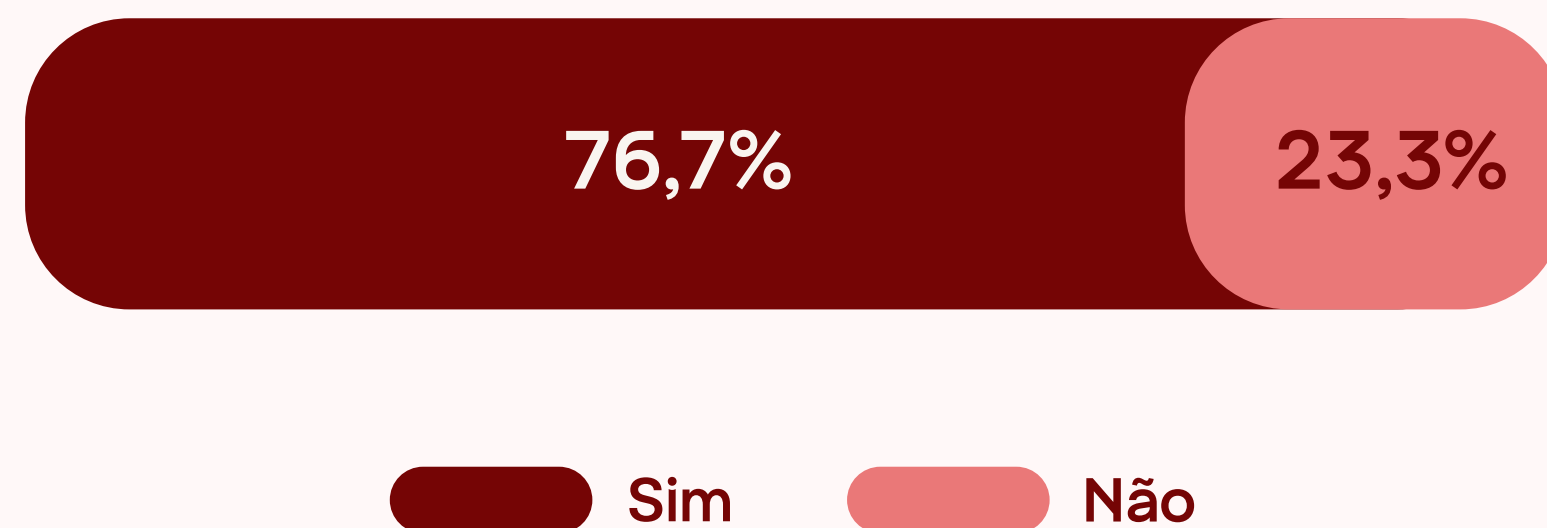
Época do ano	35,7%
Anúncios em redes sociais, e-mail, sites	24,5%
Promoções específicas	16,9%
Pessoas comentando	9,6%
Lojas decoradas	7,1%
Anúncios em jornais, revistas, outdoors e rádio	5,2%
Outros	1,0%



Grau de relacionamento



Você se considera uma pessoa romântica?



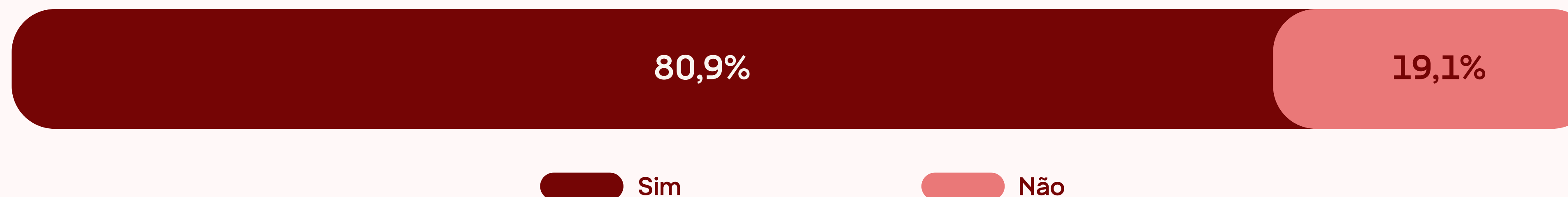
De que forma o romantismo influencia sua compra?



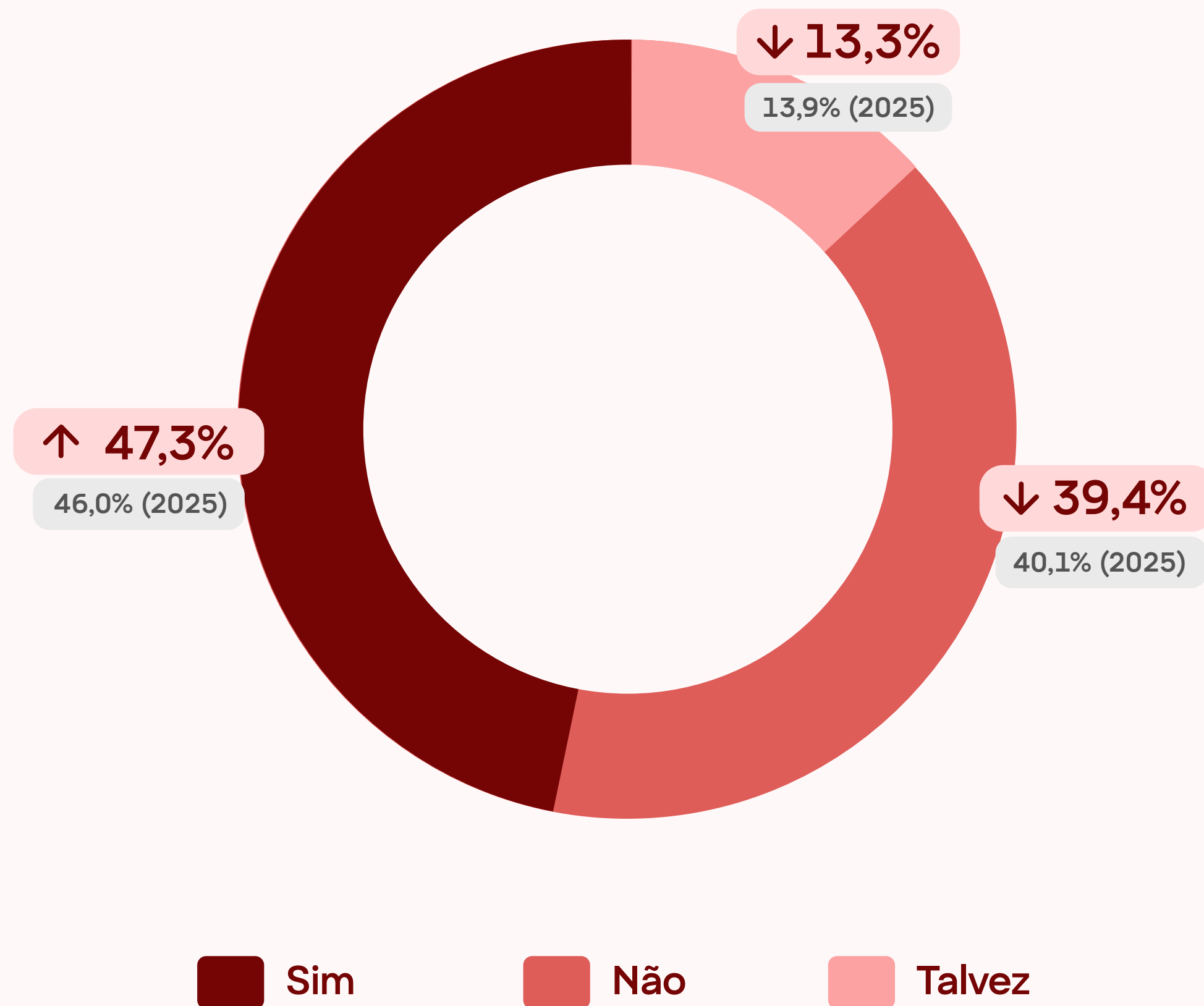
Você considera a ambientação importante?



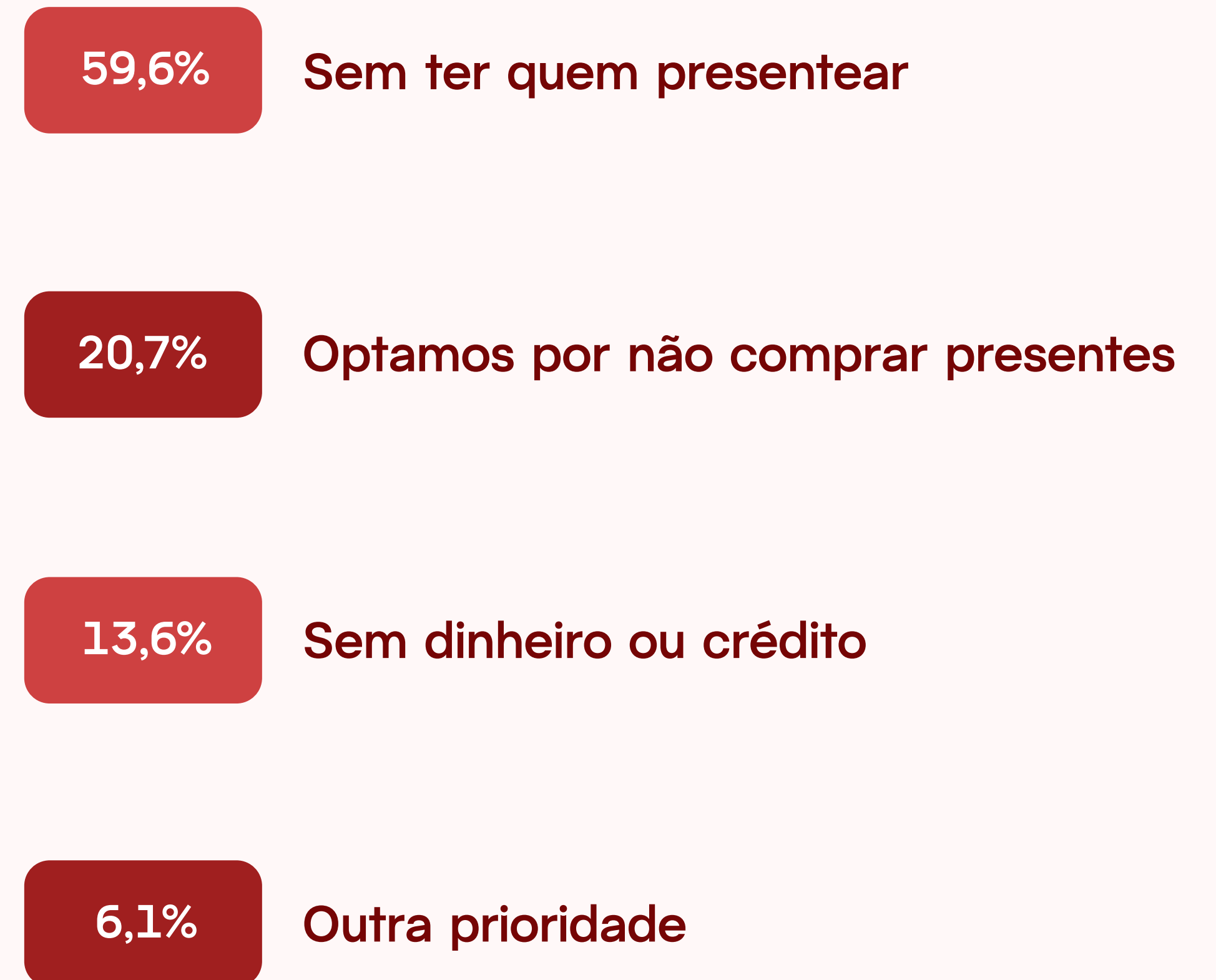
A ambientação da loja colabora para você entrar e conferir os produtos?



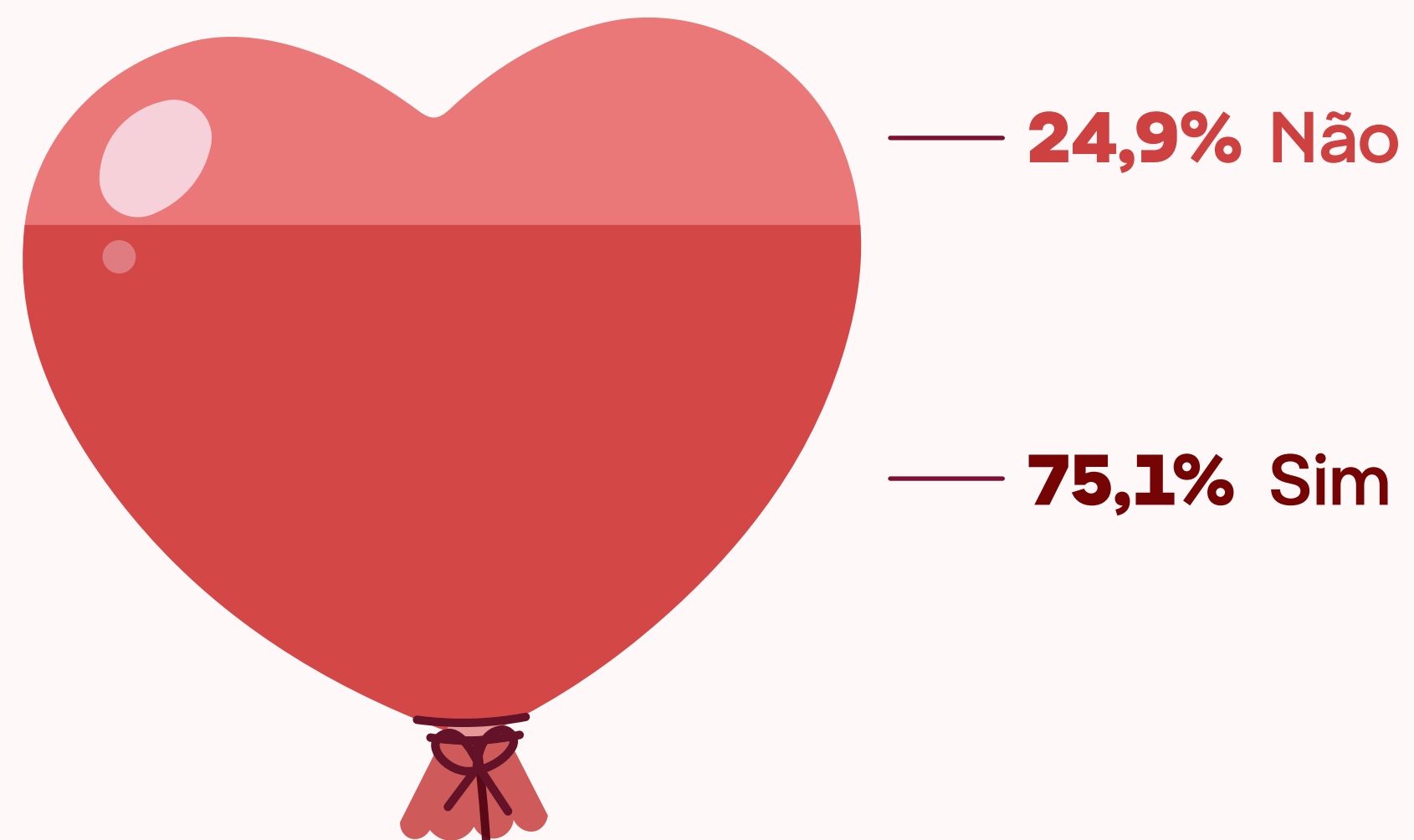
Você pretende fazer compras para o Dia dos Namorados?



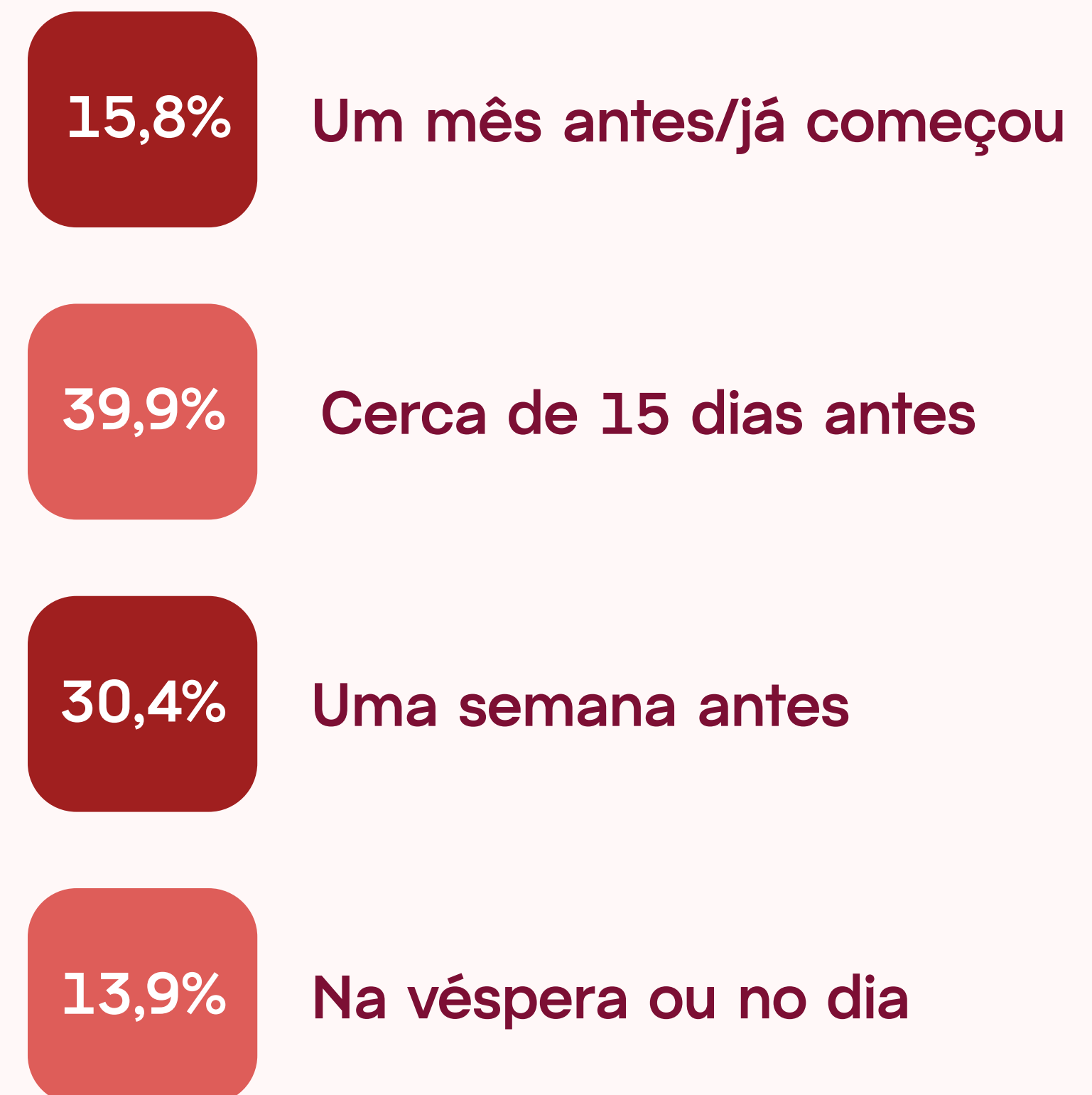
Por que você não irá fazer compras para o Dia dos Namorados?



Você pesquisa preços e produtos antes da compra?



Com que antecedência começa a pesquisar produtos e preços?

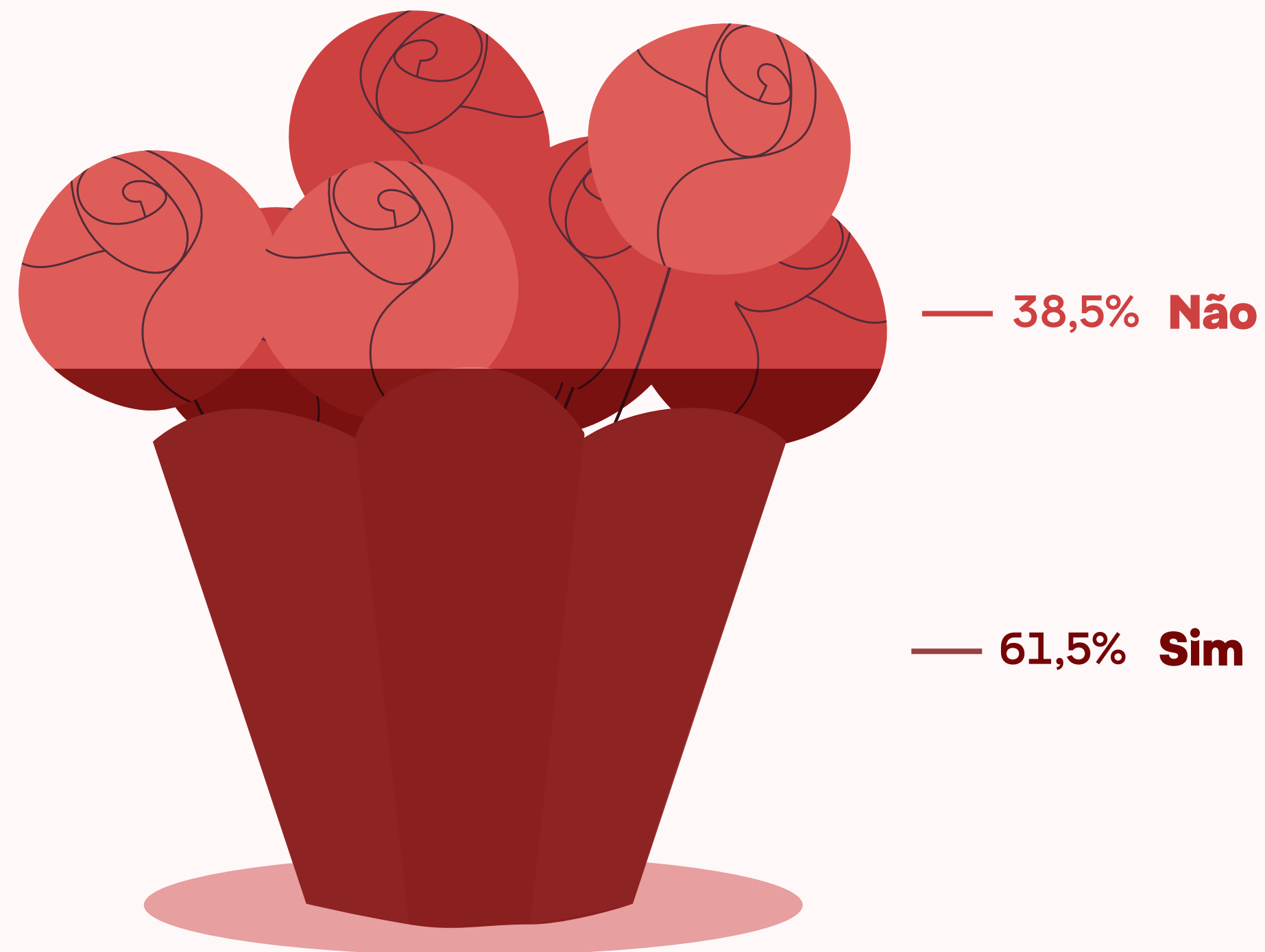





Que canais utiliza para receber ou pesquisar informações?

Direto nas lojas	26,3%
Sites das lojas	24,4%
Sites de pesquisa	21,8%
Whatsapp	10,8%
Instagram	8,3%
Facebook	3,4%
Cartazes e folhetos	2,6%
Rádio e TV	1,0%
Jornal e revista	0,4%
Outros	1,0%

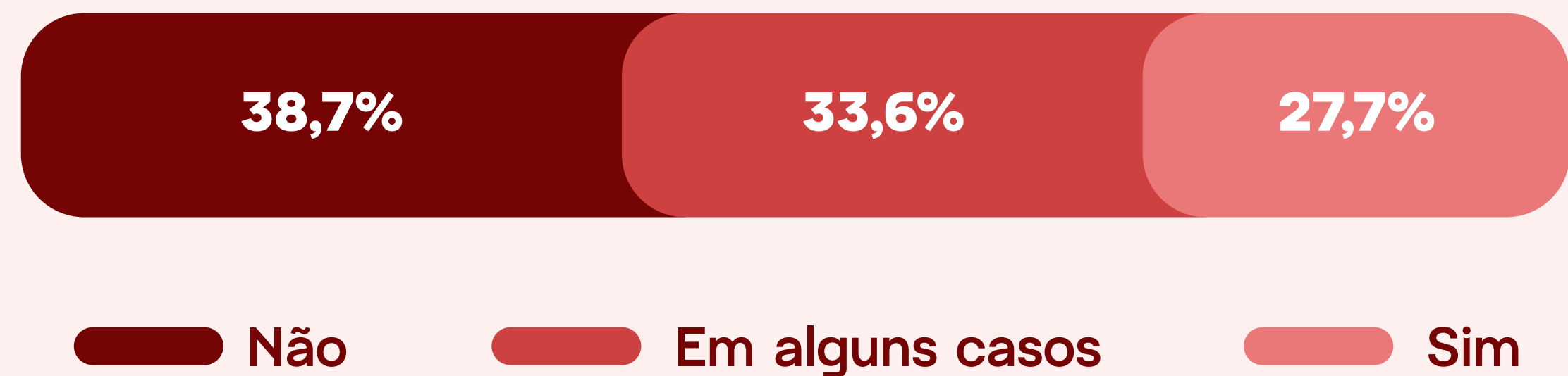


Já sabe o que vai comprar de presente?

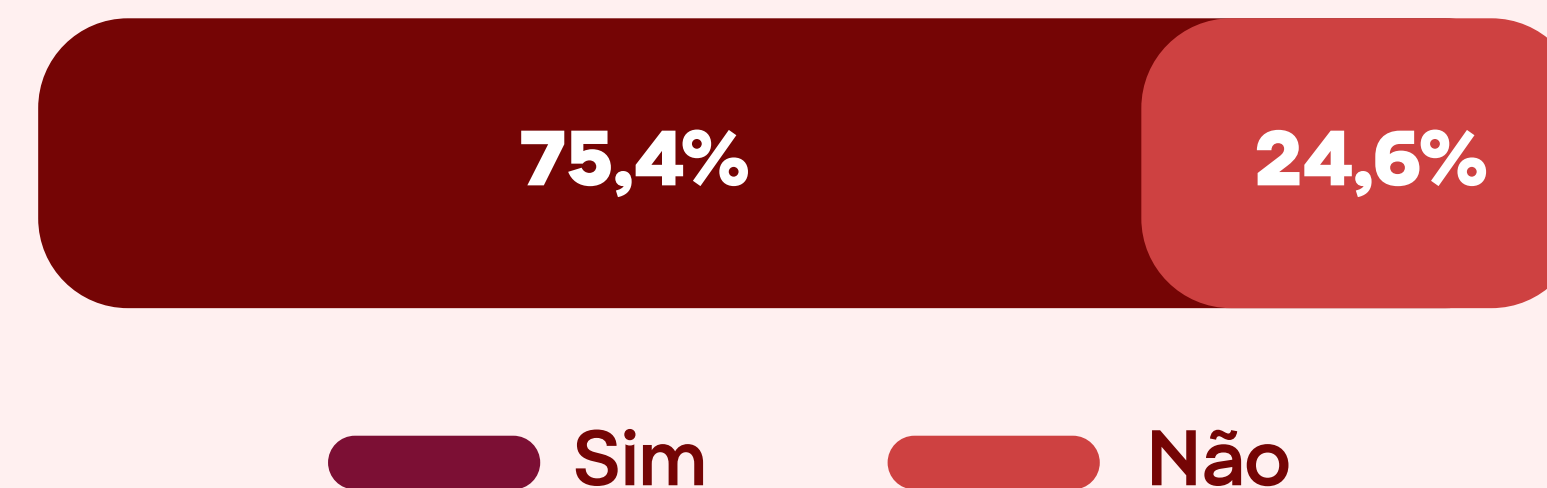


	Vestuário e acessórios	23,8%
	Higiene e beleza	17,0%
	Calçados	16,7%
	Flores	13,0%
	Chocolates e doces	9,6%
	Joias e relógios	8,7%
	Eletroeletrônicos	4,2%
	Serviços pessoais (cabelo, massagem, outros)	3,4%
	Utensílios domésticos	2,1%
	Outros	1,5%

Você compra o que o presenteado pede?

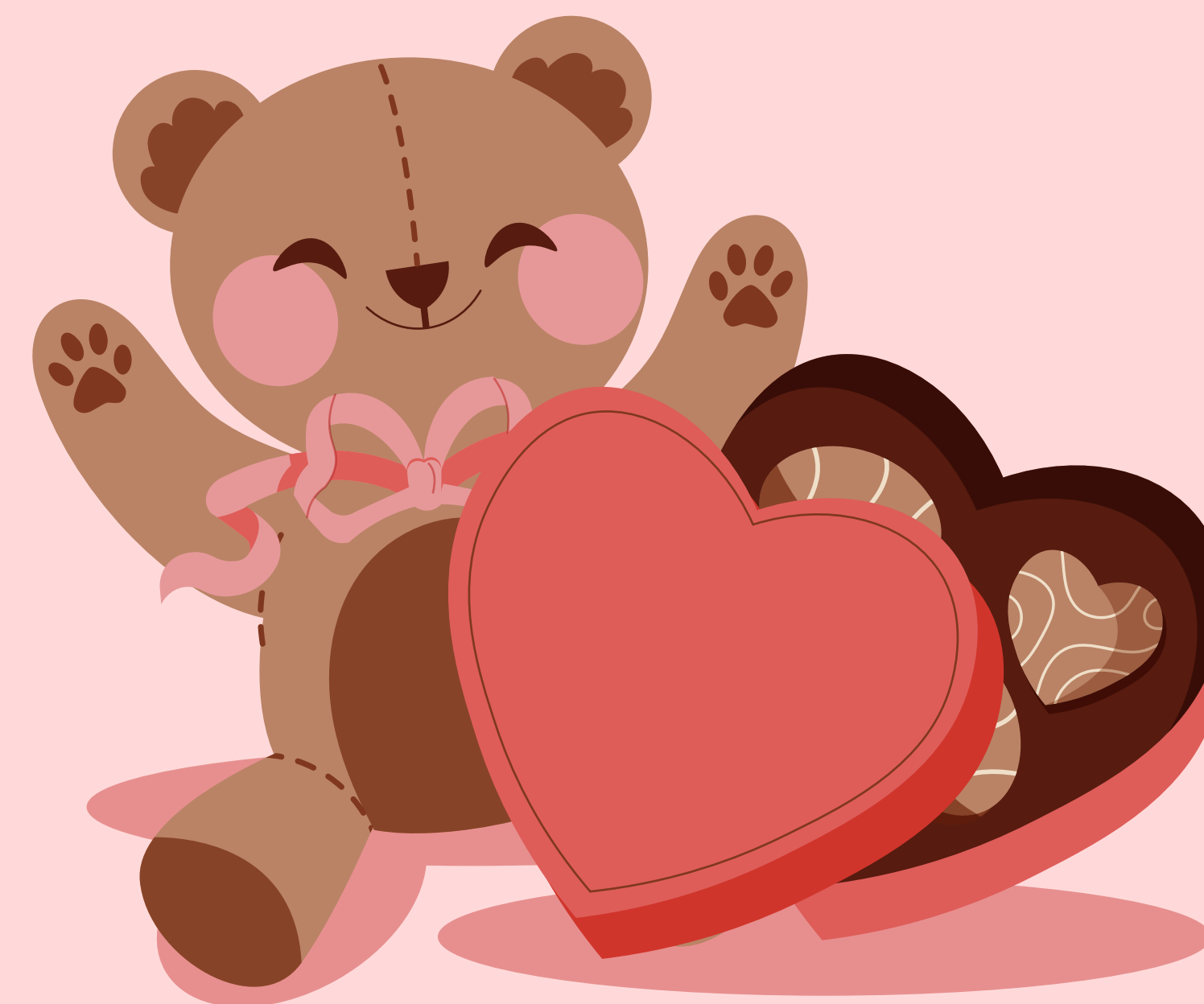


Além do presente, pretende fazer algo diferente?

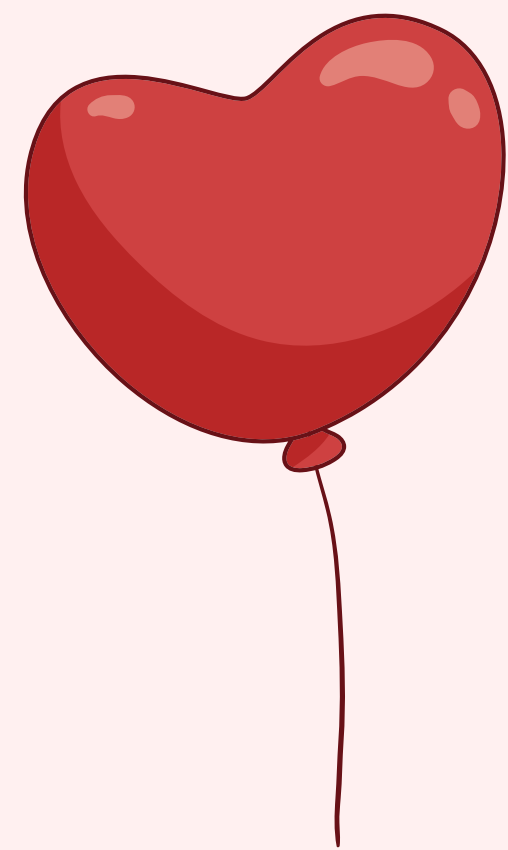


Opções de serviço

Jantar romântico	58,7%
Passeio	33,0%
Viagem	6,9%
Outros	1,4%



Quantos produtos pretende comprar?



1 **64,8%**



2 **27,2%**



3 **6,7%**



4 ou mais **1,3%**

Média 1,4

Ticket médio



297,03

Em relação ao ano passado, esse valor é:

Maior	35,4%
Igual	45,9%
Menor	18,7%

Para os que informaram que pretendem **gastar mais**:

Quais os motivos que o levam a gastar mais?

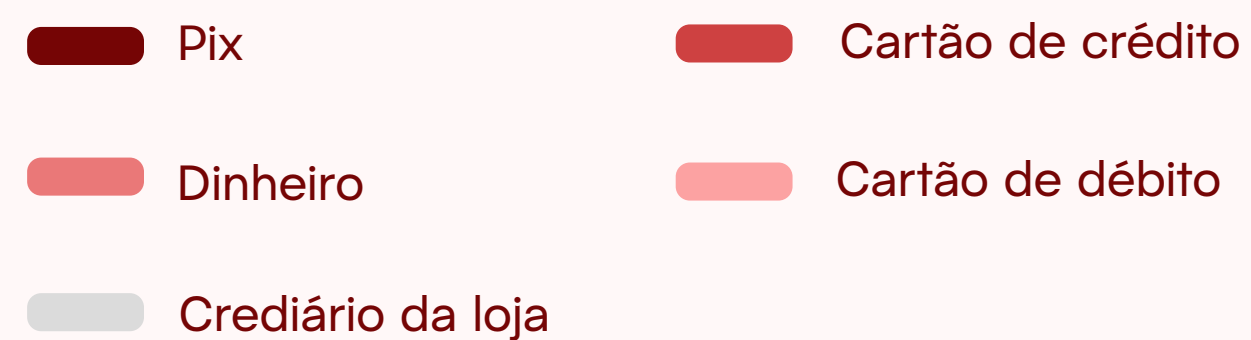
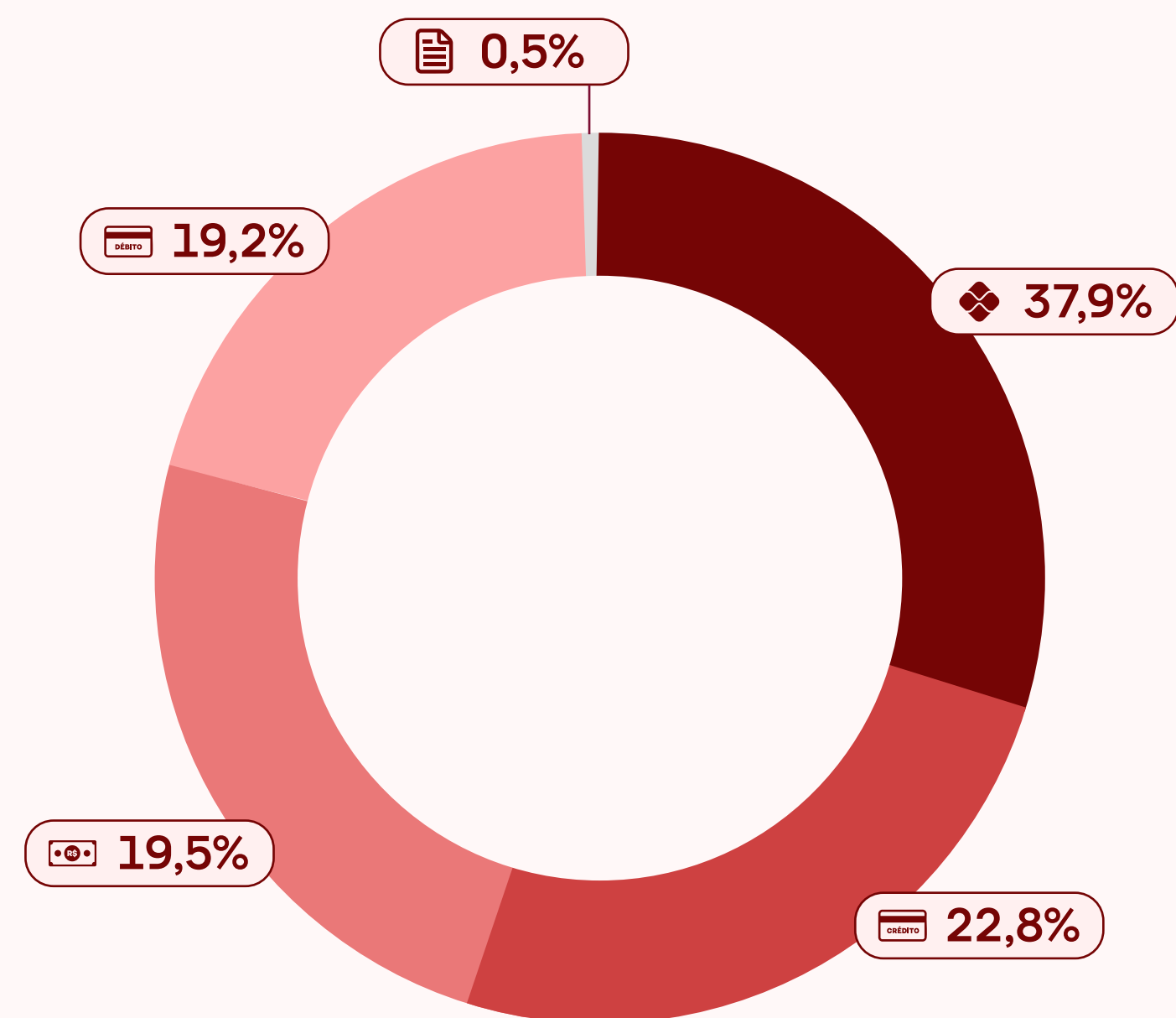
Comprar um presente melhor	43,1%
O(s) produto(s) estão mais caros	31,4%
Ano passado não estava namorando	10,5%
Comprar mais quantidade de presentes	9,2%
Melhoria de renda/salário	5,9%

Para os que informaram que pretendem **gastar menos**:

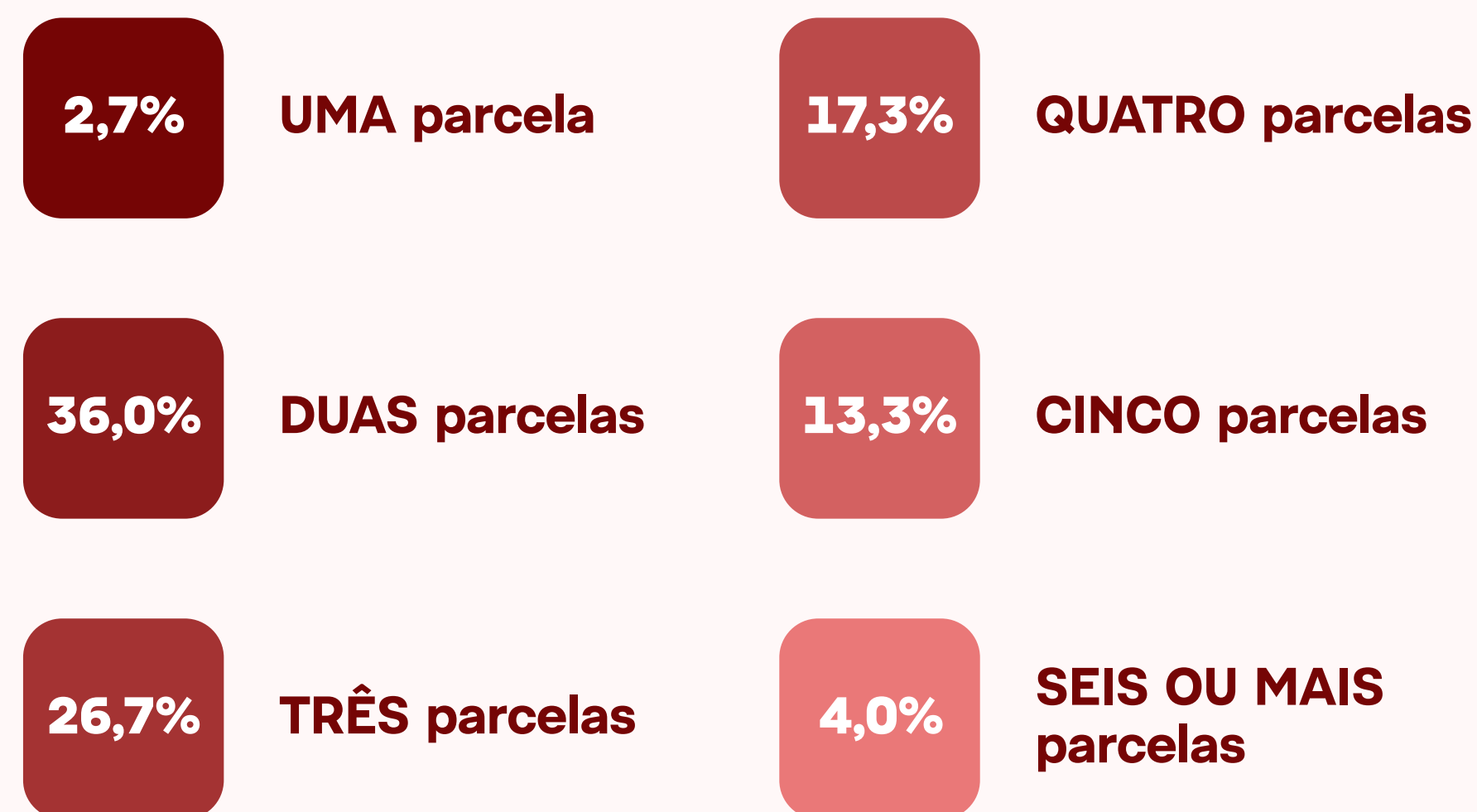
Quais os motivos que o levam a gastar menos?

Necessidade de cortar gastos	53,2%
O(s) produto(s) estão mais caros e não quer gastar um valor maior	24,1%
Não estava namorando	10,1%
Desemprego ou redução na renda	6,4%
Aumento de gastos com a família	6,2%

Meio de pagamento preferido



Qual o número de parcelas?



Pergunta feita a quem respondeu "cartão de crédito" ou "crediário" na anterior

Preferência pelo local de compra

Comércio local - Lojas de rua do centro	53,0%
Comércio local - Lojas de shopping centers	14,9%
Comércio local - Lojas de ruas nos bairros	9,9%
Comércio virtual - De outras cidades	8,9%
Comércio virtual - Local	7,0%
Comércio local - Supermercados	3,2%
Comércio - Em outras cidades	2,1%
Outros	1,0%



Preferência de dias da semana para compras

Segunda a sexta	48,6%
Sábado	47,5%
Domingo	3,9%



Horário preferido para compras

De manhã	38,8%
À tarde	46,3%
À noite	14,9%

Que fatores são decisivos na escolha do local de compra?

Atendimento (atenção, ajuda para escolher os presentes, explicação sobre os produtos)	31,4%
Produtos (qualidade, diversidade e produtos diferenciados)	28,9%
Pagamento (preço, promoções e condições de pagamento)	19,8%
Local (fácil acesso, estacionamento e segurança)	11,2%
Online (atendimento digital, e-commerce, entrega em domicílio)	5,9%
Identificação clara dos preços	1,8%
Propaganda e divulgação	0,7%
Ambientação e decoração da loja	0,3%

