

# Dia dos *Namorados*

2025

Pesquisa de  
comportamento  
e consumo



✱ **CDL** POA

## FALA DO PRESIDENTE

O Dia dos Namorados é mais uma das datas emocionais que movimenta o varejo durante o ano. Presentear quem se ama é mais que um comprar um produto, mas demonstrar um sentimento que supera as palavras. Em uma época de mudanças do perfil de relacionamentos, a CDL Porto Alegre, realiza uma análise do mercado para apresentar como os porto-alegrenses estão se preparando para mais essa data comemorativa; e ajudar você, comerciante, a elaborar as estratégias para melhor aproveitar a data.

Feliz Dia dos Namorados!

**Irio Piva**  
Presidente



# OBJETIVOS

## GERAL

Entender como os consumidores vivenciam essa data e de que forma se organizam financeiramente.

## ESPECÍFICOS

Compreender se há transformações no comportamento de consumo desta data comemorativa.

Mapear a **intenção de compra** para a data em relação ao *ticket* e às categorias de consumo.

# **METODOLOGIA**

## Quantitativa

Técnica: Survey por telefone



## **AMOSTRA**

304 pessoas entrevistadas  
que manifestaram intenção  
de compra de presentes no  
Dia dos Namorados em 2025.

## **PERFIL**

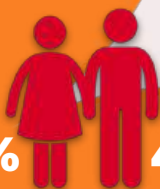
Homens e Mulheres,  
entre 18 anos e 70+,  
pertencentes às  
classes sociais A, B e C.

## **PRAÇA**

Porto Alegre

# COM QUEM FALAMOS

## GÊNERO



**54,9%**  
FEMININO

**44,1%**  
MASCULINO

\*1% da amostra respondeu outro.

## FAIXA ETÁRIA

18 a 24 anos **14,8%**

25 a 34 anos **25,3%**

35 a 49 anos **32,9%**

50 a 59 anos **17,8%**

60 a 69 anos **9,2%**

## ESTADO CIVIL

Solteiro **14,5%**

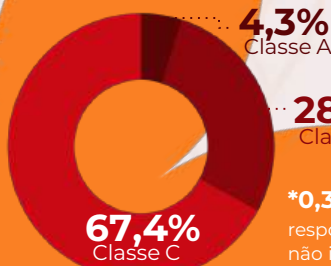
Namorando **30,3%**

Casado **50%**

Separado/  
Divorciado **3,3%**

Viúvo **1,9%**

## CLASSE SOCIAL



\*0,3% da amostra respondeu prefiro não informar.

**Classe A:** acima de R\$ 21.253

**Classe B:** de R\$ 6.073 a R\$ 21.252

**Classe C:** de R\$ 1.519 a R\$ 6.072

## ATIVIDADE PROFISSIONAL



Funcionário de empresa privada



Profissional liberal/empresário



Trabalhador informal/bico



Funcionário público



Estudante/estagiário



Aposentado/pensionista



Dono(a) de casa



Desempregado



# CAPÍTULOS

1

Considerações  
iniciais

2

Resultados  
da Pesquisa

3

Considerações  
finais



# DIA DOS NAMORADOS 2025



O Dia dos Namorados é mais uma data significativa para o varejo, pois une o consumo a uma ocasião emocional.

Criado exclusivamente com o intuito de **impulsionar as vendas do varejo no mês de Junho**, o Dia dos Namorados além de aumentar as vendas de determinados produtos, **movimenta também o ramo dos serviços**, como restaurantes, hotéis e cinemas.

É uma nova oportunidade para a realização de ações publicitárias temáticas, giro de estoque e impulsionamento do e-commerce.

No Brasil, a data se relaciona com a ideia de amor romântico, ficando mais restrita a uma celebração entre casais, independente da sua configuração.



Já nos Estados Unidos e em países da Europa, o *Valentine's Day*, celebrado no dia 14 de fevereiro, aproxima-se de uma **celebração do amor como um todo**, incluindo amizades e familiares, onde são propagados **gestos de carinho**.

A data também carrega um valor emocional significativo, mas com um **apelo comercial ainda mais abrangente**.



# CAPÍTULOS

1

Considerações  
iniciais

2

Resultados  
da Pesquisa

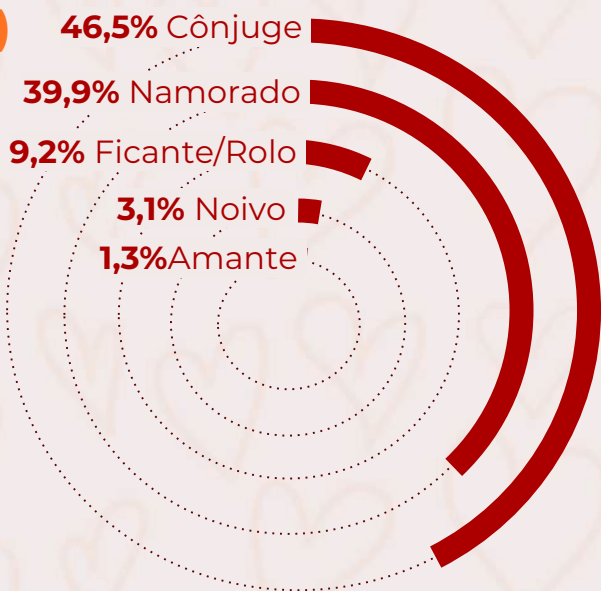
3

Considerações  
finais



**Cônjuges (46,5%) e namorados(as) (39,9%), serão as pessoas mais presenteadas nessa data especial!**

\*A especificação do *status* conjugal "namorando" foi utilizada por conta da data em questão, visto que esse não é um *status* formal.



## PERGUNTA

Quem você pretende presentear nesse Dia dos Namorados:

\*Questão de múltipla escolha, por isso os valores podem somar mais de 100%.

Amostra: 304 casos

**Apenas 2,3% da amostra afirmou considerar presentear outras pessoas.**

97,7%

Não

1%

Amigos

0,7%

Companheiros

0,3%

Enteado

0,3%

Filha

2,3%

Sim

Seria isso um reflexo da influência dos costumes dos Estados Unidos e da Europa?



## PERGUNTA

Há mais alguém que você considera presentear? Se sim, quem?

Amostra: 7 casos

**94,7% relata que irá presentear apenas 1 pessoa.**



**3,3%** dos entrevistados dará presente para 2 pessoas.

**1,6%** dos entrevistados dará presente para 3 pessoas.

**0,3%** dos entrevistados dará presente para 4 pessoas.

**Dos 5,3% restantes, presentearão:**

**1%**  
Amantes

**3%**  
Ficantes

**0,7%**  
Amigos

**0,3%**  
Enteado

**0,3%**  
Filha

## PERGUNTA

Qual é o número total de pessoas que você vai presentear?

Amostra: 304 casos



Dos relacionamentos...

## 89,1% x 10,9%

São monogâmicos e não-monogâmicos.

Entre os 10,9% que declaram-se não-monogâmicos, um pouco menos da metade (48,4%) tem de 18 a 34 anos. Enquanto **51,5% tem mais de 35 anos.**

Amostra: 33 casos

Apenas **24%** dos não-monogâmicos afirma que irá presentear 2 ou mais pessoas.



No comportamento dos jovens a **não-monogamia** é um conceito já bem compreendido e disseminado. **Nas outras faixas etárias, será que essa não monogamia é velada ou conhecida pelo outro cônjuge?**

PERGUNTA

O seu relacionamento é:

Amostra:  
304 casos

## 87,8%

dos entrevistados pretendem **presentear alguém do sexo oposto** no Dia dos Namorados.

Enquanto

## 12,2%

irão **presentear alguém do mesmo sexo** nessa data.

## 64,9%

desses que presentearão alguém do **mesmo sexo** tem **entre 18 e 34 anos**.

Amostra: 37 casos

#### PERGUNTA

O seu presenteado principal é:

Amostra: 304 casos





## A duração dos relacionamentos é bastante variada.

A predominância é de relacionamentos **bem recentes** (menos de 1 ano, 22,4%), seguido de relacionamentos ainda curtos (entre 1 e 3 anos, 19,1%) e relações já bem duradouras, com mais de 20 anos (16,8%).

Menos de 1 ano	22,4%
Entre 1 e 3 anos	19,1%
Entre 3 e 5 anos	13,2%
Entre 5 e 10 anos	13,7%
Entre 10 e 20 anos	14,8%
Mais de 20 anos	16,8%

### PERGUNTA

Há quanto tempo você está nesse relacionamento?

Amostra: 304 casos

## Como se deu o encontro desses casais?



### PERGUNTA

Onde você conheceu seu atual parceiro(a)?

Amostra: 304 casos

Intermédio de amigos ou familiares.	32,6%
Faculdade, trabalho, academia ou algum tipo de atividade coletiva.	28,9%
Festas, bares ou baladas	23%
Aplicativos de relacionamento	15,5%

A faixa etária dos **35 a 49** anos conheceu seus parceiros por **intermédio de amigos e familiares** (41,4%) e **na faculdade, trabalho e academia** (34,1%).

Já os mais jovens, que possuem entre **25 e 34** anos, predominam os **APPs** (36,2%) e **festas, bares ou baladas** (27,1%), quando comparados às outras faixas de idade.

Nesse recorte temos **mais encontros analógicos do que digitais.**



**E a preferência  
dos presentes?**



**22%**  
dos entrevistados  
presentearão  
com roupas  
(inclusive  
esportivas).



Itens de perfumaria,  
maquiagens e cosméticos  
**(15,8%)** também estão entre  
os presentes preferidos para a data.



**10,9%**

Acessórios  
(bolsa, cinto, carteira)



**7,9%**

Sair para



**5,6%**

Calçados



**4,6%**

Viagem de  
final de semana



**4,3%**

Livros

**3,6%** Flores

**3,3%** Eletrônicos

**2,6%** Bijuterias

**1,3%** Artigos de sex shop

**1,3%** Eletrodomésticos

**1%** Dia de beleza (spa/massagem)

**0,7%** Equipamentos esportivos

**0,7%** Cama / mesa / banho

**0,3%** Objetos de casa/decoração

**0,3%** Móveis

**13,8% Outros:**

**7,7%** Chocolate e Doces

**2,4%** Não sei

**0,7%** Joias

**0,3%** Acessório p/ carro

**0,3%** Álbum de fotos

**0,3%** Viagem maior

**0,3%** Caderno

**0,3%** CD

**0,3%** DVD

**0,3%** Espumante

**0,3%** Par de meia

**0,3%** Utensílios de pintura

**0,3%** Presente importado

## PERGUNTA

Se o Dia dos Namorados fosse nos próximos dias, o que seria  
o mais provável que você compraria de presente principal?

Amostra: 304 casos

# Namorados



Nesse Dia dos Namorados, **16,2% das mulheres** gostariam de ganhar itens de perfumaria ou acessórios (11,4%).



Já os **homens** preferem **roupas (20,2%)** ou **acessórios (11,2%)**.

**Em conformidade com os itens de desejo, 53,9% dos respondentes afirmam preferir ganhar presentes de uso pessoal.**

Se olharmos pelo recorte de gênero, **as mulheres têm essa preferência de modo mais acentuado**, com 56,9%, enquanto **para os homens o equilíbrio é maior**, com 51,5% preferindo algo de uso pessoal e 48,5% algo para compartilhar.

**53,9%**

De uso pessoal

**Você prefere ganhar um presente:**

Amostra: 304 casos

**46,1%**

Para compartilhar uma experiência com seu/ sua namorado(a)

## PERGUNTA

Se o Dia dos Namorados fosse nos próximos dias, o que VOCÊ gostaria de ganhar de presente?

Amostra: 304 casos





## Estaria a orientação sexual conectada à assertividade do presente?

### Em relacionamentos heterossexuais:

#### Mulheres são mais assertivas no presente:

enquanto 27% delas irão presentear com roupas, 20,2% dos homens gostariam de ganhar este item.

Já 16,4% dos homens pretendem presentear com roupas, enquanto elas gostariam de ganhar, preferencialmente, itens de perfumaria (16,2%).





**Estaria a orientação sexual conectada à assertividade do presente?**

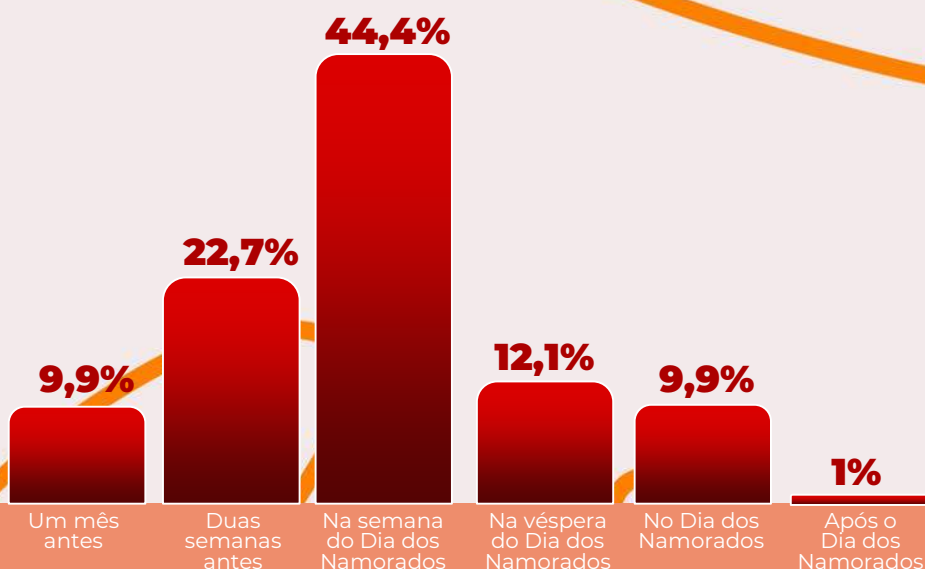
## **Em relacionamentos homoafetivos:**

**Os homens se saem melhor em relacionamentos homoafetivos,** pois 16,4% deles pretendem presentear com roupas, item mais desejado por eles também (20,2%).

Enquanto o presente que as mais mulheres mais gostariam de ganhar é um item de perfumaria (16,2%), roupas são o que elas mais irão receber de outras mulheres (27%).



A compra do presente de Dia dos Namorados ocorre, de maneira predominante, na semana da data comemorativa (44,4%), seguido de duas semanas antes com 22,7% das menções.



O **comportamento** nessa data **permanece similar** ao da Páscoa e do Dia das Mães, com a maior **prevalência de compras no período da semana** da comemoração.

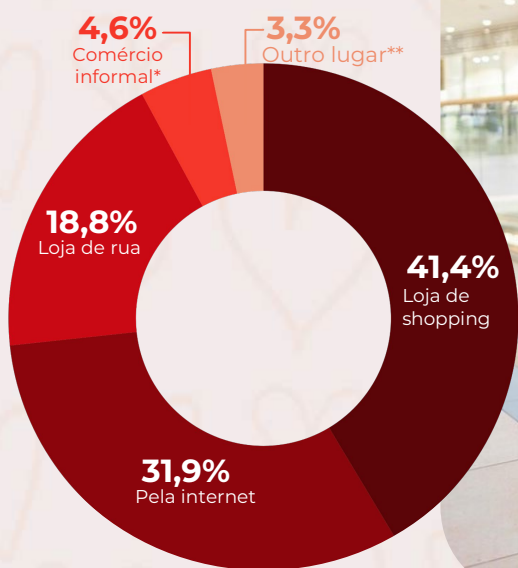
Ainda em comparação às demais celebrações pesquisadas até o momento, **o Dia dos Namorados é a data em que a antecedência de um mês mais se sobressai.**

**PERGUNTA**

Quando você costuma comprar a maior parte dos presentes?

Amostra: 304 casos

# Lojas de shopping são o comércio mais procurado para a realização das compras nesta data (41,4%)!



\*Comércio informal (camelô, feira de rua, vendedor Avon, Natura, etc).

\*\*Outro lugar: Fará uma reserva direta com o restaurante (4x) supermercado, papelaria e ainda não sabe.

Esse dado está alinhado com o comportamento de compra observado, especialmente considerando que as **compras online (preferidas por 31,9%) exigem um prazo maior por conta da entrega.**

Não por acaso, desses que comprarão o presente online, 48,5% afirmaram realizar as suas compras com duas semanas ou 1 mês de antecedência. Além disso, **a facilidade no processo de troca é outro fator que favorece esse canal de compra.**

## PERGUNTA

Onde você pretende comprar o presente principal?

Amostra: 302 casos



## A faixa de investimento no presente de Dia dos Namorados é de 201 a 500 reais (35,2%)



## Mulheres investem mais do que homens no presente de Dia dos Namorados.

Entre elas, 21,4% pretendem gastar de 201 a 500 reais. Já a faixa de investimento predominante entre os homens é de 101 a 200 reais, com 13,8%.

### CLASSE A

**46,2%** irá investir entre 201 e 500 reais, enquanto **30,8%** pretende investir mais de 500 reais no presente.

### CLASSE B

**42,4%** da Classe B irá investir de 201 a 500 reais.

### CLASSE C

O investimento pela Classe C é bastante equilibrado, com **32,7%** destinando de 101 a 200 reais no presente e **31,7%** de 201 a 500 reais.

#### PERGUNTA

Quanto você pretende gastar só no presente principal?

Amostra: 302 casos



**Parcelar no cartão de crédito é o formato de pagamento preferido entre a amostra, com 34,5%.**

**Não há uma preferência distinta entre os gêneros:** o crédito parcelado é preferido por ambos.

Cartão de Crédito (parcelado) **34,5%**

Cartão de Débito **25,7%**

Cartão de Crédito **24,3%**

Dinheiro **10,9%**

Pix **4,6%**

Já entre as classes a **diferença de comportamento é mais estabelecida**. A **Classe C** se divide equilibradamente entre **crédito parcelado e à vista no cartão de débito** (ambos com 28,8%). Classes com maior poder aquisitivo (**A e B**), **optam por parcelar suas compras** (46,2% e 47,1% respectivamente).

A preocupação em contrair dívidas pode justificar o comportamento da Classe C. Já um maior conhecimento sobre os benefícios do uso do cartão, como pontos e milhas, pode ser o que fundamenta o comportamento das Classes A e B.

#### PERGUNTA

Como você acha que vai pagar o presente principal?

Amostra: 302 casos

**Para 32,3%, o valor despendido para o presente é igual ao do ano passado.**

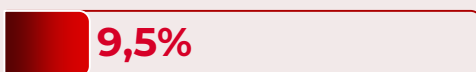
Igual ao ano passado



Maior que o ano passado



Menor que o ano passado



Não comprei presente no ano passado

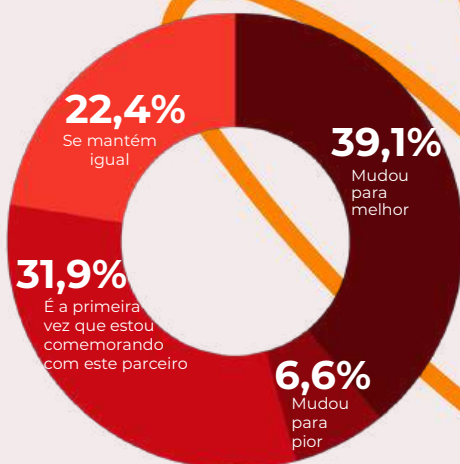


## PERGUNTA

Em relação ao ano passado, o valor gasto no presente deverá ser:

**Amostra: 304 casos**

Mas isso não significa repetir um comportamento: 39,1% dos respondentes afirmam que a forma de comemorar o Dia dos Namorados **mudou para melhor!**



## PERGUNTA

A forma de comemorar o Dia dos Namorados com seu parceiro atual:

**Amostra: 304 casos**

**Dar uma VIAGEM é  
o presente dos sonhos para  
29,6% da amostra.**



O presente dos sonhos varia entre **experiências** (viagens, shows e cursos) e **bens duráveis** (imóvel, carro ou celular).

Ele **não se difere de maneira significativa entre as classes sociais**, com exceção do celular, que é destaque majoritariamente na Classe C.

PERGUNTA

Se você pudesse dar o presente dos sonhos para seu presenteado, independente do valor, o que você daria?

Amostra: 304 casos



**27%**

dos entrevistados farão alguma viagem ou passeio em comemoração ao Dia dos Namorados.

Já **73%** não investirão em viagens ou passeios, mas isso não significa que a data não será comemorada.

## PERGUNTA

Você pretende viajar ou fazer algum passeio em comemoração a esta data?

Amostra: 304 casos

Entre o grupo de pessoas que está disposto a investir em passeios/viagens: **37,8% dos viajantes vão gastar mais de R\$ 1.000** e 25,6% vão despendar entre R\$ 501 e R\$ 1.000 na comemoração.



## PERGUNTA

Quanto pretende gastar na viagem/passeio?

Amostra: 82 casos

## Quem terá gastos além do presente?



# 65,8%

terão gastos com a comemoração, além do valor do presente.

O investimento decorrente da comemoração será **entre R\$ 101,00 e R\$ 300,00 para 60,8%** da amostra e entre R\$ 301,00 e R\$ 500,00 para 20,1% das pessoas.



Até R\$100



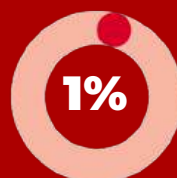
De R\$101 a R\$300



De R\$301 a R\$500



De R\$501 a R\$1.000



Mais de R\$1.000

### PERGUNTA

Quanto pretende gastar no jantar/motel?

Amostra: 200 casos

## E quem não vai sair ou fazer refeição especial?

Predominam neste recorte as **mulheres** (60,6%), a faixa etária dos **50 aos 59 anos** (26,9%) e pessoas da **Classe C** (78,9%).

Amostra: 104 casos

# 34,2%

pouco mais de  $\frac{1}{3}$  da amostra vão limitar seu investimento apenas na compra do presente.

### PERGUNTA

Você pretende sair para jantar fora, fazer alguma refeição especial no ou ir ao motel no Dia dos Namorados?

Amostra: 304 casos





*Estaria essa dificuldade de nomeação conectada a uma impressão de que os relacionamentos hoje estão mais efêmeros, fluidos, complexos ou diversos?*

Para você, qual palavra melhor define os relacionamentos atuais?

**Amostra: 304 casos**

*Namorados*

✱ CDL<sup>POA</sup>

# EDUCAÇÃO FINANCEIRA

CDL PORTO ALEGRE

Nas rodadas de 2025, elencamos **8 perguntas relacionadas à educação financeira** com intuito de monitorá-las ao longo do ano.

1. Como está a sua saúde financeira atual?
1. Em relação ao seu perfil, qual é a frase que melhor te descreve atualmente?
1. Você já participou de algum curso ou evento sobre educação financeira?
1. Você tem interesse em participar de algum curso ou evento sobre educação financeira?
1. Vou citar alguns tipos de jogos/apostas e gostaria que você dissesse se costuma jogar:
1. Além dos jogos/apostas citados anteriormente, você costuma jogar algum outro que não tenha sido mencionado?
1. Você possui alguma meta financeira para 2025?
1. Quanto você está conseguindo cumprir a meta financeira planejada para 2025?

Acerca da **saúde financeira**, uma parcela significativa dos respondentes a caracterizam como **estável: não devem, mas não sobra dinheiro**.

**Estável:** não devo, mas também não sobra

41,5%

**Boa:** consigo saldar as contas e economizar alguma coisa

34,2%

**Excelente:** possuo economias

13,8%

**Precária:** estou com dificuldades de manter as contas em dia

10,5%

## GÊNERO

Entre as **mulheres**, **43,1%** afirmam ter uma saúde financeira estável. Já os **homens**, são **40,3%**.

## CLASSE SOCIAL

Já a classe social com uma maior parcela de pessoas que se declaram estáveis é a **C**, com **42,9%**.

## FAIXA ETÁRIA

A faixa etária em que mais pessoas declaram-se estáveis é a dos **35 a 49**, com **52%**.

### PERGUNTA

Como está a sua saúde financeira atual?

Amostra: 304 casos



## Saúde financeira x Gênero



### Feminino

Precária	12%
<b>Estável</b>	<b>43,1%</b>
Boa	31,7%
Excelente	13,2%



### Masculino

Precária	8,2%
<b>Estável</b>	<b>40,3%</b>
Boa	37,3%
Excelente	14,2%

## Saúde financeira x Classe Social



### Classe A

Precária	0%
Estável	23,1%
Boa	30,8%
<b>Excelente</b>	<b>46,1%</b>

### Classe B

Precária	7%
Estável	40%
<b>Boa</b>	<b>42,4%</b>
Excelente	10,6%

### Classe C

Precária	12,7%
<b>Estável</b>	<b>42,9%</b>
Boa	31,2%
Excelente	13,2%

O único público que considera a sua **saúde financeira excelente (46,2%)** são as pessoas que declaram-se pertencentes à **Classe A.**

#### PERGUNTA

Como está a sua saúde financeira atual?

Amostra: 304 casos

# Saúde Financeira x Faixa Etária

## 18 a 24 anos

Precária	22,2%
<b>Estável</b>	<b>31,2%</b>
Boa	24,4%
Excelente	22,2%

## 25 a 34 anos

Precária	11,7%
<b>Estável</b>	<b>37,6%</b>
Boa	33,8%
Excelente	16,9%

## 35 a 49 anos

Precária	7%
<b>Estável</b>	<b>52%</b>
Boa	33%
Excelente	8%

## 50 a 59 anos

Precária	9,3%
Estável	37%
<b>Boa</b>	<b>44,4%</b>
Excelente	9,3%

## 60 a 69 anos

Precária	3,6%
<b>Estável</b>	<b>39,3%</b>
Boa	35,7%
Excelente	21,4%

A única faixa etária que declara a sua **saúde financeira predominantemente como boa**, é de **50 a 59 anos**.

### PERGUNTA

Como está a sua saúde financeira atual?

**Amostra: 304 casos**

## Perfil de consumo

**32,9%**

### GASTADOR

Geralmente, **gasto o que eu ganho**, mas também não costuma sobrar nada.

Até posso ter parcelamentos, mas estão em dia.

**24,3%**

### POUPADOR

Geralmente, **consigo economizar parte do que ganho** para reservas de emergência ou algum objetivo específico.

**23,7%**

### DESLIGADO

Geralmente, **não gasto tudo que ganho**, mas **deixo o que sobra parado**. Não coloco na poupança e nem invisto.

Gastar o que ganha, mas não ter dinheiro sobrando é um cenário comum na vida dos entrevistados.

**Eles até podem ter parcelamentos, mas estão em dia.**

**10,5%**

### INVESTIDOR

Geralmente, **destino parte da minha receita a investimentos financeiros**.

**8,6%**

### DEVEDOR

Geralmente, **tenho dívidas que não consigo saldar** e entro numa bola de neve, pois tenho gastos maiores que a minha renda.

#### PERGUNTA

Em relação ao seu perfil de consumo, qual é a frase que melhor te descreve atualmente:

Amostra: 304 casos

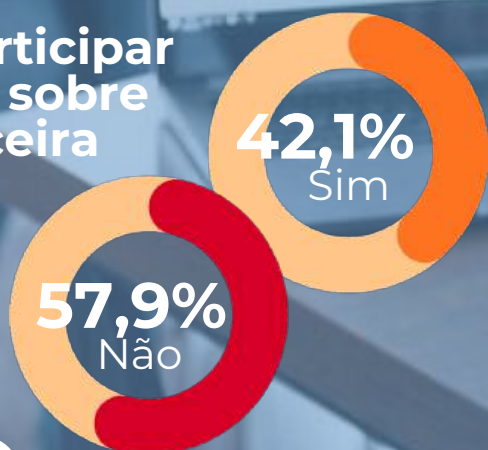
## Curso ou evento sobre educação financeira

Participação em curso ou evento sobre educação financeira



A **maior parte** dos entrevistados (**58,6%**) **nunca participou** de um evento sobre educação financeira e um percentual semelhante, **57,9%**, **não tem interesse** em participar de um.

Interesse em participar curso ou evento sobre educação financeira

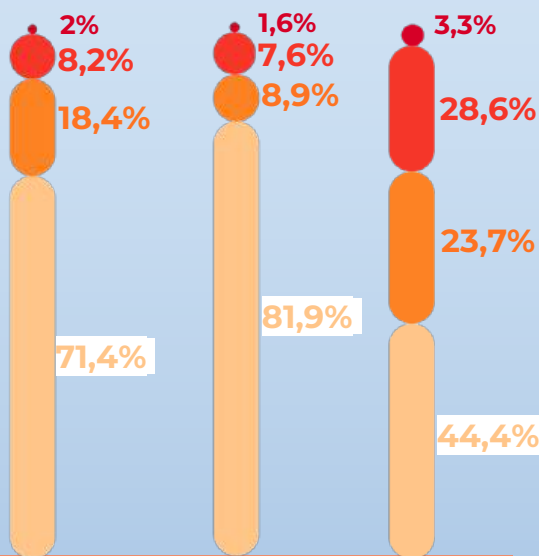


### PERGUNTA

Em relação ao seu perfil de consumo, qual é a frase que melhor te descreve atualmente:



# Comportamento em relação a jogos de aposta



Legenda:

**Aposto frequentemente**  
**Aposto eventualmente**  
**Já apostei para experimentar, mas não continuei apostando**  
**Nunca apostei**

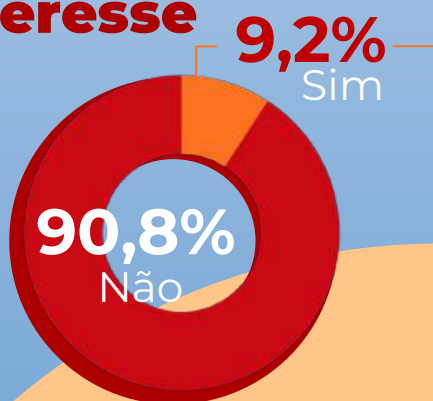
PERGUNTA

Vou citar alguns tipos de jogos/apostas e gostaria que você dissesse se costuma usar:

Amostra: 304 casos

## Em relação ao interesse em outros jogos

Embora as apostas online estejam em crescimento no país, **os tradicionais jogos de loteria ainda são os favoritos da população**, com uma porcentagem significativa de apostadores eventuais (23,7%), se comparados às outras modalidades.



Distribuição dos 9,2%:

4% Jogo do Bicho

3,2% Trilegal

2% Outros:

Bingo, Hero Zero, Poker, Famlhão

PERGUNTA

Além destes tem outros, quais:

## Meta para 2025:

Possuir uma **meta financeira para 2025** é uma realidade para a maioria da nossa amostra **(59,5%)**.



**Sim**



**Não**



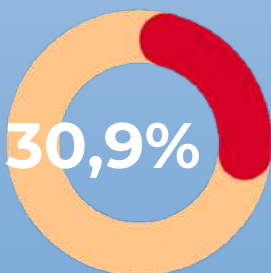
**PERGUNTA**

Você possui alguma meta financeira para 2025?

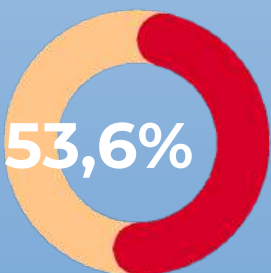
**Amostra: 304 casos**

Destes que possuem, **53,6% afirmaram estar conseguindo cumpri-la parcialmente**. Ou seja, estão se esforçando mas **as coisas não estão saindo como o planejado**.

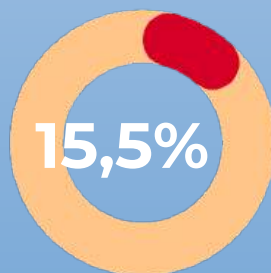
30,9% está conseguindo cumprir com o que se comprometeu e 15,5% não está conseguindo cumprir o que planejou para este ano.



**Totalmente:**  
estou conseguindo cumprir com o que me comprometi



**Parcialmente:**  
estou me esforçando, mas não está como planejado



**Não estou conseguindo**  
cumprir a meta financeira planejada para 2025

**PERGUNTA**

Quanto você está conseguindo cumprir a meta financeira planejada para 2025?

**Amostra: 304 casos**

# CAPÍTULOS

1

Considerações  
iniciais

2

Resultados  
da Pesquisa

3

Considerações  
finais



# RAIO X DO DIA DOS NAMORADOS

**80,3%**

das pessoas entrevistadas **estão em um relacionamento** (namoro ou casamento).



**89,1%**

são relacionamentos monogâmicos

**41,5%**

dos relacionamentos têm **até 3 anos** de duração.



**32,6%**

da amostra conheceu seu atual parceiro(a) pelo **intermédio de amigos ou familiares.**

**94,4%**

relata que irá presentear apenas 1 pessoa.



**Cônjuges (46,5%) e namorados(as) (39,9%),** serão os mais presenteados nesta data!

**APENAS 2,3%**

considerou presentear outras pessoas (amigos, familiares e outros companheiros).



**87,8%**

pretendem **presentear alguém do sexo oposto.**



# RAIO X DO DIA DOS NAMORADOS

**Roupas (22%)  
e itens de  
perfumaria  
(15,8%)**



serão os  
presentes  
mais dados.



**44,4%**

Os presentes serão  
comprados **na semana**  
do Dia dos namorados.

Com

**41,4%**

**as lojas de shopping**  
são o local de maior  
procura por presentes.

Para

**35,2%**

a **pretenzão**  
de gastos é de  
**R\$201 a R\$500.**



O valor despendido  
para o presente é  
**igual ao do ano  
passado para  
32.3%**

**Cartão  
de crédito  
(parcelado)**

é o formato de  
pagamento preferido  
de 34,5% da amostra.

**39,1%**

afirma que a forma  
de comemorar o  
Dia dos Namorados  
**mudou para  
melhor!**



Dar uma  
**VIAGEM**

é o presente dos  
sonhos para 29,6%

# RAIO X DO DIA DOS NAMORADOS

**73%**  
**não farão**  
viagens ou pas-  
seios nesta data.



Dos 27% que  
irão viajar,  
**37,8% gastarão  
mais de R\$ 1.000**

**65,8%**  
terão gastos  
com a comemo-  
ração, além do  
valor do presente.



**Para 60,8%**  
esse gasto será de  
**R\$101,00 a  
R\$300,00.**

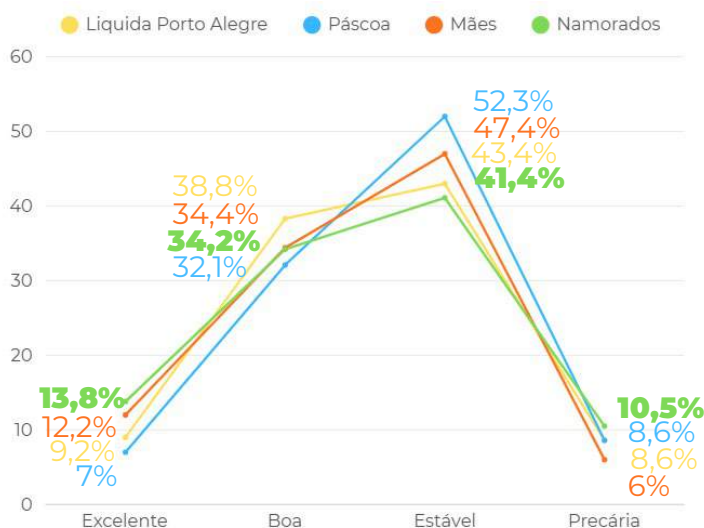
Considerando  
que essa é uma  
data com um  
maior planeja-  
mento de compra,  
**quem souber  
atrair a atenção  
do consumidor...**



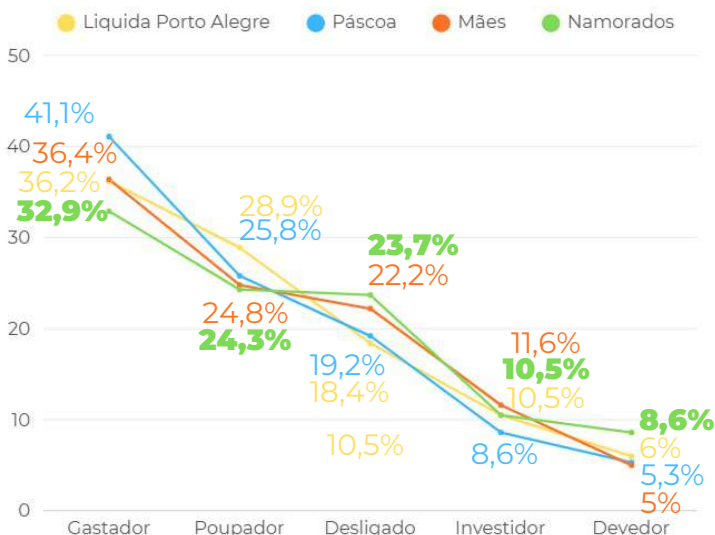
**...terá mais  
chance de  
dar *match*  
no presente!**

# Acompanhamento da evolução do tema **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

## 1. Como está a sua saúde financeira atual?

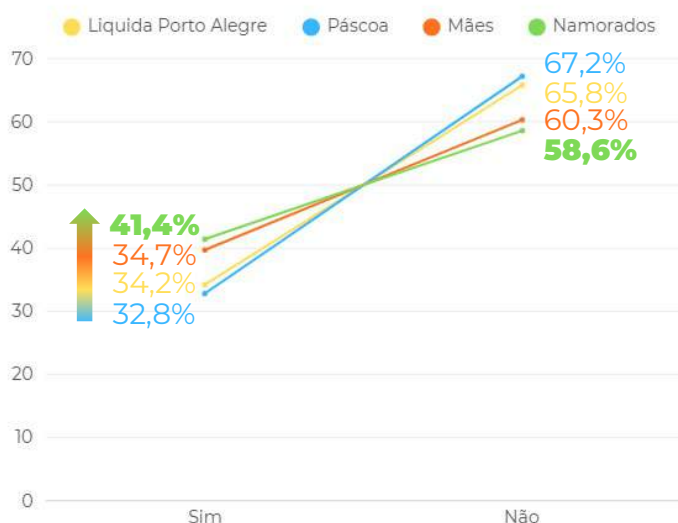


## 2. Em relação ao seu perfil, qual é a frase que melhor te descreve atualmente?

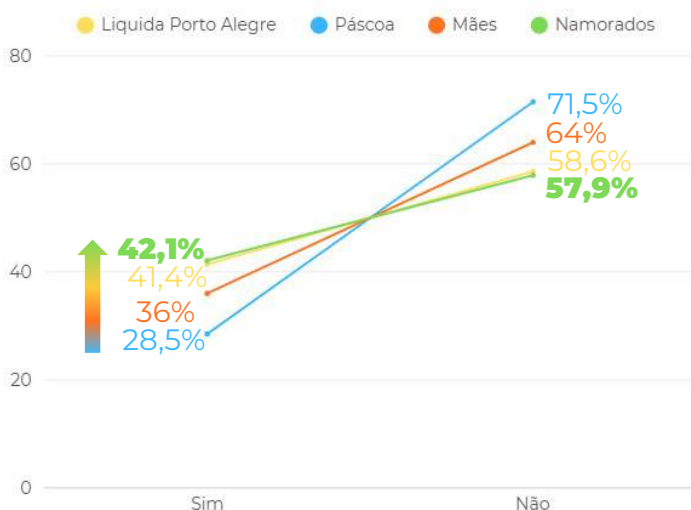


# Acompanhamento da evolução do tema **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

**3. Você já participou de algum curso ou evento sobre educação financeira?**



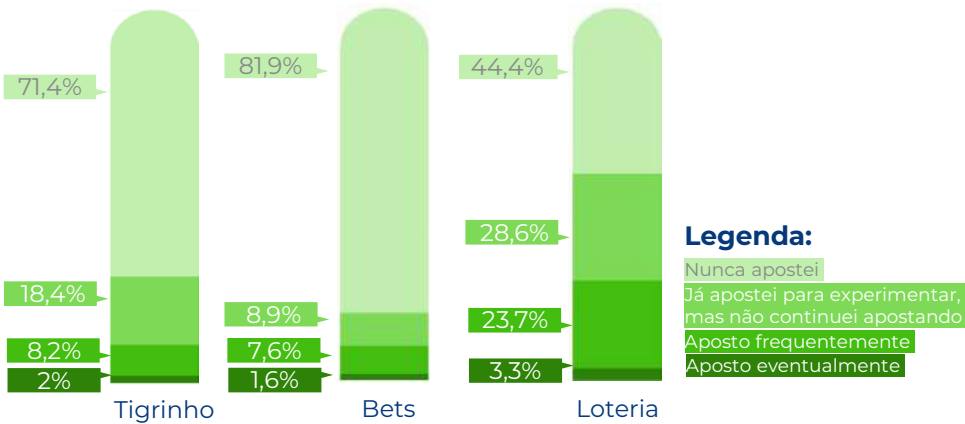
**4. Você tem interesse em participar de algum curso ou evento sobre educação financeira?**





# Acompanhamento da evolução do tema **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

5. Vou citar alguns tipos de jogos/apostas e gostaria que você dissesse se costuma jogar:



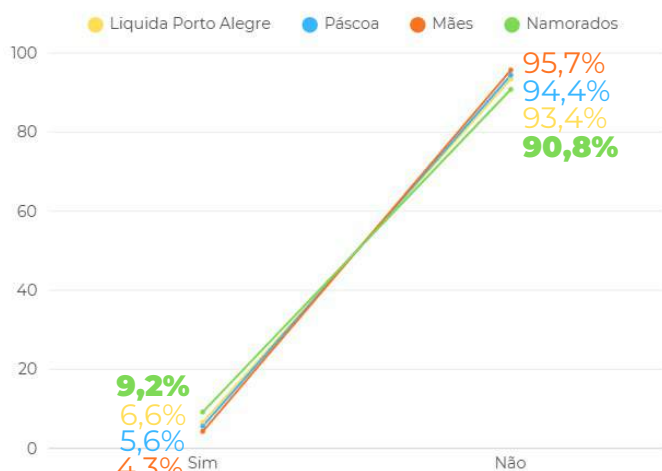
Mães	Tigrinho	Bets	Loteria
Aposto eventualmente	5,7%	5%	29,3%
Aposto frequentemente	2,6%	2%	2,3%
Já apostei para experimentar, mas não continuei apostando	15,7%	10,7%	16,7%
Nunca apostei	76%	82,3%	51,7%

Páscoa	Tigrinho	Bets	Loteria
Aposto eventualmente	3,30%	3,60%	35,10%
Aposto frequentemente	2,60%	1,70%	7,60%
Já apostei para experimentar, mas não continuei apostando	12,60%	10,60%	16,20%
Nunca apostei	81,50%	84,10%	41,10%

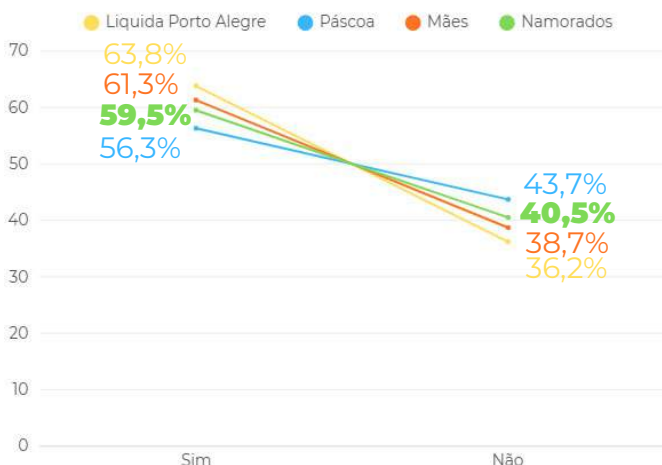
Líquida Porto Alegre	Tigrinho	Bets	Loteria
Aposto eventualmente	4%	5%	33%
Aposto frequentemente	4%	3%	9%
Já apostei para experimentar, mas não continuei apostando	18%	12%	15%
Nunca apostei	74%	80%	43%

# Acompanhamento da evolução do tema **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

**6.** Além dos jogos/apostas citados anteriormente, você costuma jogar algum outro que não tenha sido mencionado?

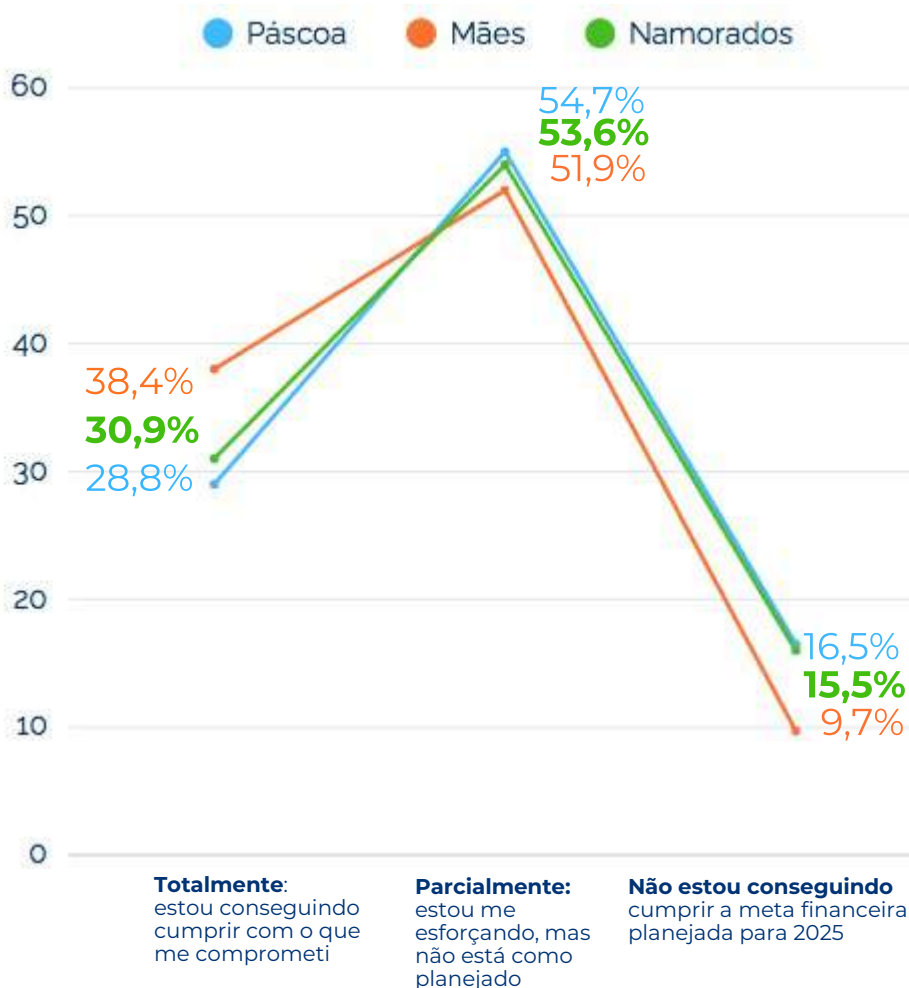


**7.** Você possui alguma meta financeira para 2025?



# Acompanhamento da evolução do tema **EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

**8.** Quanto você está conseguindo cumprir a meta financeira planejada para 2025?



Os dados da pesquisa do Liquida Porto Alegre não estão incluídos pois esta foi a primeira vez em que os respondentes foram questionados acerca da meta financeira para o ano de 2025.

# Dia dos *Namorados*

**2025**

Material desenvolvido  
em parceria com

**vitamina**<sup>®</sup>  
pesquisas orgânicas e criativas