



Dia dos Namorados

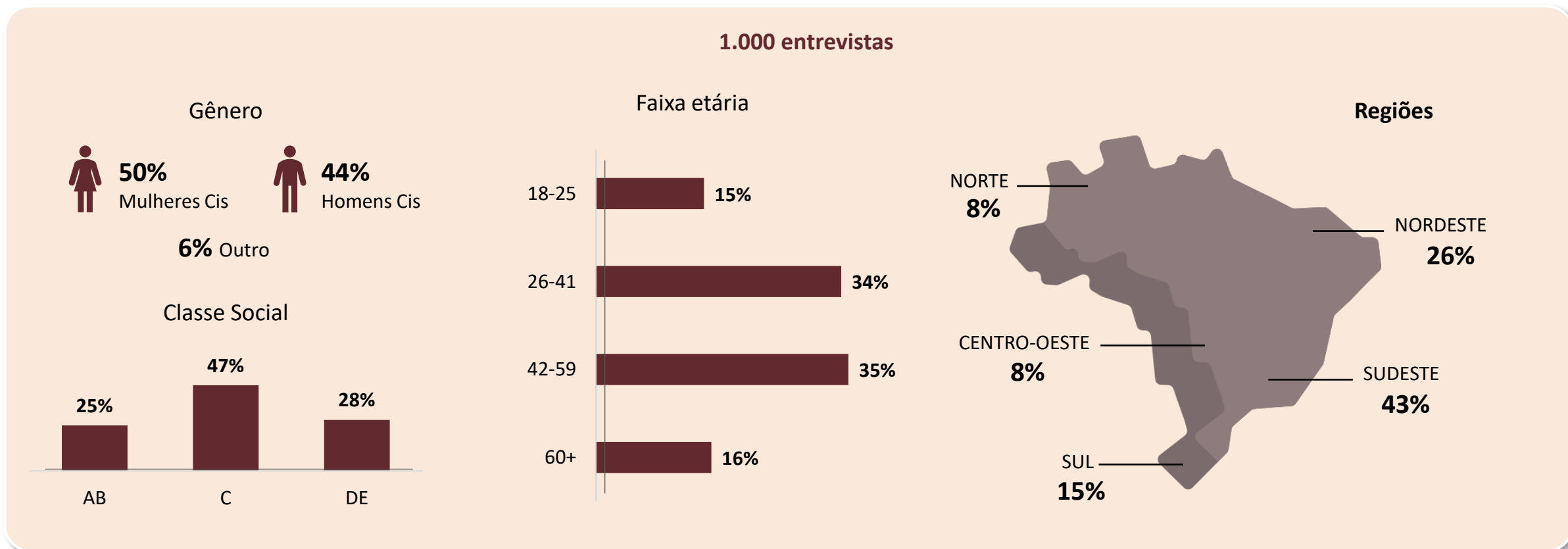
emocional e estratégica

Uma data

2026

Contexto da pesquisa

Analisar oportunidades para o Dia dos Namorados por meio da compreensão dos produtos com maior intenção de compra e da jornada do consumidor, considerando os momentos de busca, seleção dos canais e decisão de compra, em um comparativo com os resultados de 2025.





O Dia dos Namorados vai além da compra:

72% acreditam que a data é um momento para **fortalecer o relacionamento**



Desempenho da data em 2025



Em 2025 o Dia dos Namorados apresentou uma alta de 5%, onde o varejo presencial cresceu 4,6% e o e-commerce 7%

Segundo dados do Índice Cielo, entre os dias 6 e 12 de junho de 2025, as vendas 4,9% em comparação ao mesmo período de 2024. O **e-commerce** mais uma vez apresenta um resultado superior ao resultado das vendas presenciais, tendência que mostra a **mudança de hábito dos consumidores** que prezam por **conveniência**, o crescimento do meio foi puxado por **Moda e Farmácias** (aumento de casos de doenças respiratórias no período).

Setores com destaque nas vendas no período x24:



Super e Hipermercado
+ 8,4%



Farmácias
+ 7,4%



Moda
+ 6,3%



Viagens
+ 5,2%



Acessórios
+ 4,1%

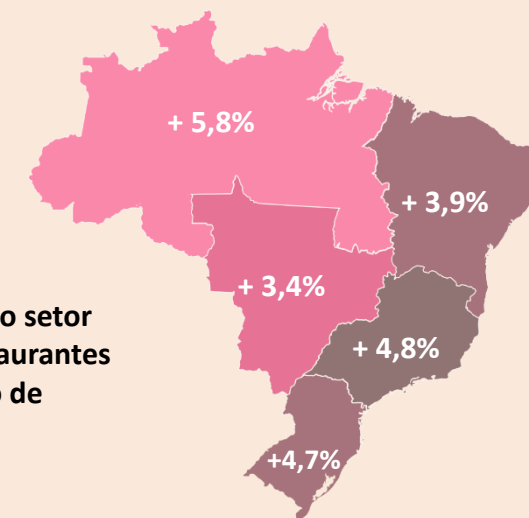


Cosméticos e Higiene
+ 1,1%



Por outro lado o setor de bares e restaurantes sofreu retração de 1,4%.

Desempenho por região:

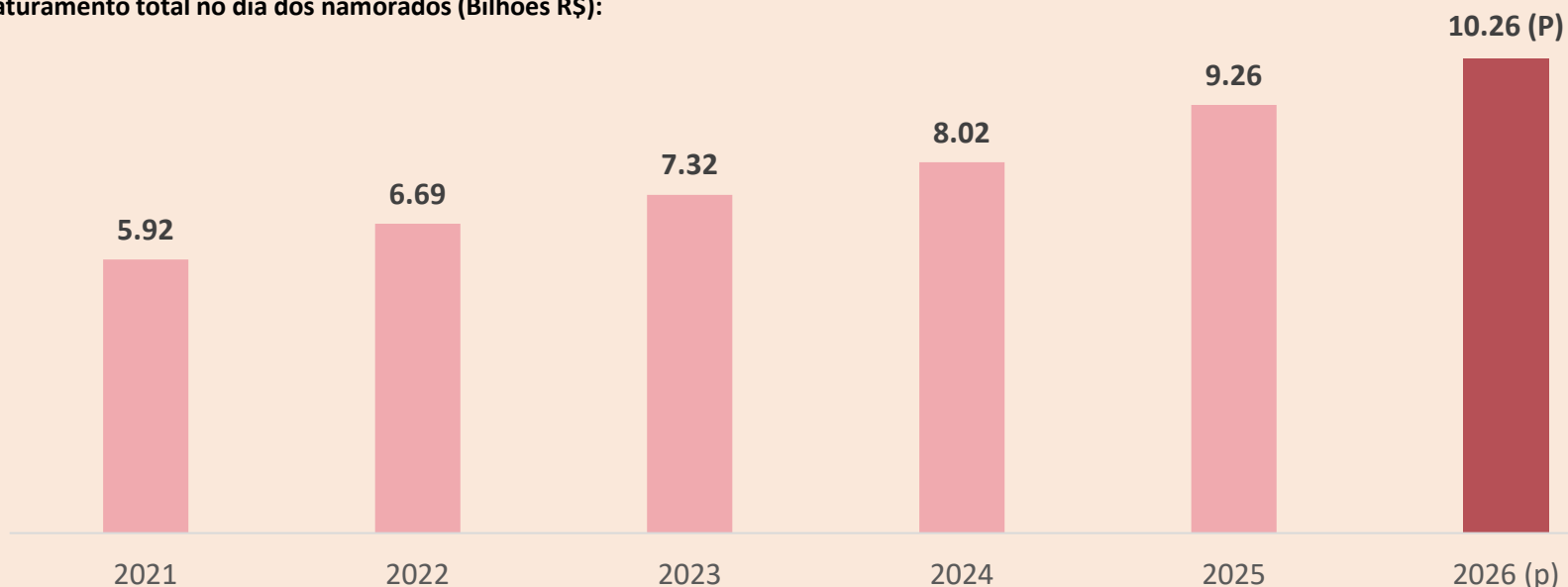


Histórico de vendas

Crescimento nas vendas (%):



Faturamento total no dia dos namorados (Bilhões R\$):



O e-commerce movimentou **R\$9.26** bilhões no período segundo a Abiocomm. O crescimento expressivo consolidou a data como uma das **mais relevantes** no calendário sazonal do varejo online

Foram mais de **18 milhões de pedidos**, a um **ticket médio de R\$552,44**. O crescimento em 2 dígitos, reforça a relevância da data e consolidação. As categorias com destaque no meio estão ligadas a **bem-estar, estilo de vida e autocuidado**.

A data também apresenta **oportunidades para as PMEs**, que registraram um faturamento de **R\$374 Milhões, 38% maior** do que o mesmo período de 2024, segundo a Nuvemshop

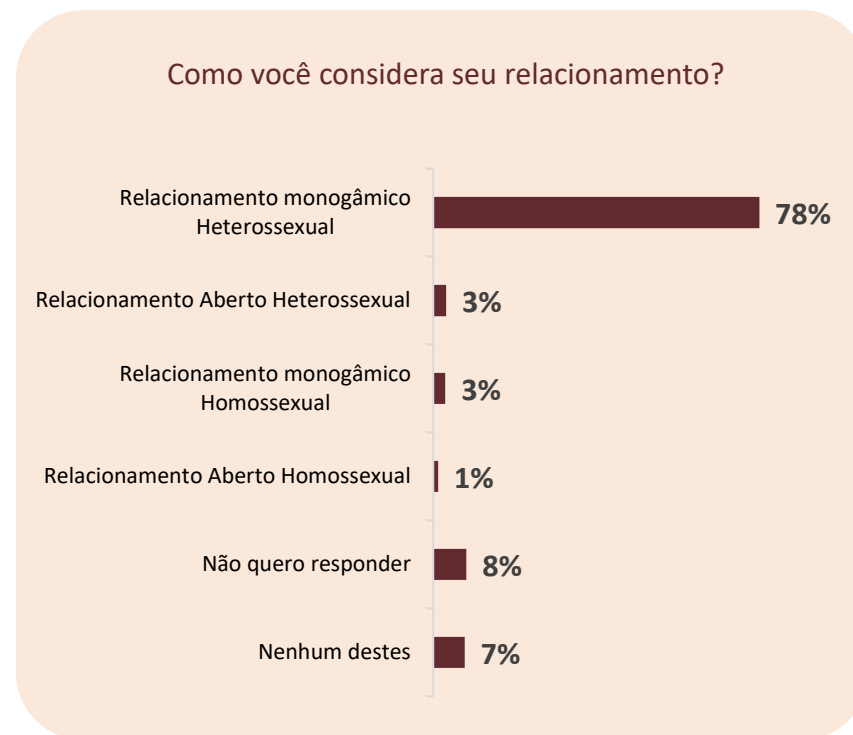
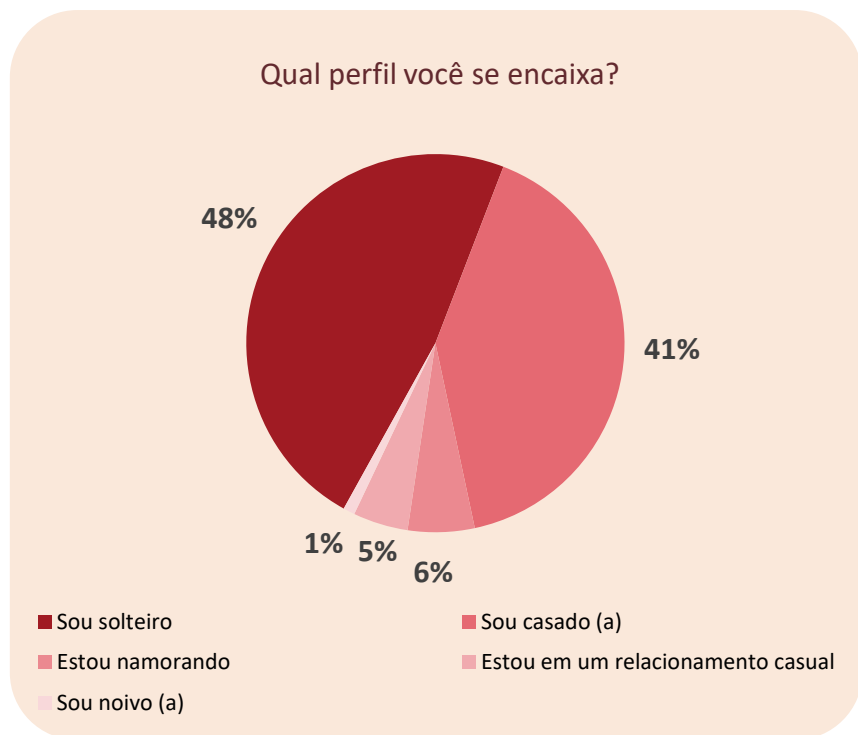


Uma data emocionalmente relevante:

72% consideram o Dia dos Namorados tão importante quanto o aniversário de namoro ou casamento

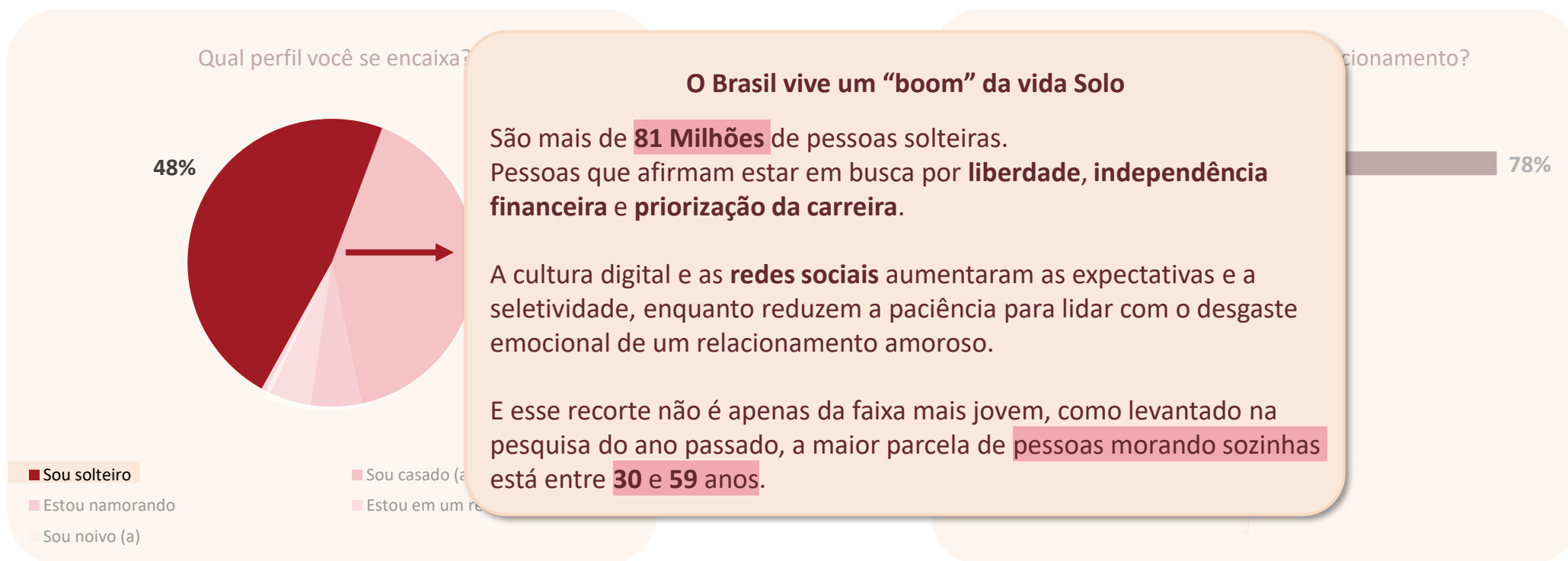
Plural, diverso e conectado à realidade das relações

O Dia dos Namorados deixou de ser apenas uma data romântica tradicional para se tornar um reflexo da diversidade de relações, formatos de amor e escolhas pessoais. Antes de falar em celebração, é essencial entender quem são essas pessoas, como se relacionam e qual o papel da data em suas vidas.



Plural, diverso e conectado à realidade das relações

O Dia dos Namorados deixou de ser apenas uma data romântica tradicional para se tornar um reflexo da diversidade de relações, formatos de amor e escolhas pessoais. Antes de falar em celebração, é essencial entender quem são essas pessoas, como se relacionam e qual o papel da data em suas vidas.



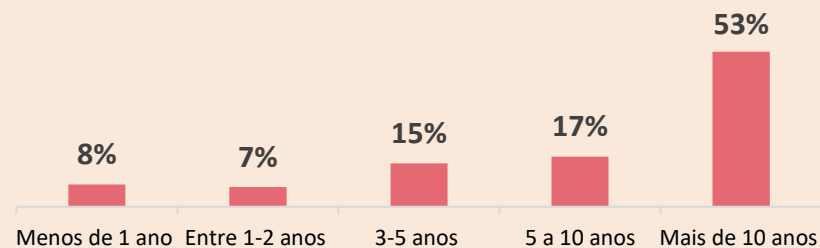
Onde as histórias começam...



Onde vocês se conheceram?



Há quanto tempo você está no relacionamento citado??



Onde as histórias começam...



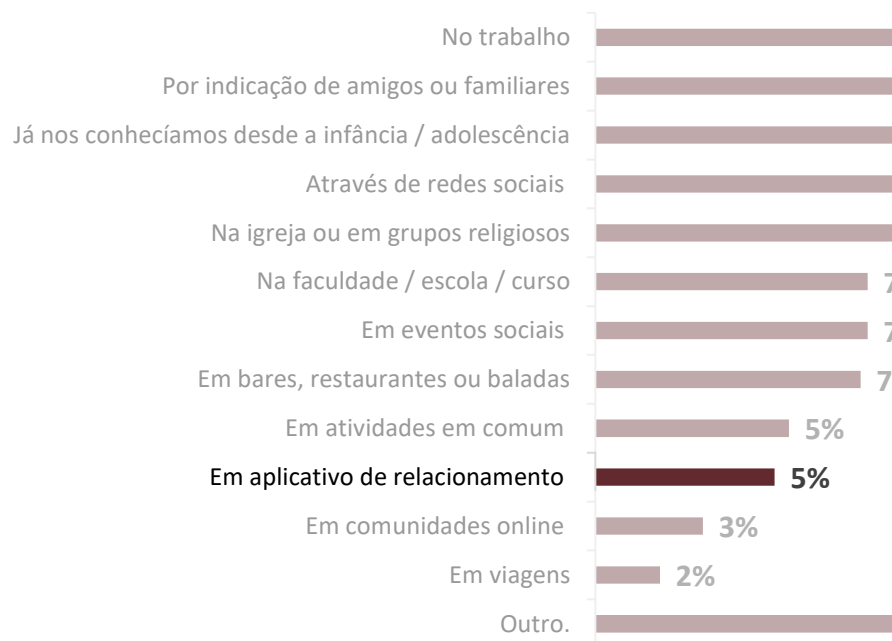
Onde vocês se conheceram?



17% dos casais se conheceram no ambiente digital

Onde as histórias começam...

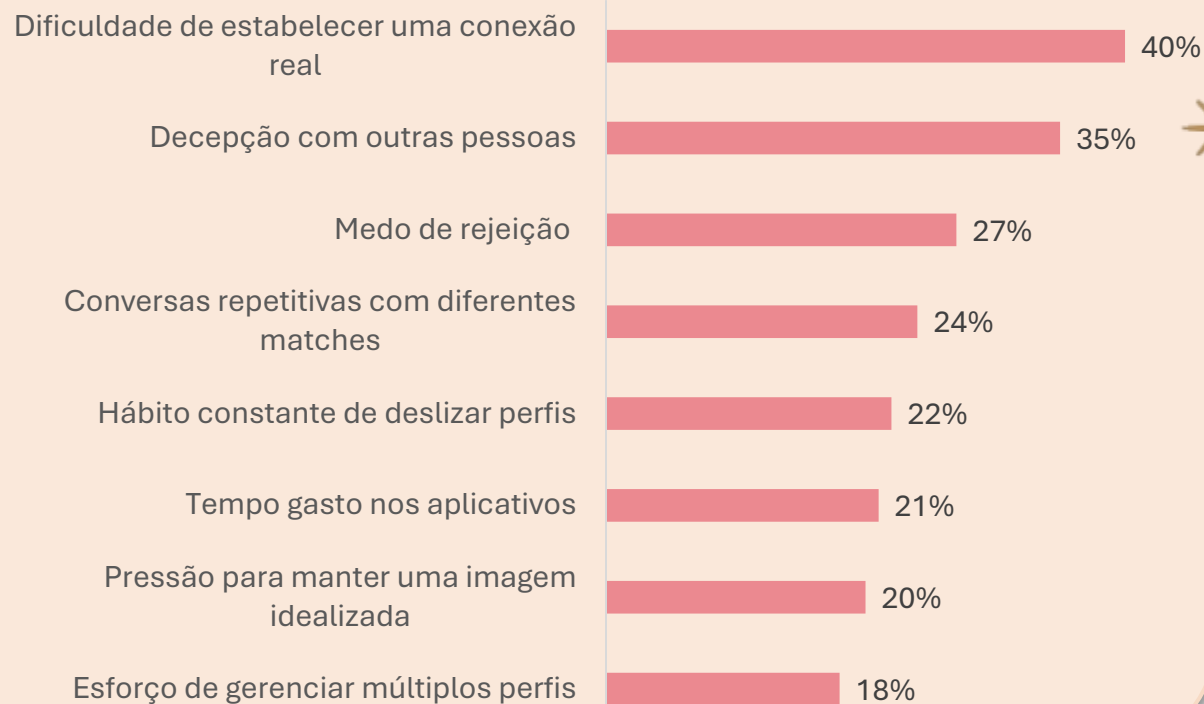
Onde vocês se conheceram?



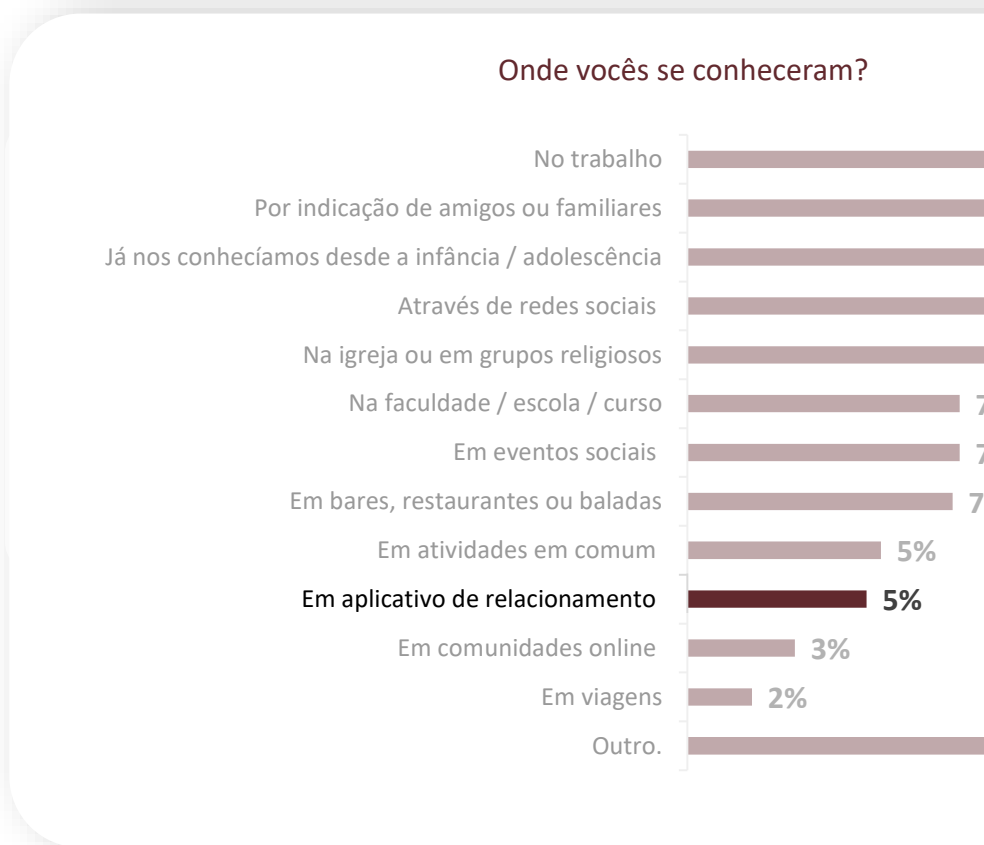
78% dos usuários de apps de namoro estão esgotados e frustrados

Nesse ambiente, a lógica de **escolhas rápidas**, aliada à **abundância de perfis** e à **incerteza sobre intenções**, transforma a experiência em um processo desgastante.

Principais fatores desse cansaço:



Onde as histórias começam...



Oportunidade para apps mais segmentados:



happn

Pessoas que cruzaram seu caminho



POF
"Old school"



INNER CIRCLE

Público mais seleta, curadoria + eventos + aprovação



BOO
Público geek



OkCupid

Algoritmo baseado em questionários



RAYA

Taxa de aprovação **baixíssima (~8%)**



Hinge

perfis com perguntas + menos swipe



VEGGLY

Veganos/vegetarianos



DENGA LOVE

foco na população negra




GRINDR

Homens gays/bi



HER

Mulheres lésbicas/bi/queer



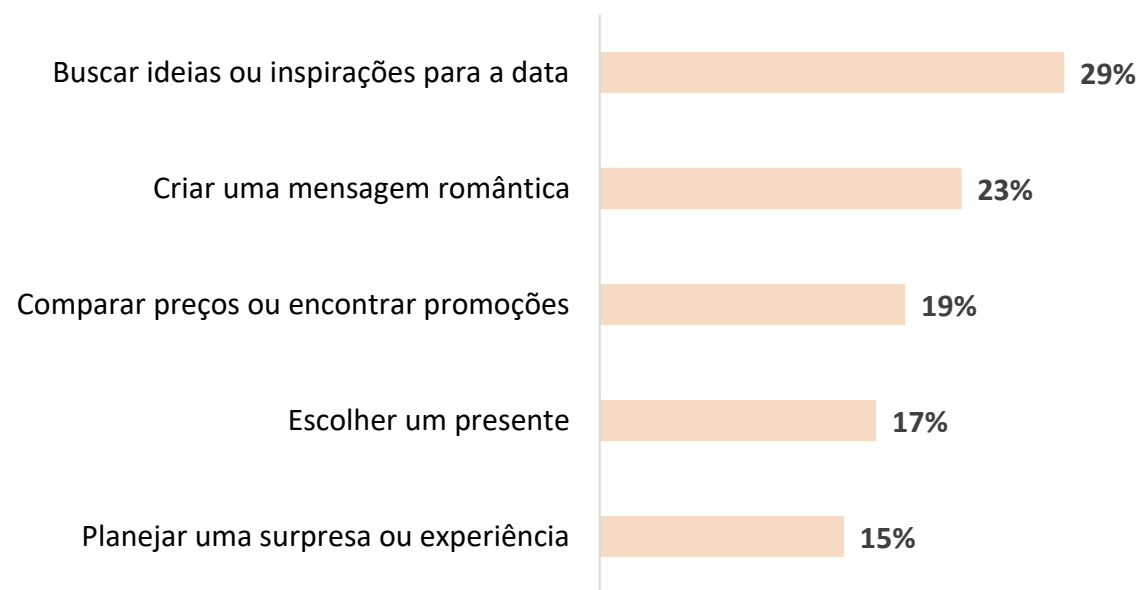
Jornada de compra expectativas para 2026



IA como ponto de partida

A preparação para o Dia dos Namorados começa antes da compra. Para parte dos consumidores, a Inteligência Artificial já aparece como um apoio inicial na construção do gesto ideal, ajudando a pensar, planejar e ganhar segurança nas escolhas.

Você já usou tecnologia ou ferramentas de IA para alguma das situações abaixo?



Mesmo com 42% ainda não utilizando IA, o movimento indica que a tecnologia começa a ocupar um espaço relevante na fase de reflexão e preparo emocional da data.





70% pretendem comemorar o Dia dos Namorados este ano

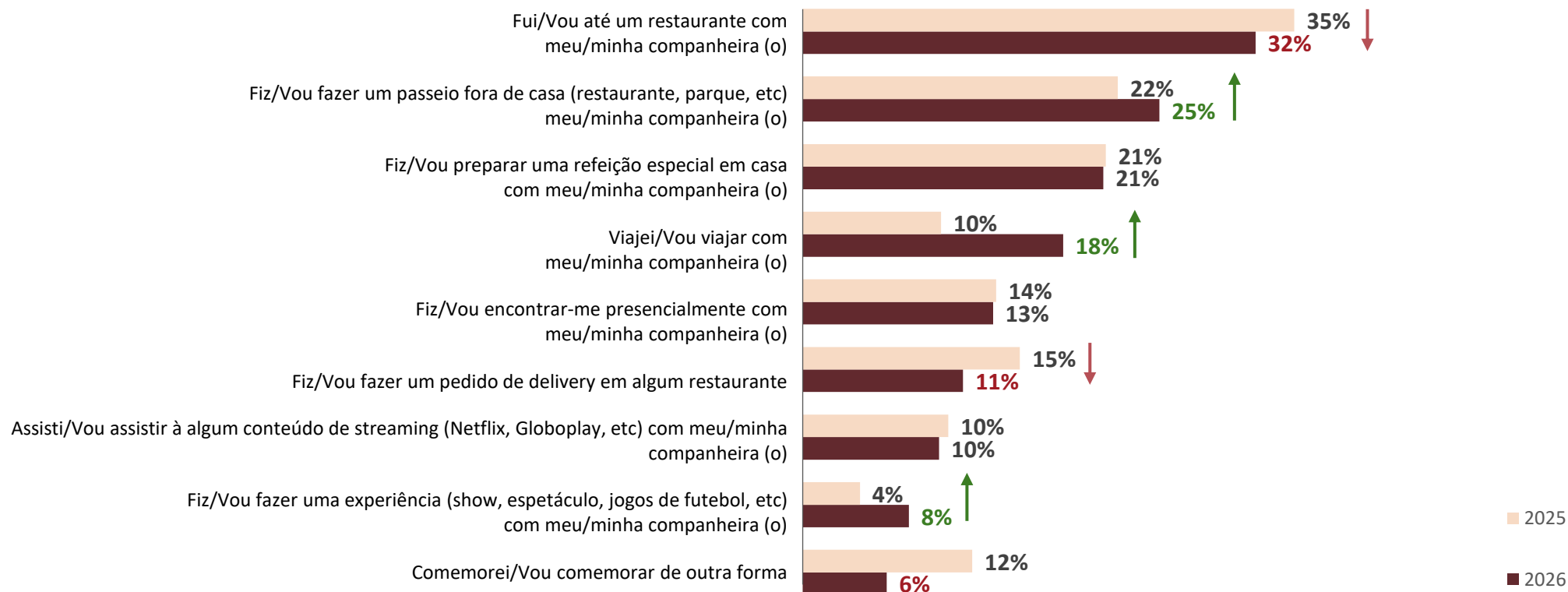
Homem cis: 77%
Classe AB: 83%

vs 59% que comemoraram em 2025 (+11 p.p)

Restaurante segue líder, mas não é mais exclusivo...



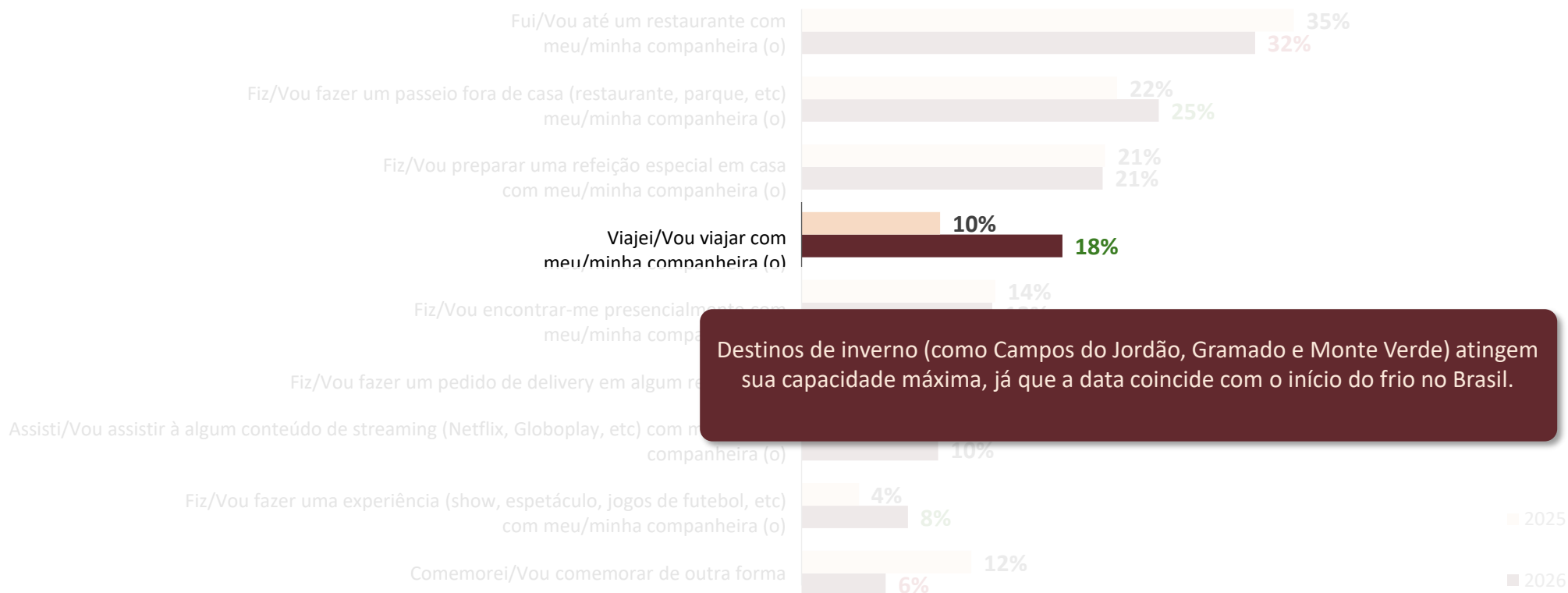
Como você comemorou em 2025/Como pretende comemorar o Dia dos Namorados?



Restaurante segue líder, mas não é mais exclusivo...



Como você comemorou em 2025/Como pretende comemorar o Dia dos Namorados?



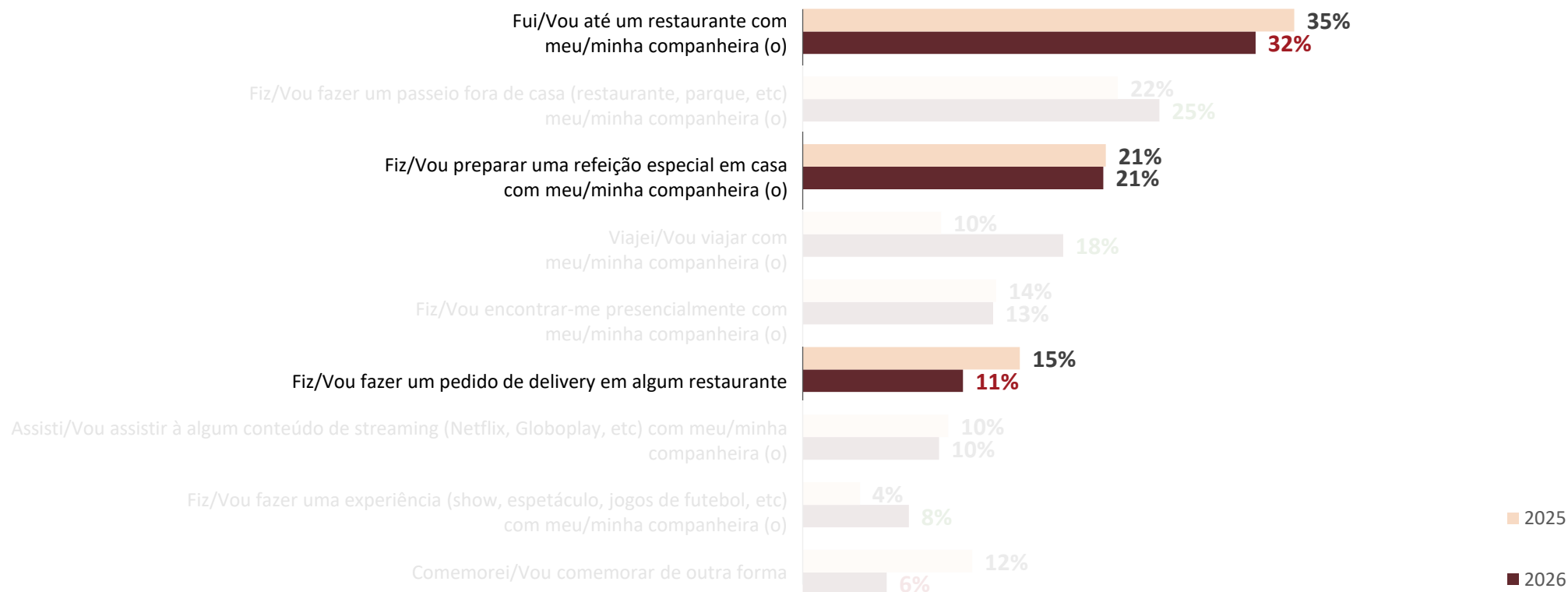
Destinos de inverno (como Campos do Jordão, Gramado e Monte Verde) atingem sua capacidade máxima, já que a data coincide com o início do frio no Brasil.



Restaurante segue líder, mas não é mais exclusivo...



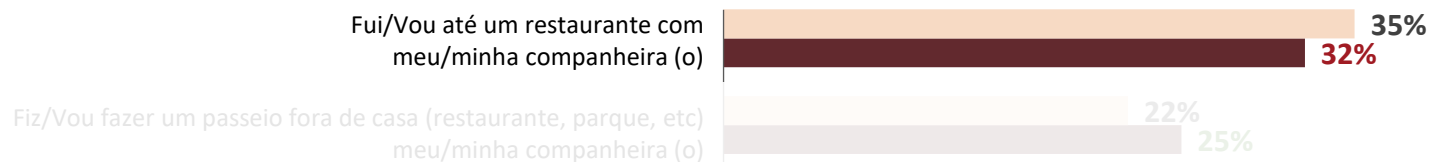
Como você comemorou em 2025/Como pretende comemorar o Dia dos Namorados?



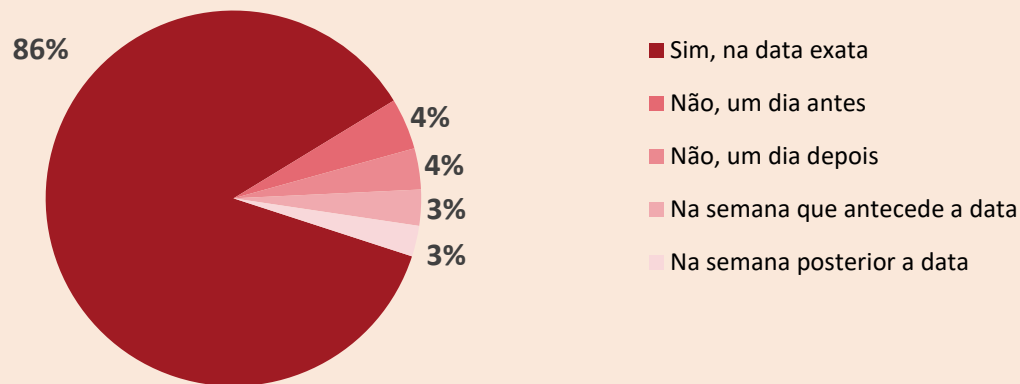
Restaurante segue líder, mas não é mais exclusivo...



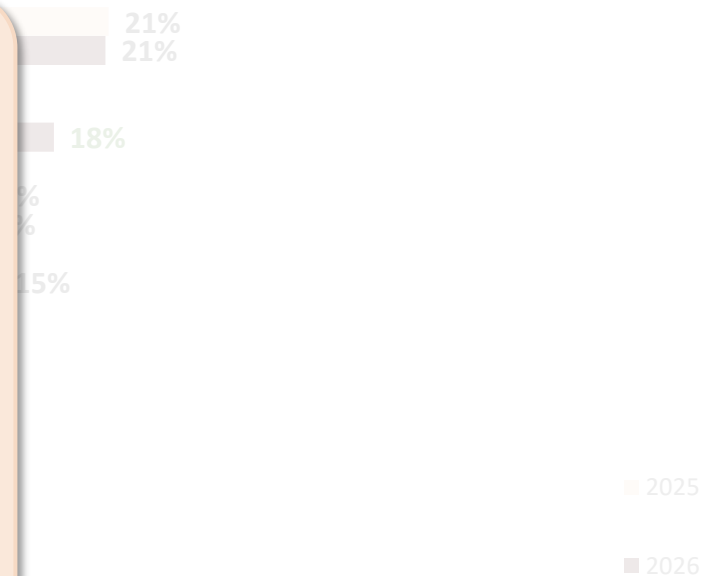
Como você comemorou em 2025/Como pretende comemorar o Dia dos Namorados?



Você pretende ir ao restaurante na data exata do Dia dos Namorados?



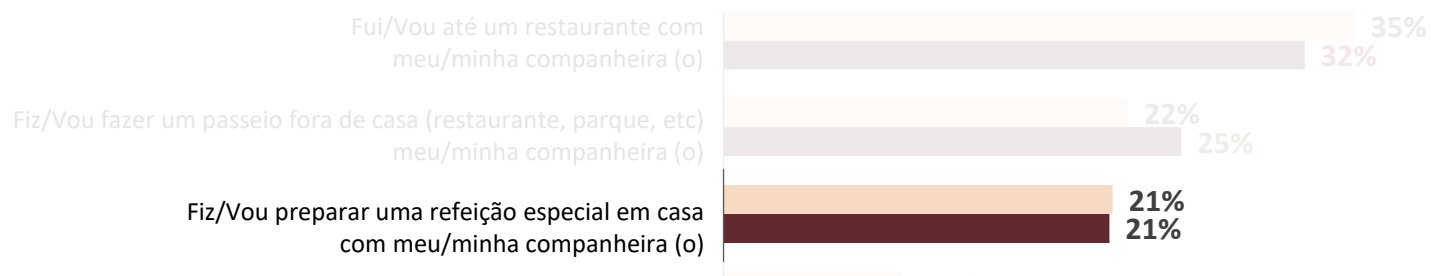
Assisti/Vou assistir



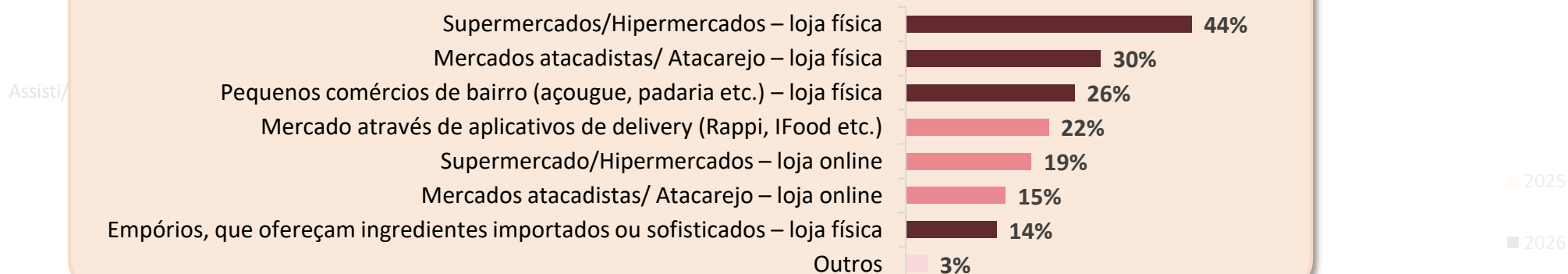
Restaurante segue líder, mas não é mais exclusivo...



Como você comemorou em 2025/Como pretende comemorar o Dia dos Namorados?



Considerando que você deseja preparar uma refeição especial em casa para a comemoração, onde você pretende comprar os ingredientes?





Presente continua sendo o símbolo central:

79% veem o presente como forma de demonstrar carinho e afeto

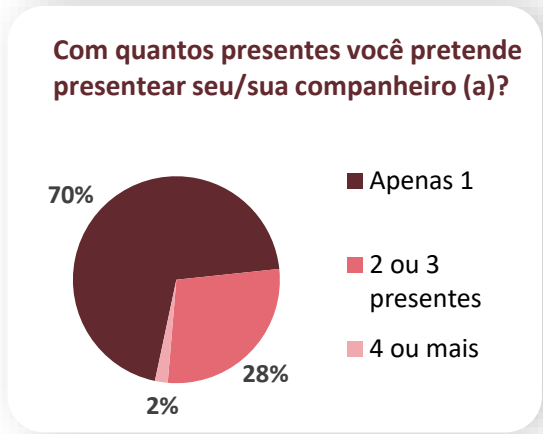


Comprar presente é praticamente unanimidade:

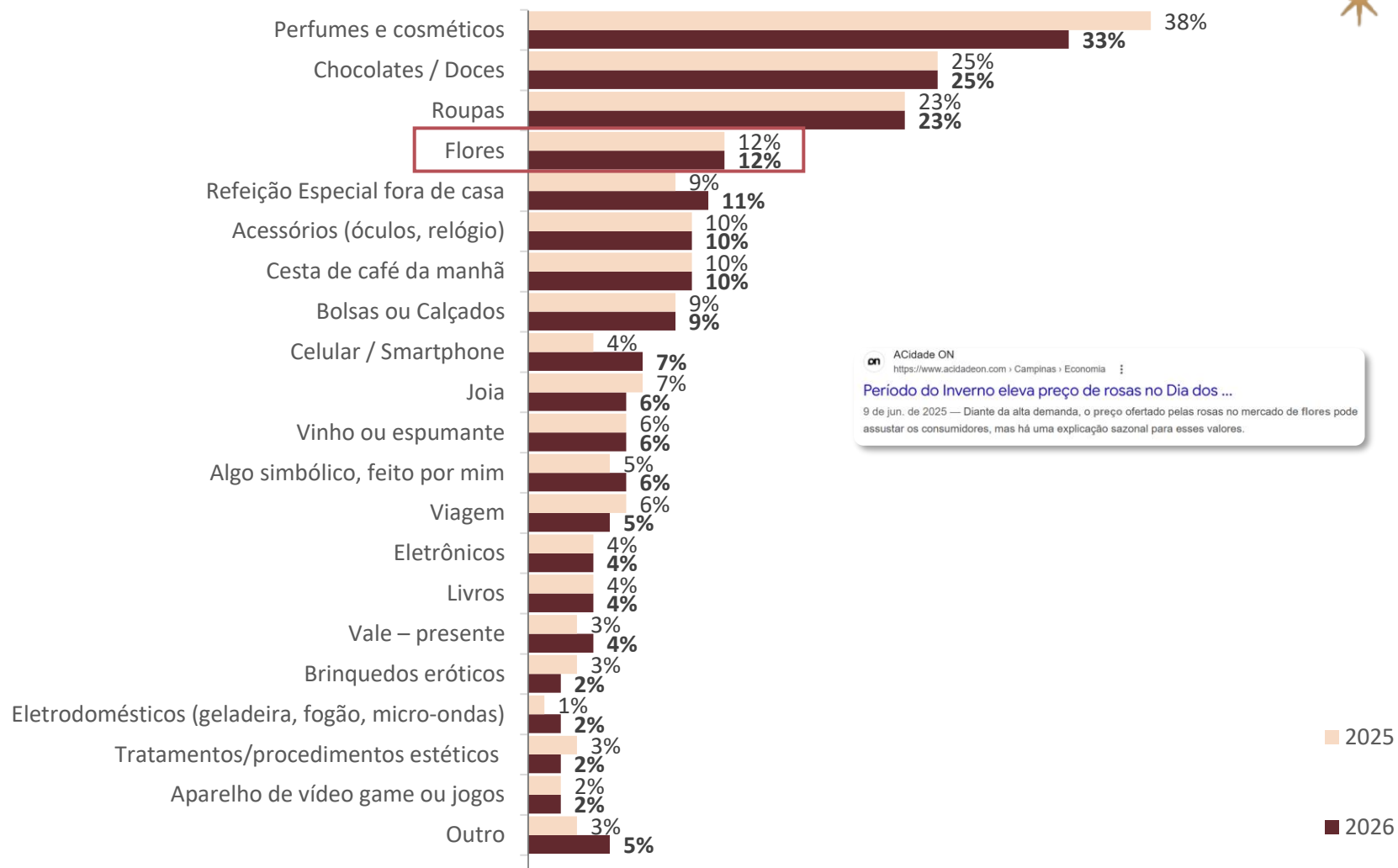
95% pretendem comprar presentes em 2026

vs 91% que presentearam em 2025

Baby boomers: 96%
Classe AB: 98%



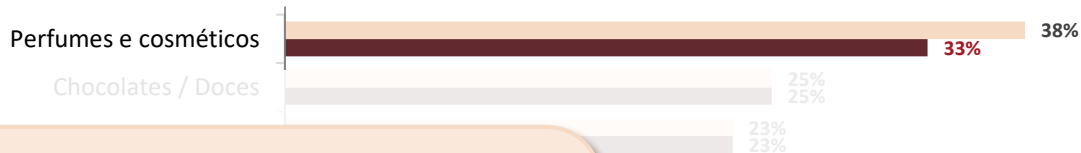
O que você pretende comprar de presente de Dia dos Namorados este ano X O que você comprou no ano passado?



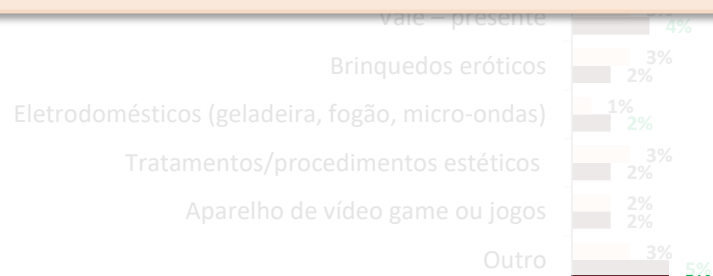
ACidade ON
<https://www.acidadeon.com> » Campinas » Economia

Período do Inverno eleva preço de rosas no Dia dos ...
 9 de jun. de 2025 — Diante da alta demanda, o preço ofertado pelas rosas no mercado de flores pode assustar os consumidores, mas há uma explicação sazonal para esses valores.

O que você pretende comprar de presente de Dia dos Namorados?



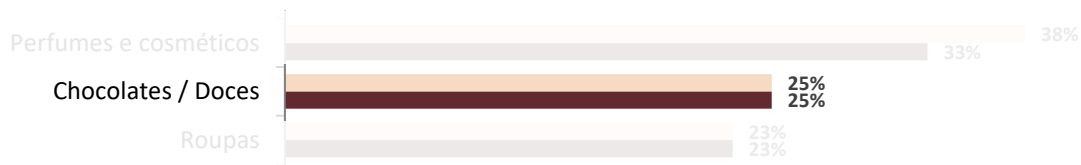
Considerando a sua intenção em presentear com perfumes ou cosméticos, quais são os produtos que você pretende comprar?



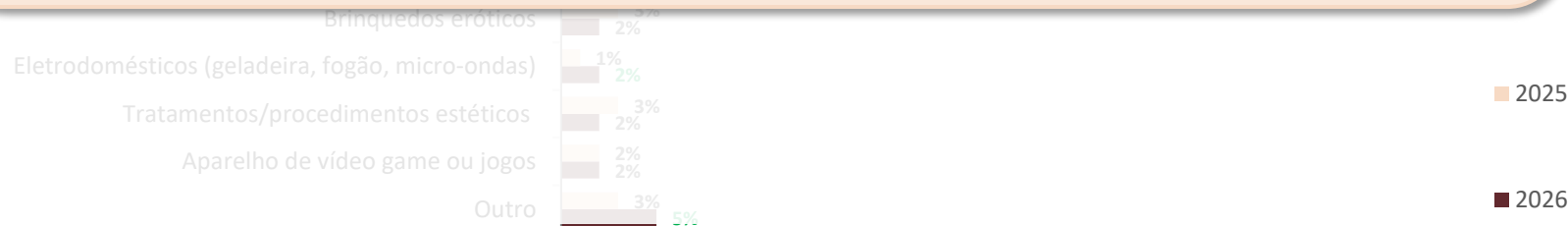
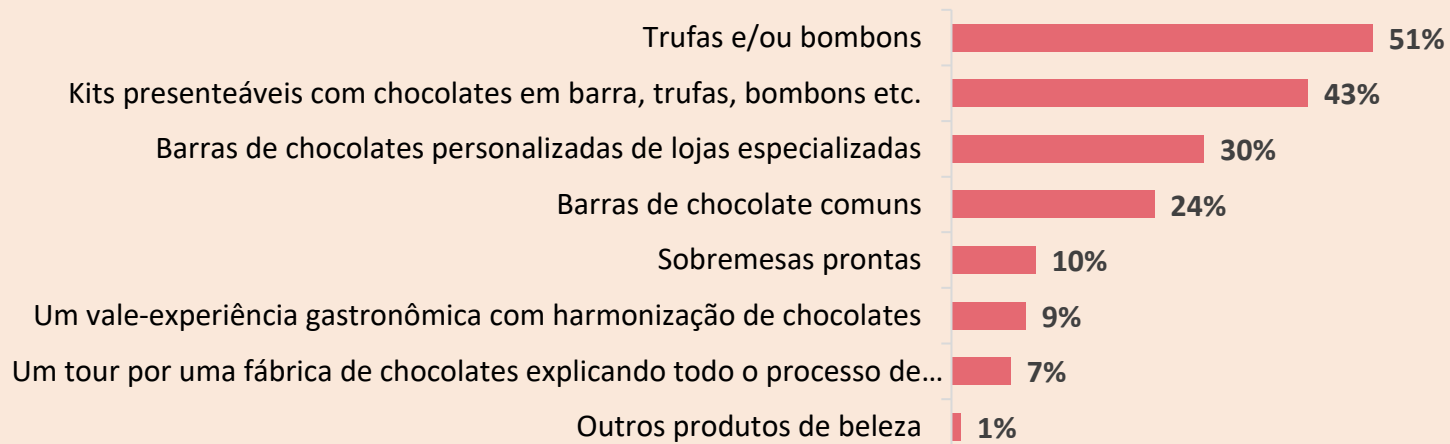
2025

2026

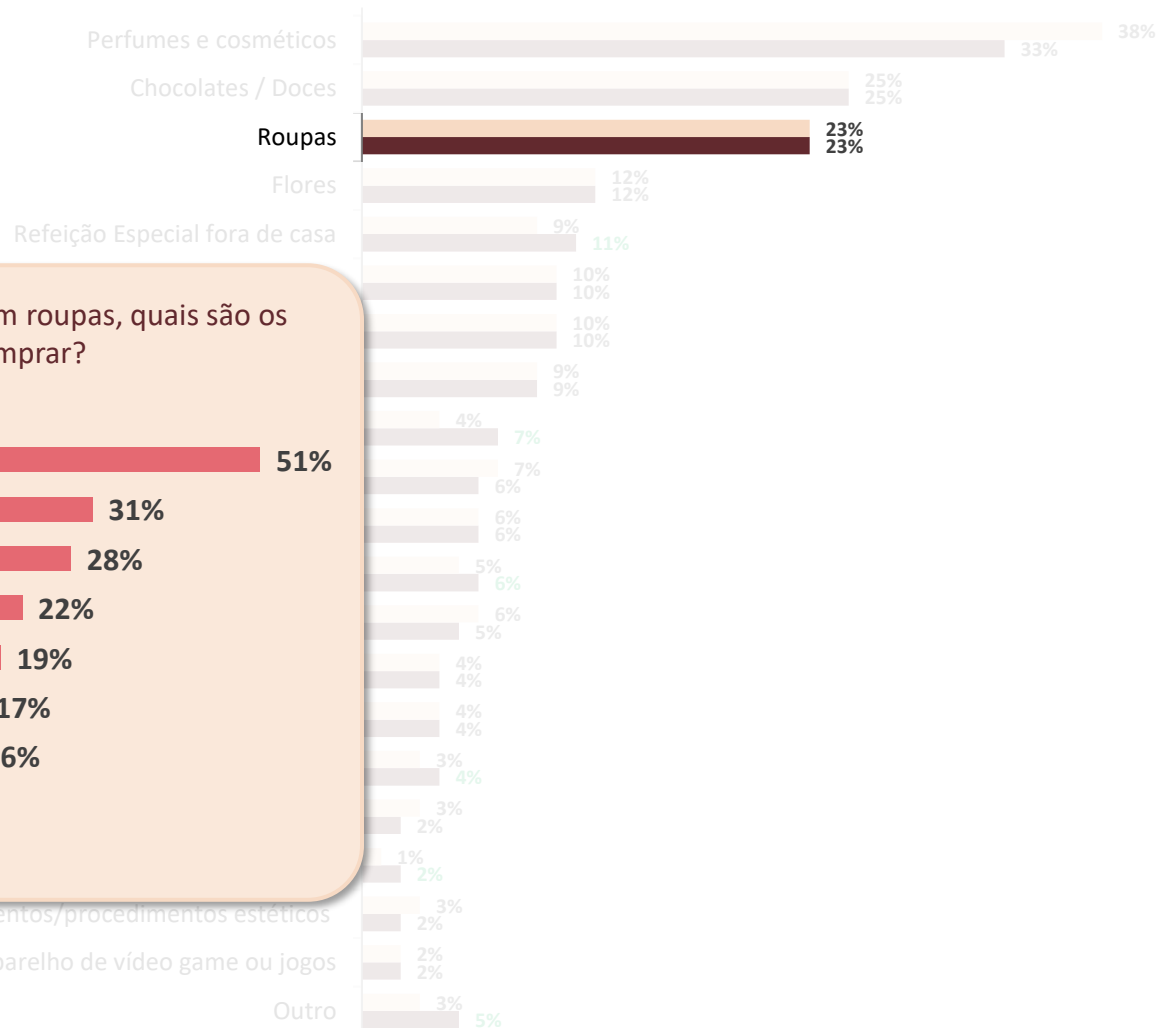
O que você pretende comprar de presente de Dia dos Namorados?



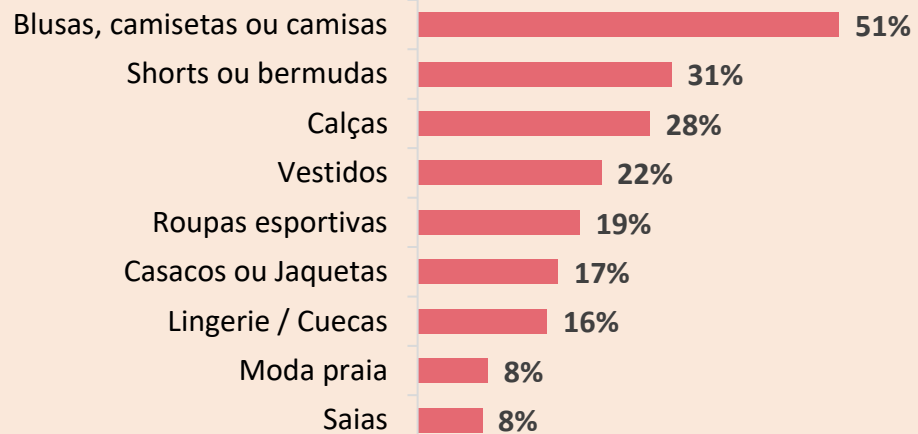
Considerando a sua intenção em presentear com chocolates ou doces, quais são os produtos que você pretende comprar?



O que você pretende comprar de presente de Dia dos Namorados?

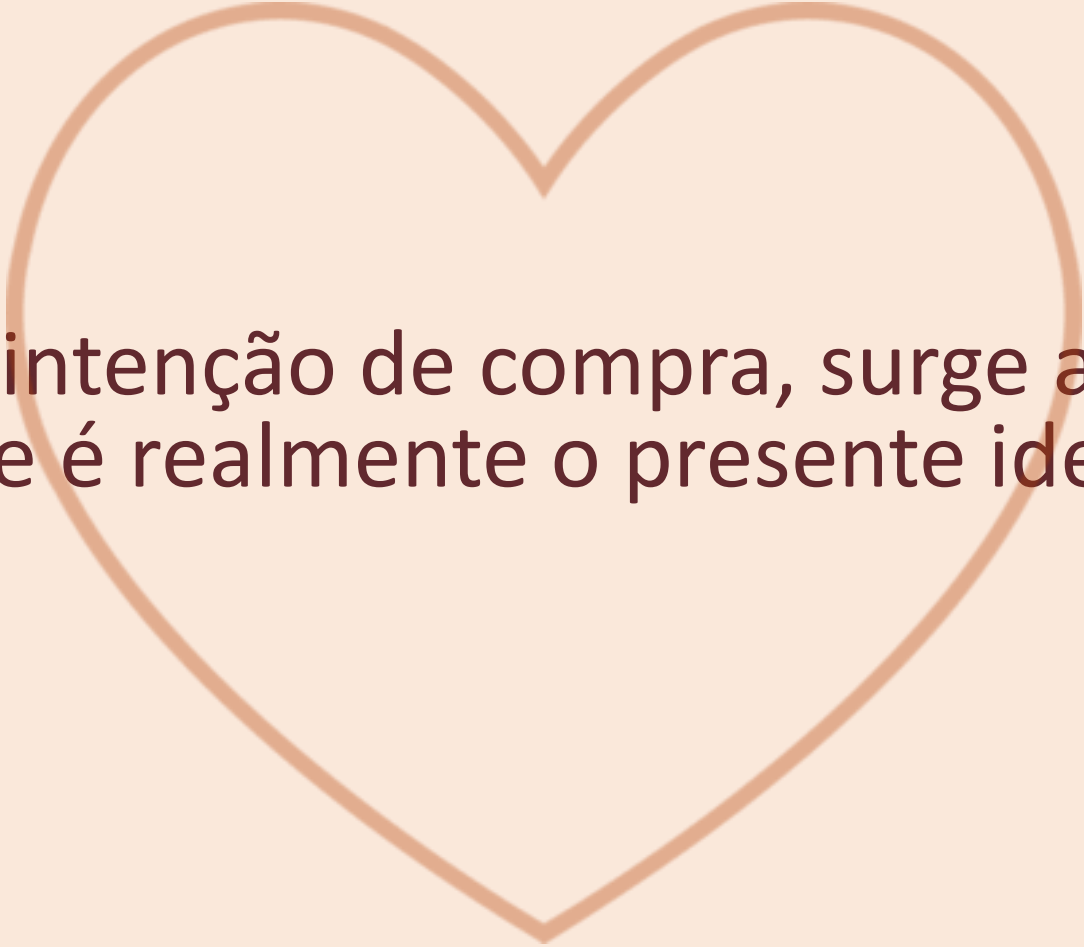


Considerando a sua intenção em presentear com roupas, quais são os produtos que você pretende comprar?



2025

2026

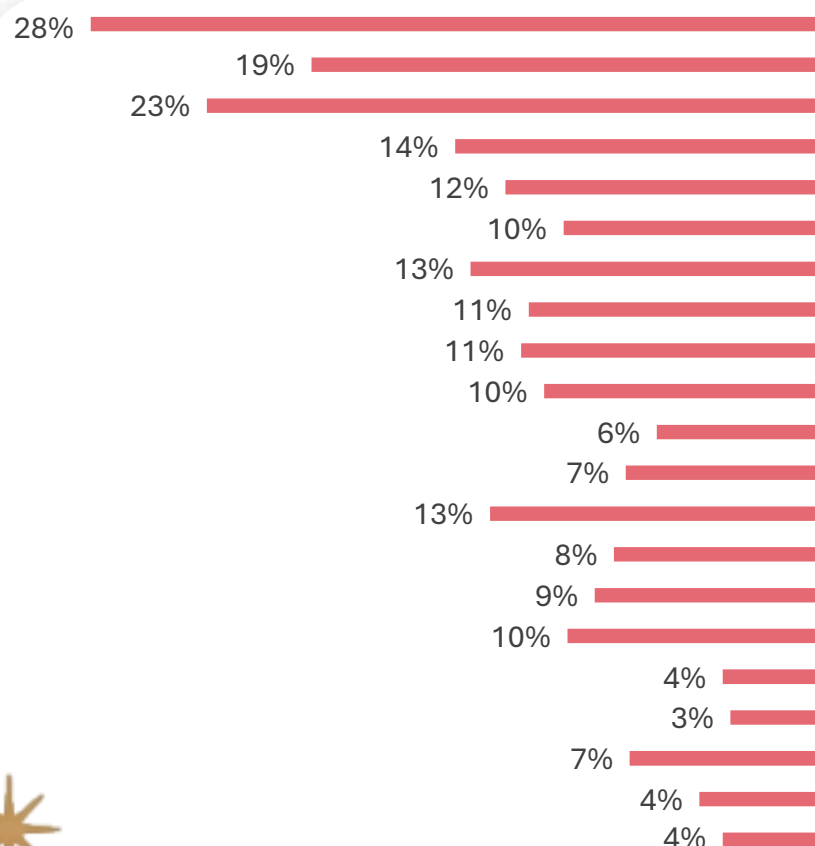


Apesar da intenção de compra, surge a pergunta:
esse é realmente o presente ideal?

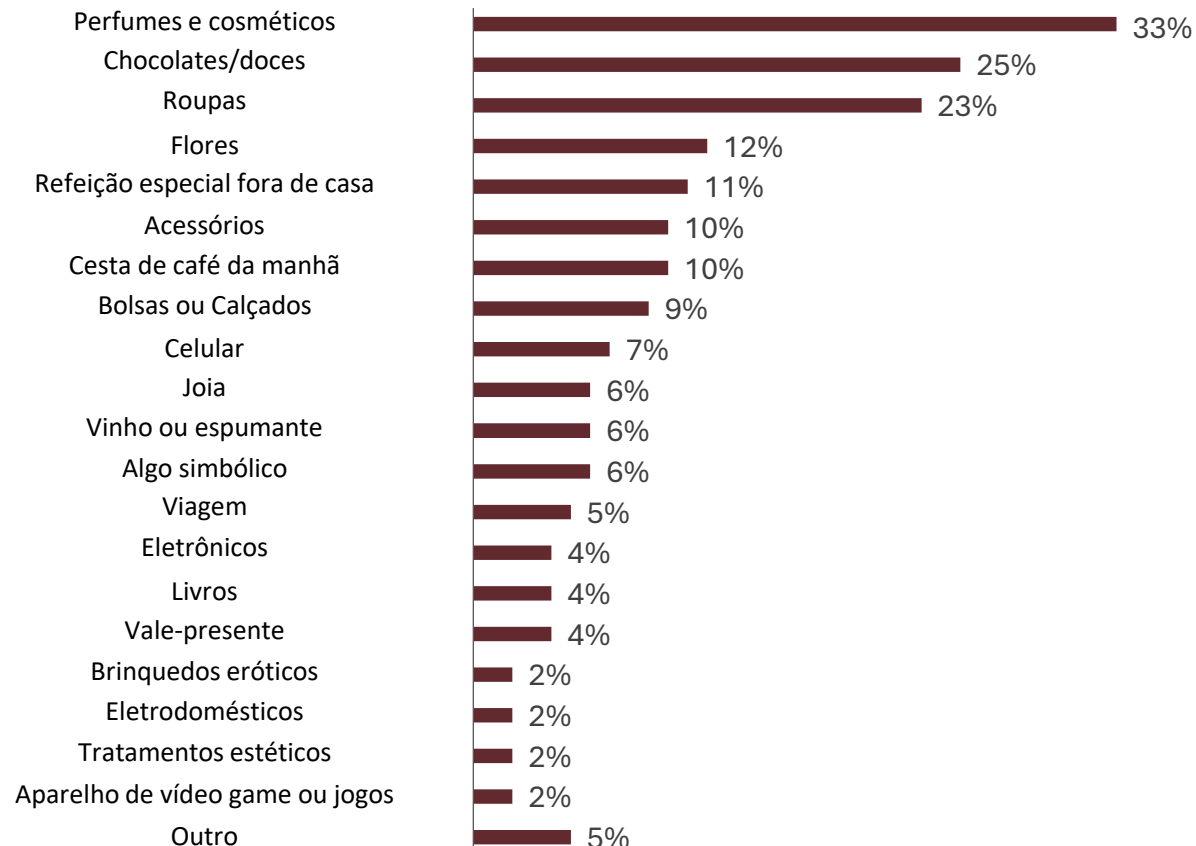


O que se compra ≠ o que se gostaria de ganhar

O que você gostaria de ganhar?



O que você pretende comprar?

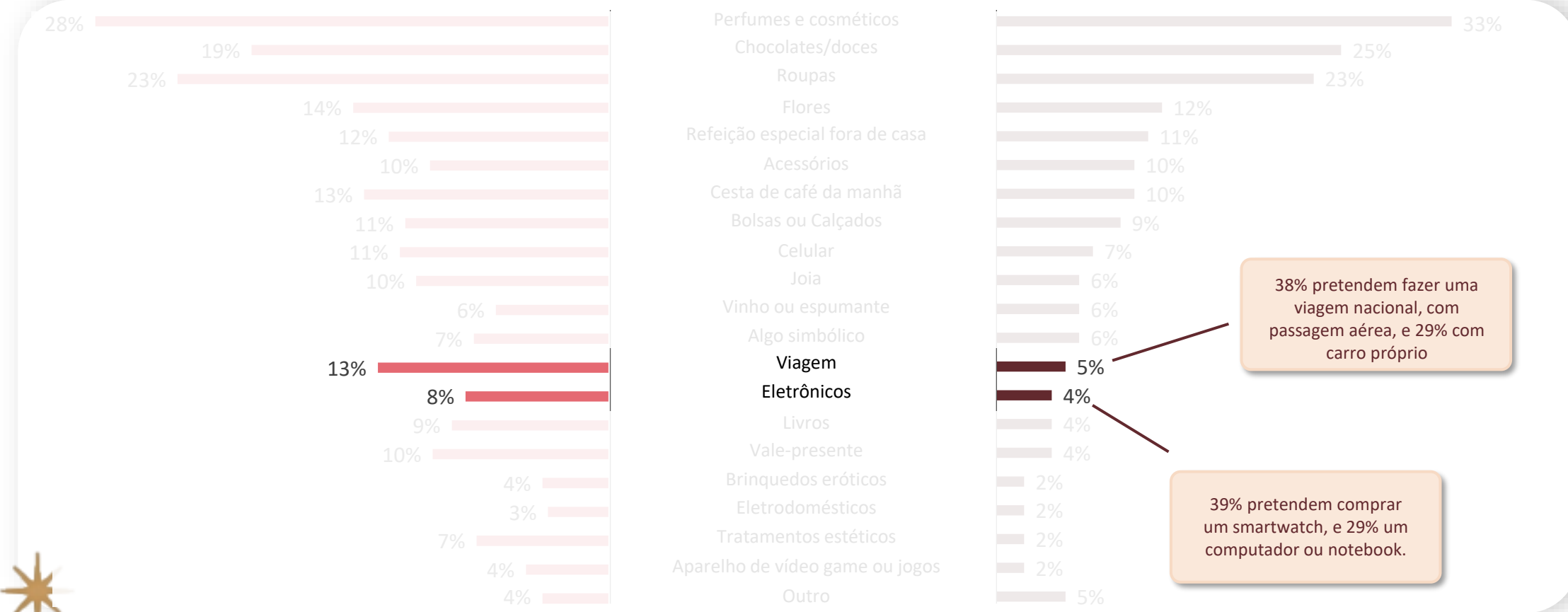




O que se compra ≠ o que se gostaria de ganhar

O que você gostaria de ganhar?

O que você pretende comprar?



38% pretendem fazer uma viagem nacional, com passagem aérea, e 29% com carro próprio

39% pretendem comprar um smartwatch, e 29% um computador ou notebook.





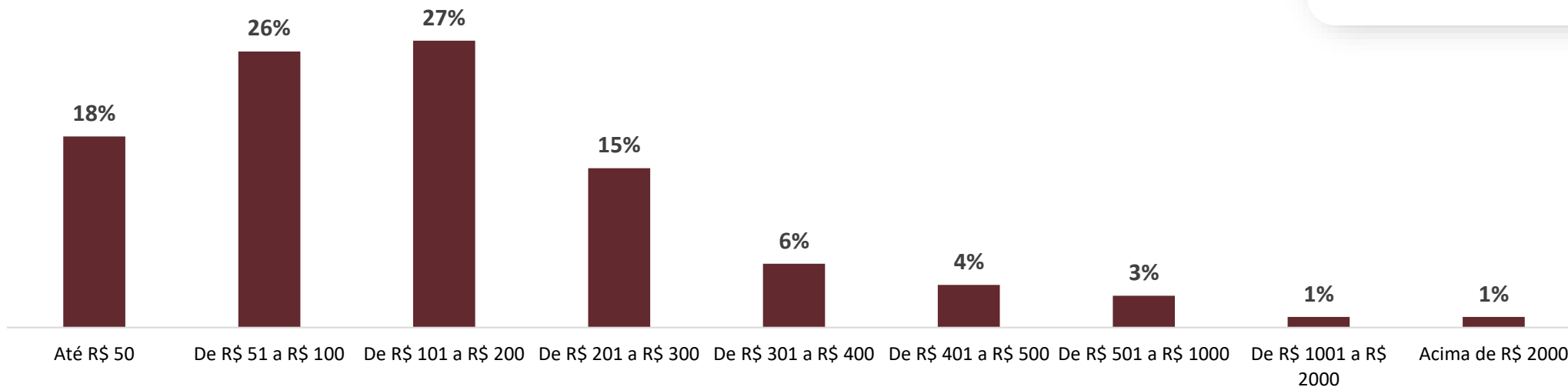
Preço também comunica sentimento:

39% acreditam que um presente mais caro simboliza o quanto se importam

Consumidor cauteloso, mas não retraído

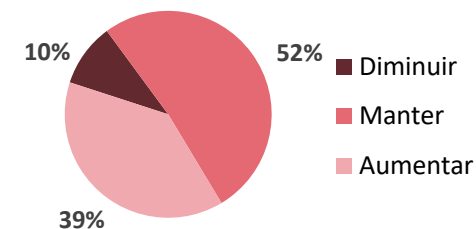
71% pretendem investir de até R\$ 200 no presente de Dia dos Namorados nesse ano

Quanto você pretende gastar no presente de Dia dos Namorados?



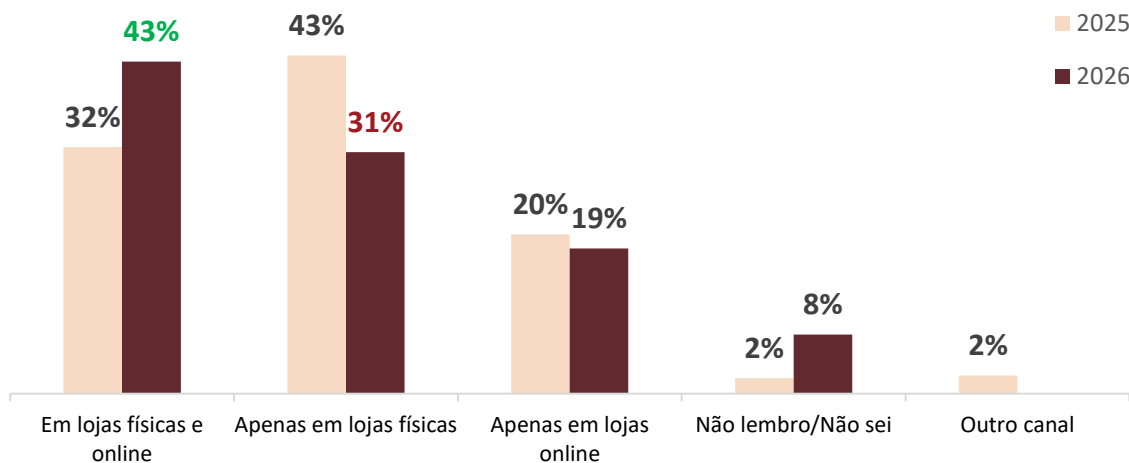
■ 2026

Pensando no quanto você gastou no último ano, você diria que este ano o seu gasto vai:

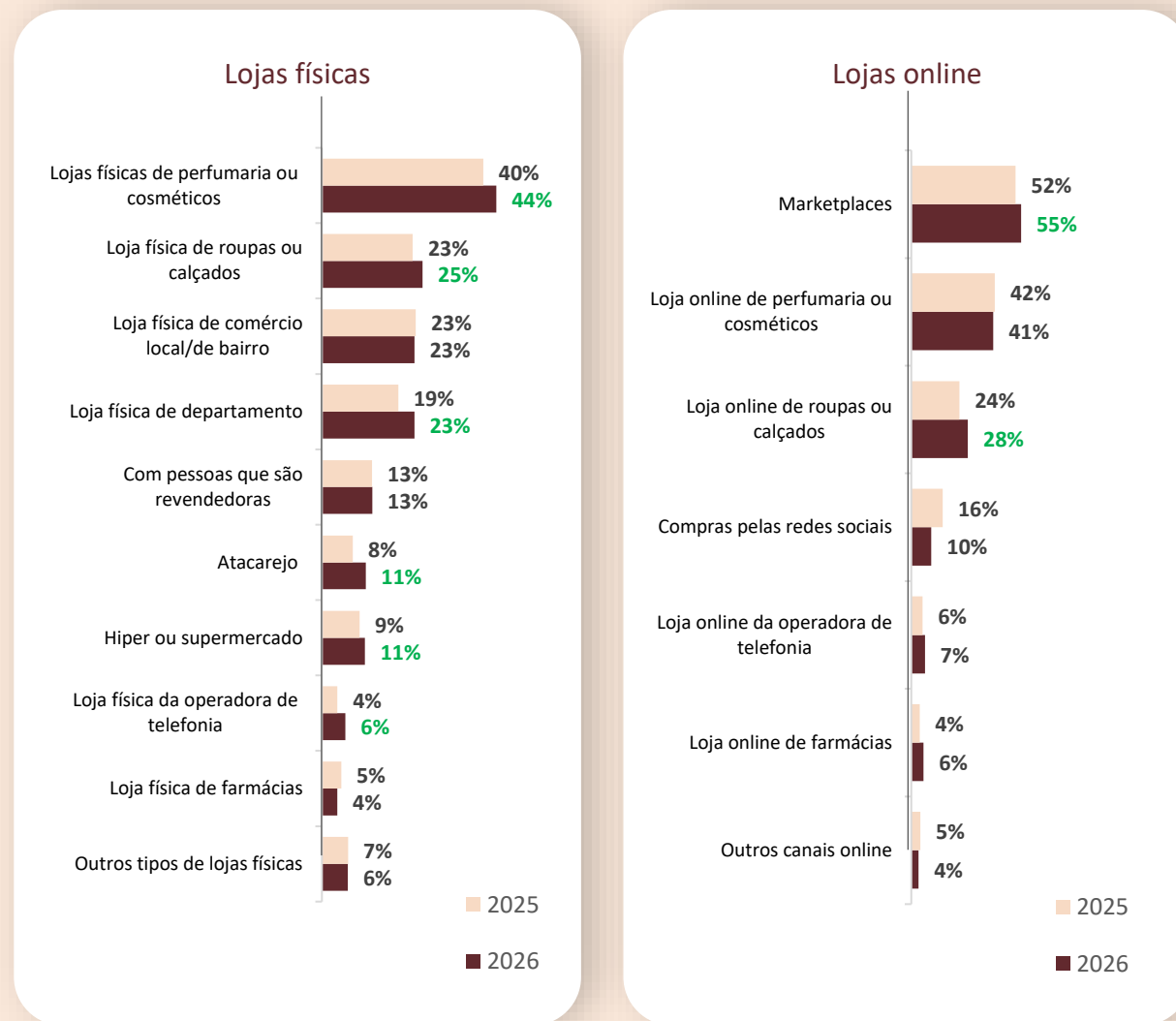


O avanço do multicanal

As lojas físicas perdem ligeiramente participação, indicando uma redução, ainda que sutil, do hábito exclusivamente presencial. Ao mesmo tempo, o online cresce e se consolida como canal complementar relevante, fortalecendo seu papel na jornada de compra.

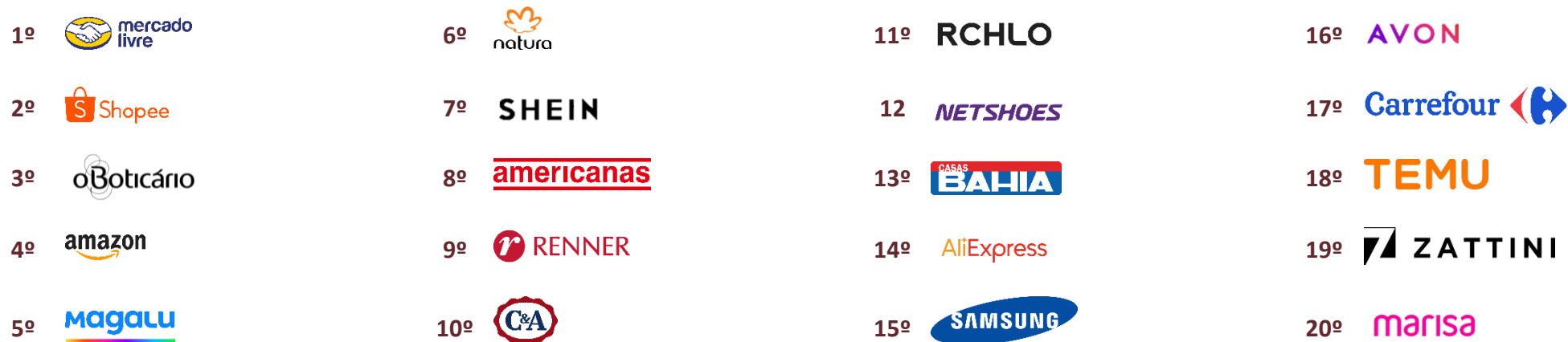


Em qual canal você pretende comprar o presente de Dia dos Namorados?



Velocidade e qualidade de entrega influenciam a escolha da loja online

Percepção espontânea dos consumidores sobre logística (Compras online)

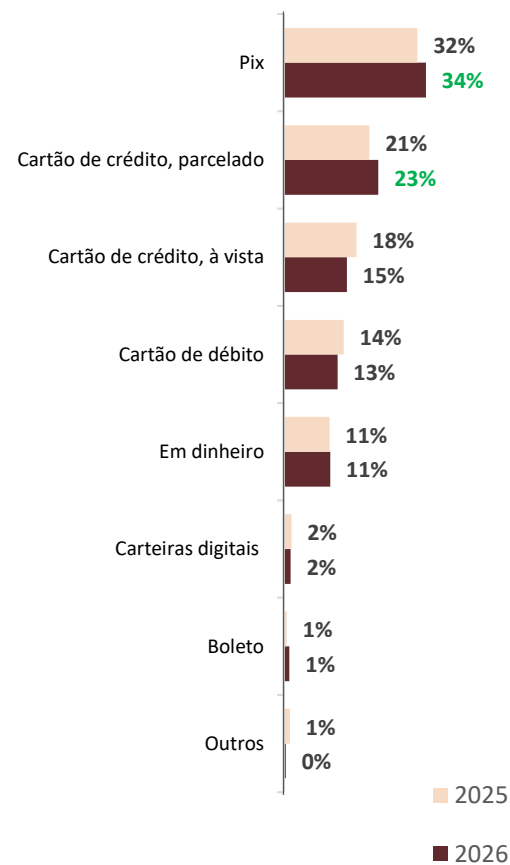


72% preferem o presente em **lojas online**, pois tenho mais liberdade para escolher exatamente o que eu quero sem precisar falar com vendedor.

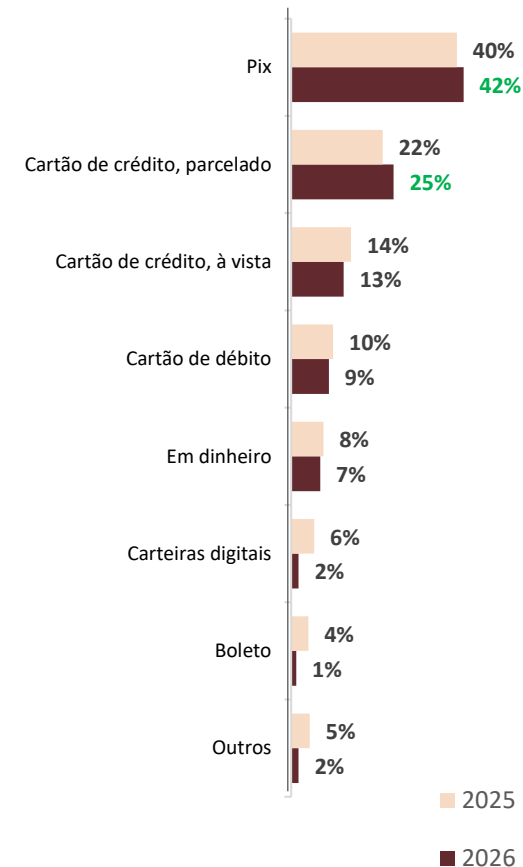
Meios de pagamento

Tanto no físico quanto no online, **Pix e cartão de crédito** (especialmente parcelado) concentram as principais escolhas. O padrão reforça um consumidor mais cauteloso em 2026, que equilibra praticidade, controle do orçamento e flexibilidade na hora de pagar.

Lojas físicas



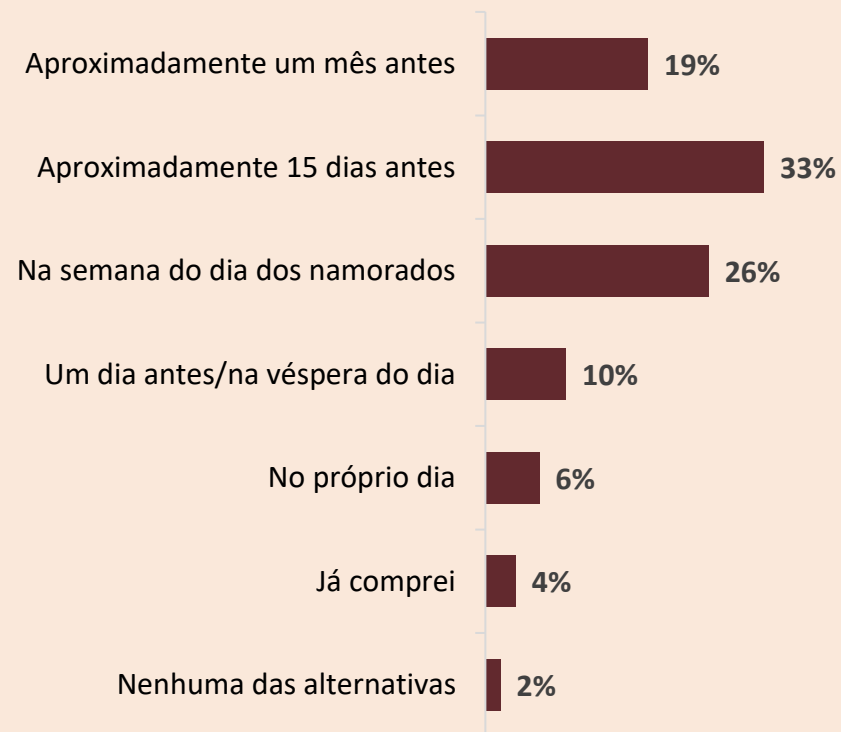
Lojas online



Antecedência de compra

A compra de presentes se concentra nos 15 dias que antecedem a data. Embora alguns se planejem com um mês de antecedência, favorecendo o online, a maioria deixa para a semana da data ou até a véspera, reforçando a importância do varejo físico.

Com qual antecedência você pretende comprar o presente de Dia dos Namorados?



Marcas, shoppers & Consumo de mídia



Quando pensamos em **Dia dos Namorados**, algumas marcas ocupam naturalmente o território a data:

Dados declarados por consumidores



Marcas mais lembradas

Dados declarados por consumidores

Top 10 marcas mais lembradas (pergunta aberta) - 2025

O Boticário

Amazon

Americanas

Shopee

Mercado Livre

Magazine Luiza (Magalu)

C&A

Natura

AliExpress

Renner

Top 10 marcas mais lembradas (pergunta aberta) - 2026

O Boticário

Cacau Show

Natura

Nestlé

Nike

Avon

Garoto

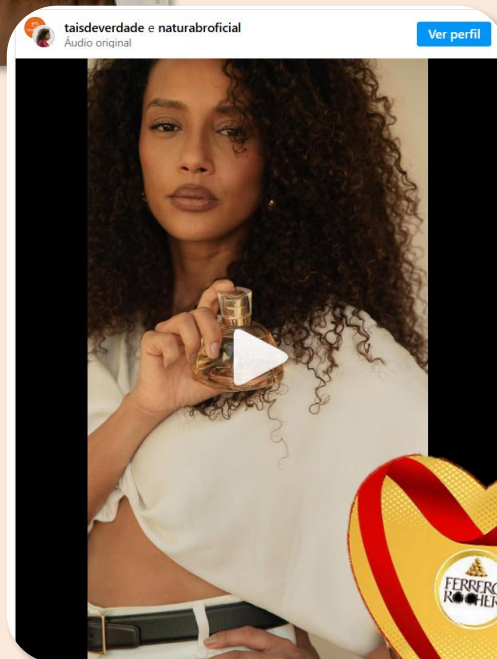
Renner

Adidas

Ferrero Rocher

Marcas mais lembradas

Dados declarados por consumidores



Top 10 marcas mais lembradas (pergunta aberta) - 2026

O Boticário

Cacau Show

Natura

Nestlé

Nike

Avon

Garoto

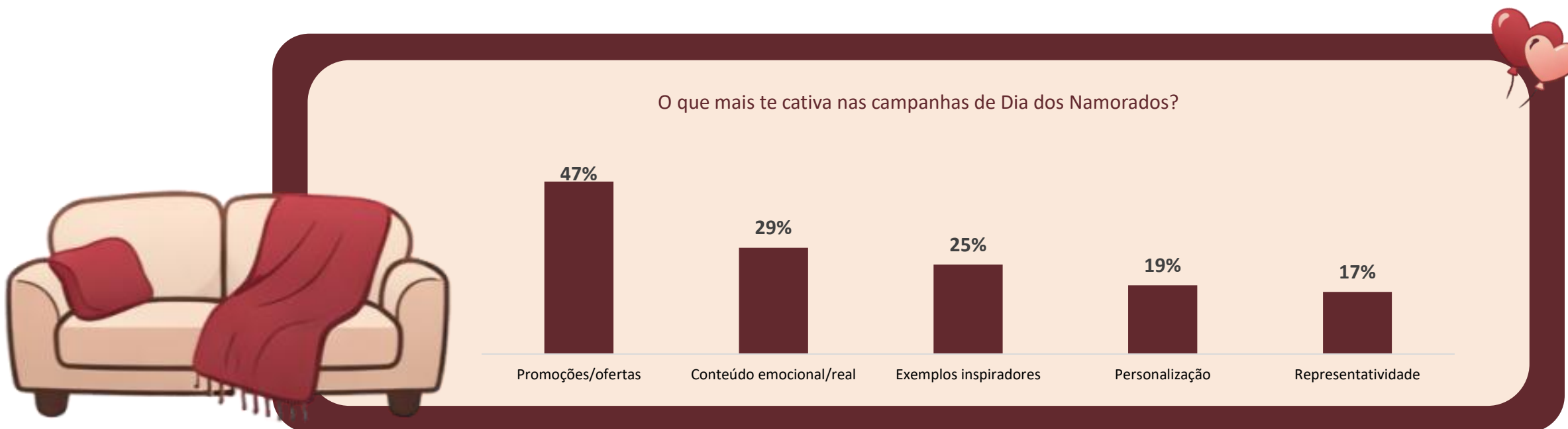
Renner

Adidas

Ferrero Rocher

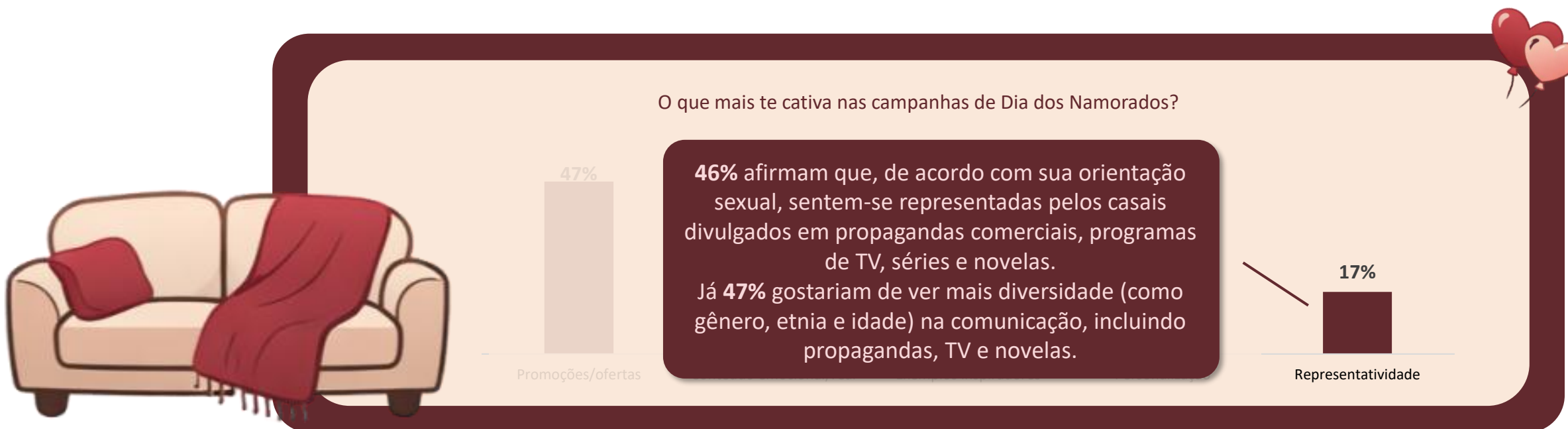
Alta atenção à data:

55% prestam atenção nas campanhas de Dia dos Namorados



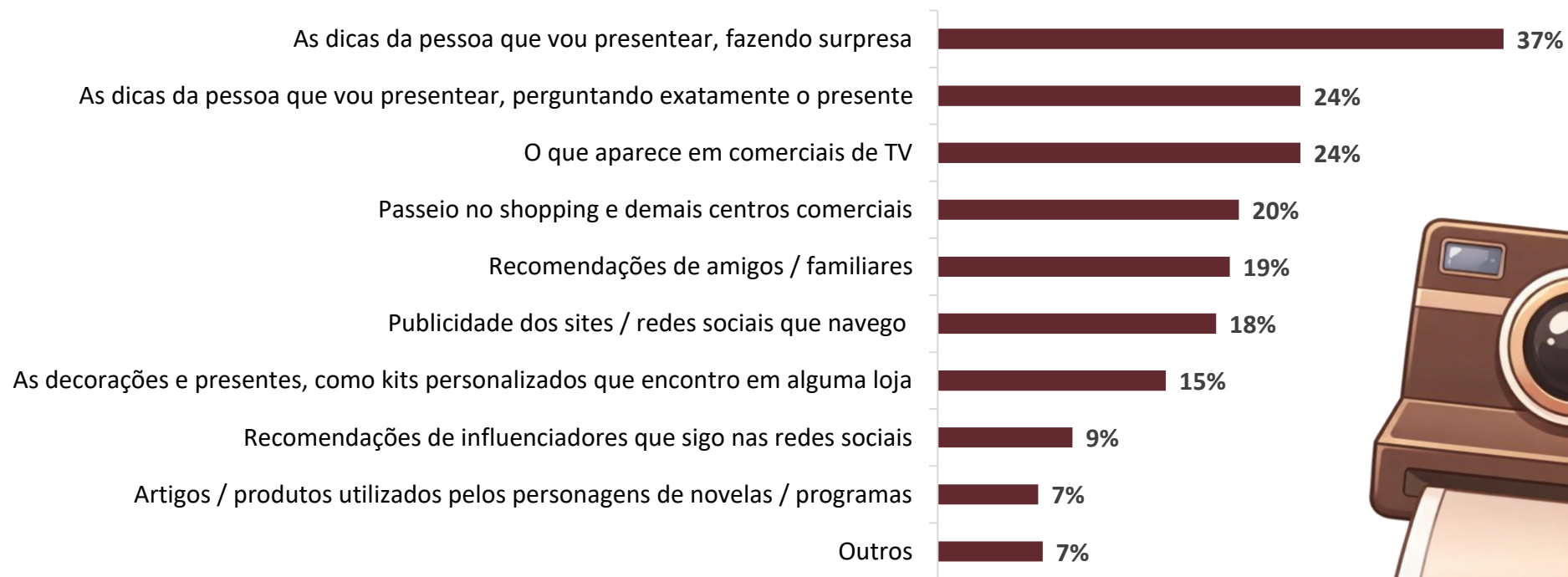
Alta atenção à data:

55% prestam atenção nas campanhas de Dia dos Namorados



Como a mídia impacta o processo de decisão na data

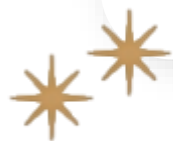
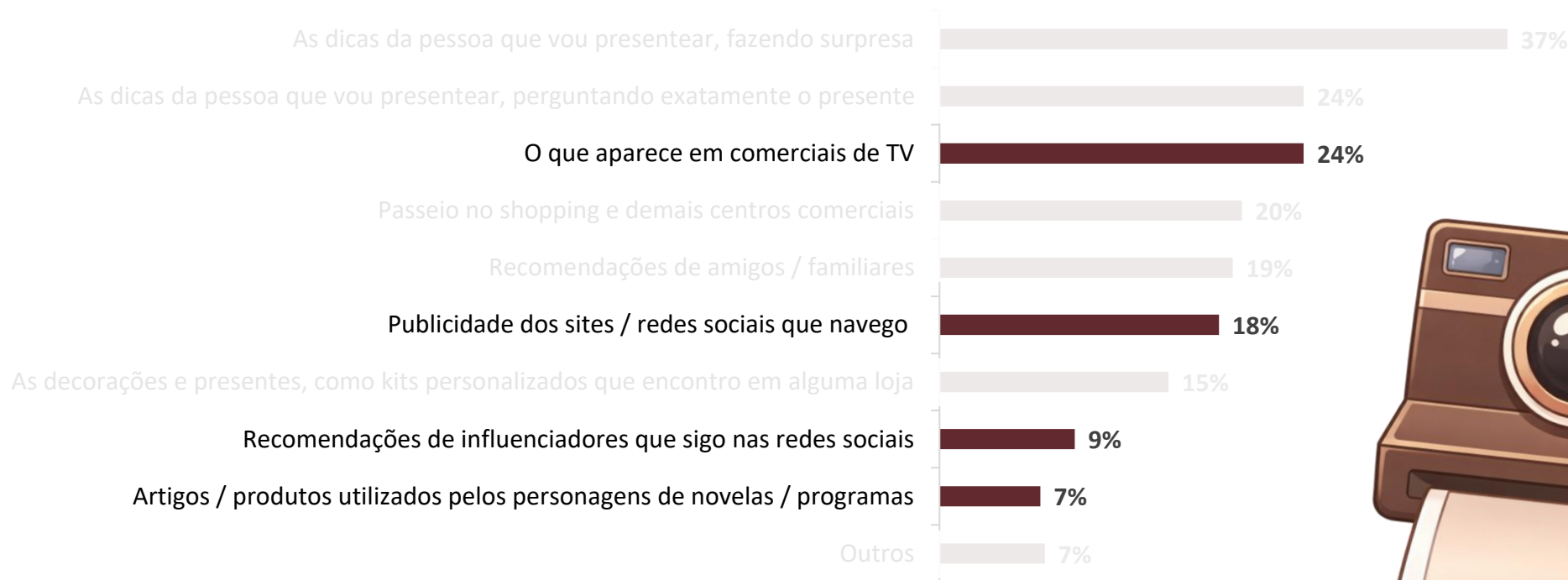
Na hora de pensar no presente, o que você costuma considerar?



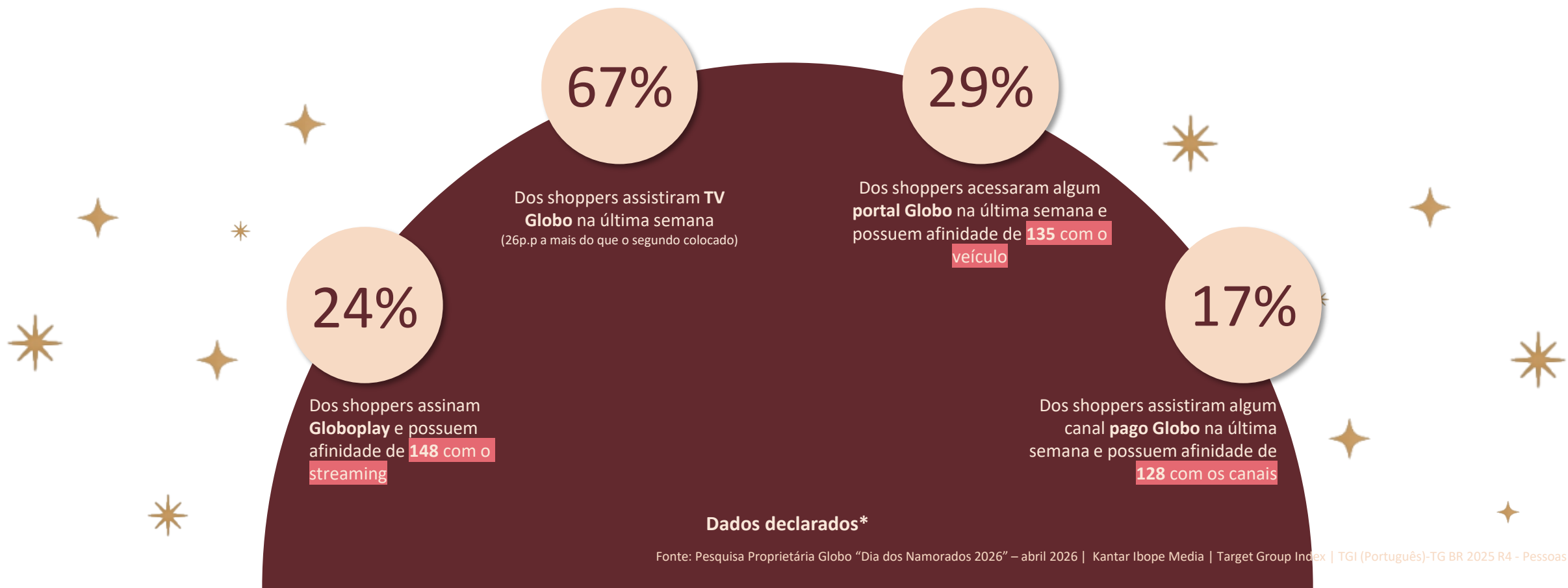
Como a mídia impacta o processo de decisão na data

A publicidade influencia
6 em 10
consumidores na escolha do presente de Dia dos Namorados.

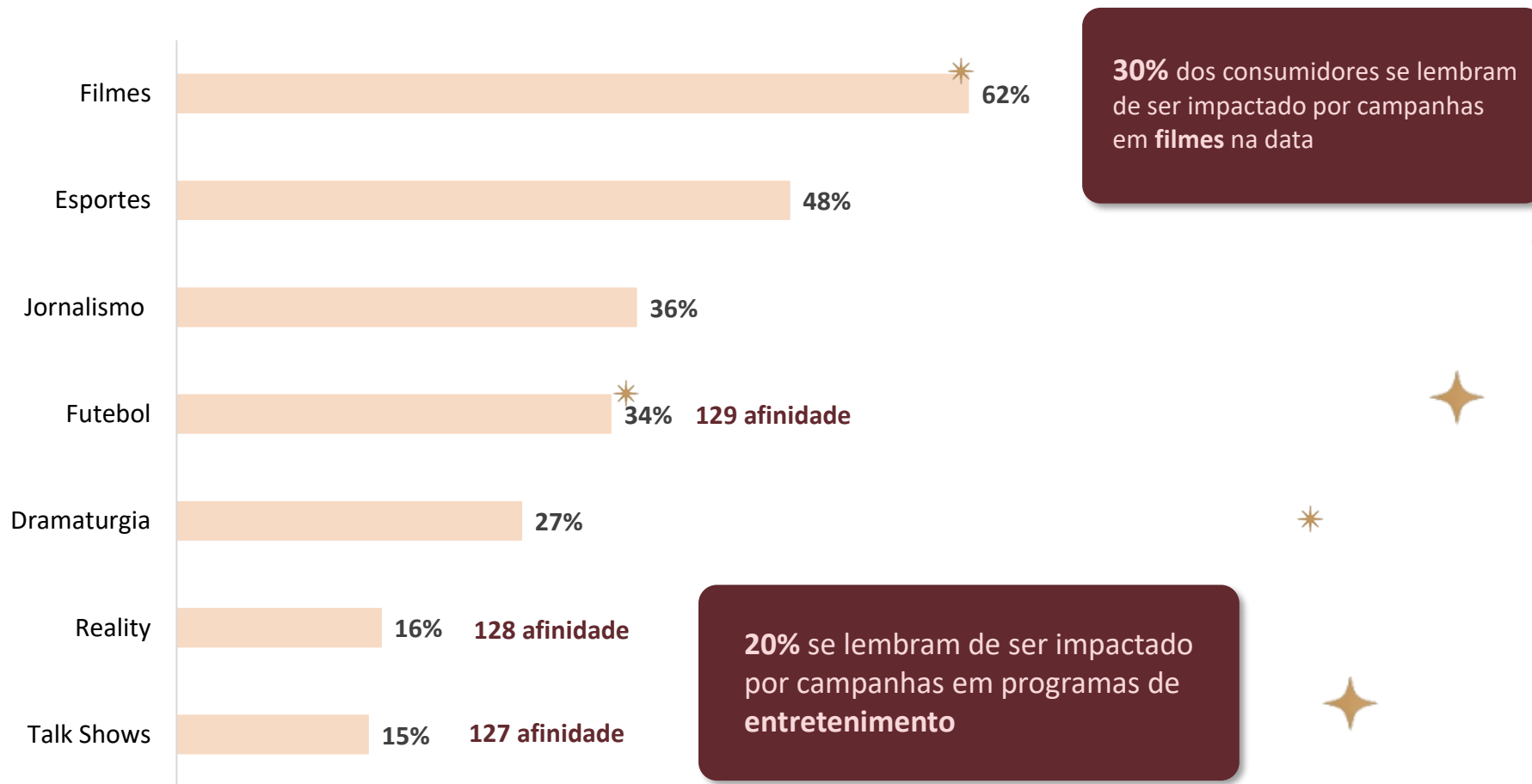
O que mais te cativa nas campanhas de Dia dos Namorados?

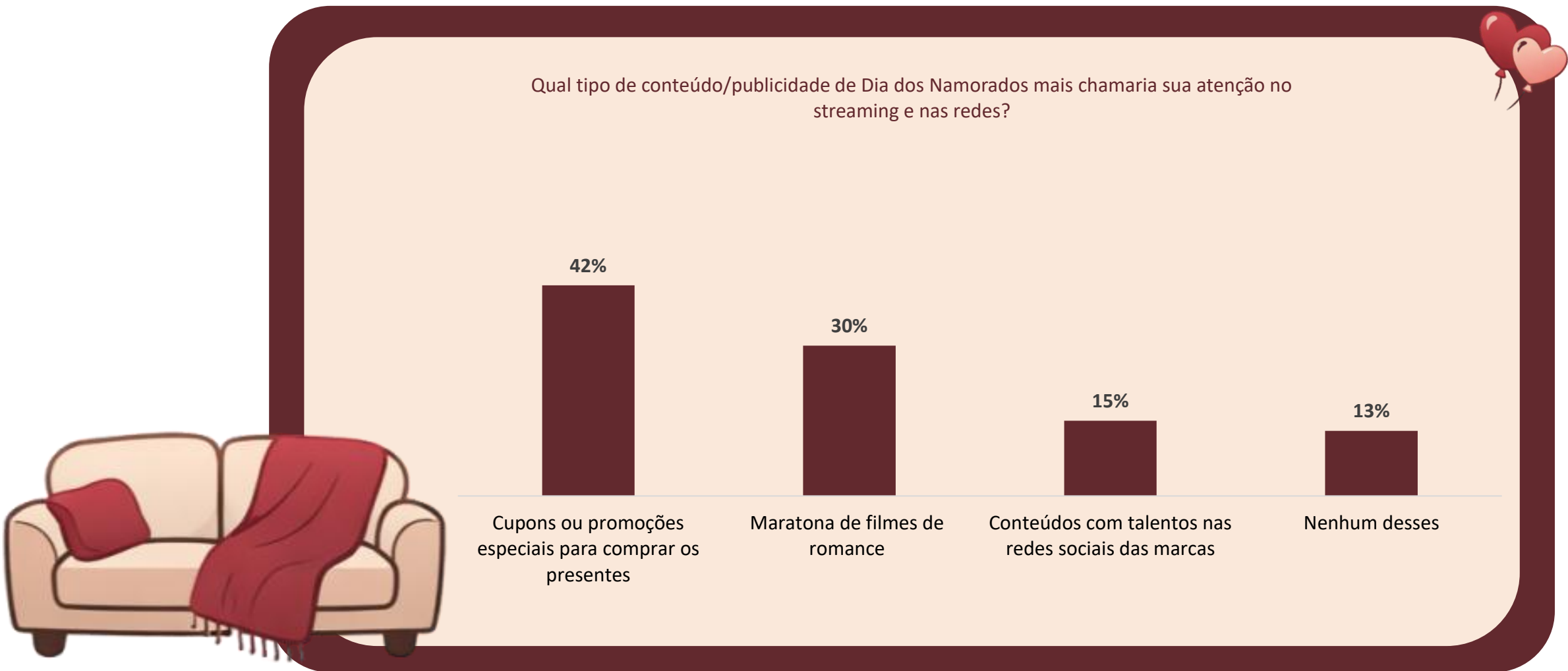


A data acontece em um momento de alta visibilidade para as marcas na Globo



Com possibilidade de apropriação do tema em diversos territórios

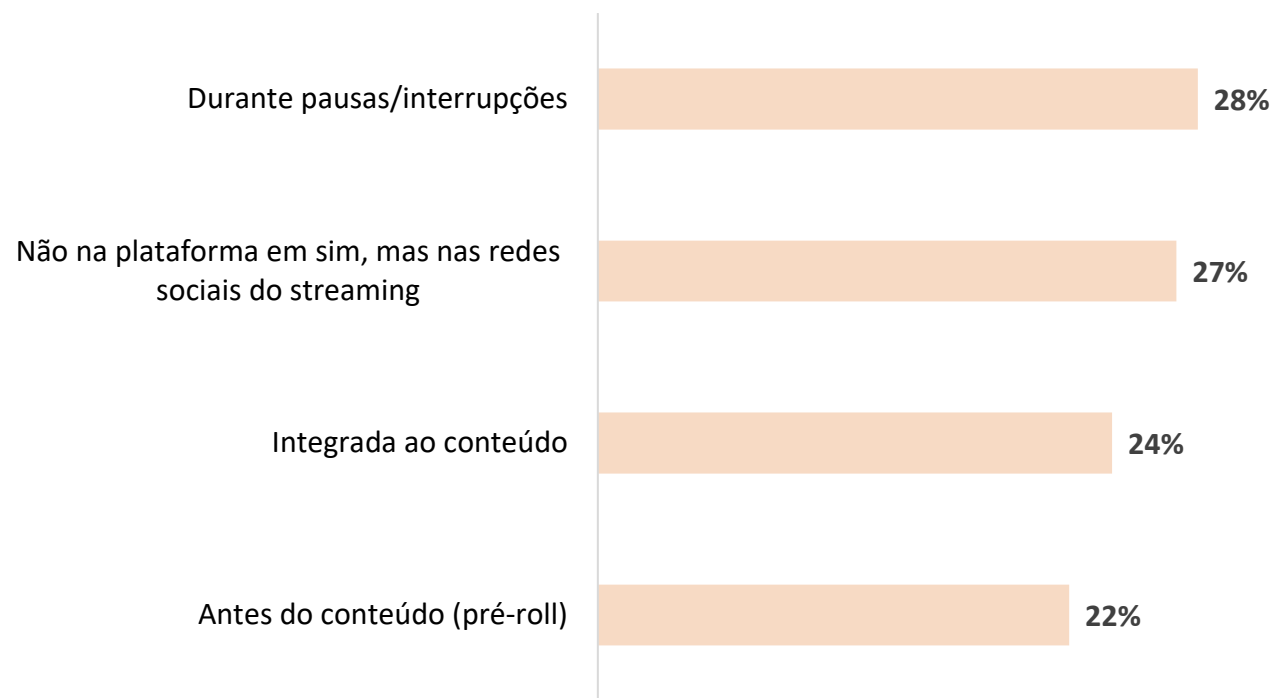




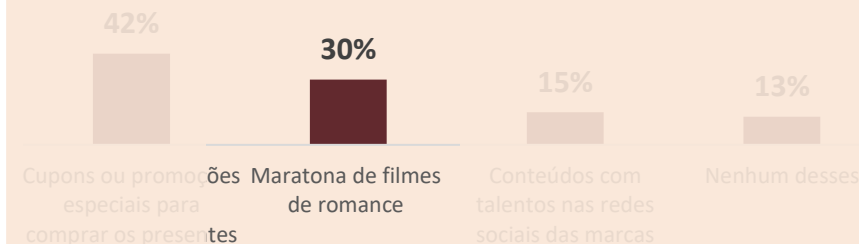
O Streaming aparece com grande potencial para 2026



Ao assistir uma publicidade do Dia dos Namorados no streaming, onde você acha mais natural ser impactado?



Qual tipo de conteúdo/publicidade de Dia dos Namorados mais chamaria sua atenção no streaming e nas redes?



As oportunidades aparecem em diversos meios, e com muita força nas **redes sociais**



43%

Dos consumidores consomem conteúdos de influenciadores

32%

buscam por promoções e descontos no conteúdo dos influenciadores na data

27%

buscam ideias de presentes

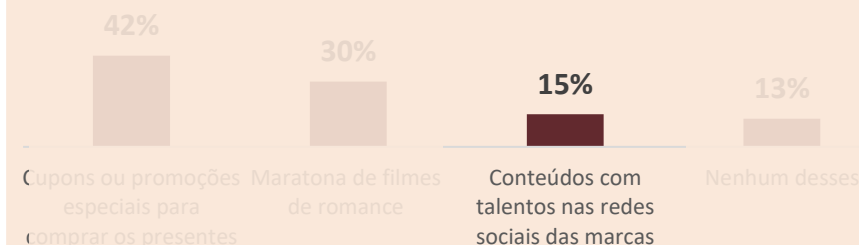
53%

Acreditam que o maior impacto nas decisões de compra sejam pelo Instagram

36% no Youtube **35%** no TikTok



Qual tipo de conteúdo/publicidade de Dia dos Namorados mais chamaria sua atenção no streaming e nas redes?



Takeaways

O Dia dos Namorados é uma data prioritariamente emocional

- 72% acreditam que a data é um momento para fortalecer o relacionamento
- 79% veem o presente como forma de demonstrar carinho e afeto

A jornada começa antes da compra, na inspiração

- 29% usam IA para buscar ideias ou inspirações
- 22% utilizam IA para criar mensagens românticas
- Apenas 17% usam IA diretamente para escolher o presente

Atenção às campanhas é comprovada

- 55% dos consumidores prestam atenção às campanhas de Dia dos Namorados

Conteúdo é o território mais potente da data

- 30% lembram de campanhas em filmes
- 20% lembram de campanhas em programas de entretenimento
- Afinidade com conteúdos chega a 129 e 128 pontos em alguns territórios

O consumo de mídia é multiplataforma
Entre os shoppers:

- TV Globo: maior alcance semanal (26 p.p. acima do segundo colocado)
- Globoplay: afinidade 148
- Portais Globo: afinidade 135
- Canais pagos Globo: afinidade 128

Influenciadores e social têm papel de apoio à decisão

- 43% consomem conteúdos de influenciadores
- 32% buscam promoções nesses conteúdos
- 27% buscam ideias de presentes
- Instagram (53%) e TikTok (35%) lideram impacto

O investimento acompanha a importância da data

- Junho movimentou R\$ 5,7 bilhões em investimento publicitário
- Crescimento de 41% em Paid Social



Oportunidades Globo





Estratégia & Inteligência de Negócios Inteligência
Setorial