



Pesquisa  
**DIA DOS**  
*Namorados*  
**2022**

## **Sumário Executivo**

### **Resumo dos principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2022**

- **Entre as pessoas abordadas na pesquisa, 34,1% apontaram que irão comprar presentes no Dia dos Namorados de 2022.**
  - Dentre as principais razões que explicam não haver intenção de presentear na data, destaca-se a resposta “não possuir namorado(a)” (65,8%). Na sequência aparecem o fato de não possuir dinheiro/recursos ou estar desempregado (18,4%), seguido da resposta de que não costuma dar presente ou não comemora a data (10,4%).
- **Entre os que vão presentear, o número médio de presentes no Dia dos Namorados 2022 será de 1,29 unidade.**
  - A média dos homens (1,33) é maior do que a das mulheres (1,23): enquanto 24,3% dos homens entrevistados pretendem comprar mais de um presente, 15,4% das mulheres têm essa intenção.
- **O gasto médio, por pessoa, deverá ser de R\$ 190,37.**
  - Os homens deverão apresentar um gasto médio de R\$ 225,00, enquanto as mulheres gastarão R\$ 149,47.
  - Quanto às classes de renda, os consumidores da classe baixa, média e alta pretendem gastar R\$ 172,98, R\$ 170,65 e R\$ 244,99, respectivamente.
- **O presente, em média, custará R\$ 148,87.**
  - Os homens devem adquirir presentes com preço médio de R\$ 169,59, enquanto as mulheres pretendem gastar R\$ 122,30, na média, em cada item.
  - Entre as classes de renda, os itens médios da classe baixa, média e alta deverão custar R\$ 135,76, R\$ 131,84 e R\$ 196,40, respectivamente.
- **Na comparação com o Dia dos Namorados de 2021, entre os que realizaram compras no ano passado, 41,8% dos consumidores devem gastar o mesmo do que no ano anterior, enquanto 31,6% sinalizaram que terão um gasto menor ou muito menor. A parcela de consumidores que pretendem gastar mais ou muito mais do que em 2021 é de 26,6%**
  - 34,0% dos entrevistados indicaram ter alterado a decisão de gasto em virtude do contexto atual e da crise sanitária.
- **81,0% das compras são realizadas com no máximo uma semana de antecedência.**
- **Entre os locais de compra, os mais citados são as lojas do centro das cidades (53,0%), seguidas pelos Shopping Centers (22,1%) e Internet (12,5%).**
  - 35,2% pretendem comprar na mesma loja em que foi feita a compra para a data em 2021.
  - Preços (57,7%), Atendimento (25,2%) e Diversidade de produtos (20,3%) são os três fatores mais citados como determinantes do local compra; 74,5% pesquisarão ofertas, sobretudo na internet (66,6%).
- **Os tipos de presentes mais frequentes serão Vestuário (32,7%), Perfumes e Cosméticos (22,9%) Chocolates (12,7%) e Calçados (11,9%); 13,0% não sabiam ou não haviam decidido.**
- **Quanto às formas de pagamento, 77,4% pretendem realizar compras à vista.**
  - Entre os que pretendem comprar a prazo, 58,6% pretende pagar em 2 parcelas ou 3 parcelas.
- **51,9% das pessoas pretendem proporcionar algum evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados em 2022, predominando as alternativas de almoço/jantar fora (53,0%) e almoço/jantar em casa (34,0%).**

## PESQUISA DE DIA DOS NAMORADOS 2022

O presente relatório tem por objetivo apresentar os principais resultados da Pesquisa de Dia dos Namorados 2022, analisando as intenções de compra para a data comemorativa. O público-alvo foram consumidores com intenção de realizar compras para o Dia dos Namorados, entrevistados no período de 08 a 18 de abril de 2022, em pontos de fluxo. A técnica utilizada foi a entrevista probabilística estratificada. Foram realizadas **385 entrevistas**, na principal cidade de cada Macrorregião do Estado: Santa Maria, Porto Alegre, Caxias do Sul, Ijuí e Pelotas.

**Tabela 1 – Amostra estipulada por município pesquisado**

Macrorregião	Município	Peso % Esperado	Amostra Estipulada
Centro	Santa Maria	12,7%	49
Metropolitana	Porto Alegre	46,0%	177
Nordeste	Caxias do Sul	17,7%	68
Noroeste	Ijuí	11,2%	43
Sul-Campanha	Pelotas	12,5%	48
<b>Total</b>		<b>100,0%</b>	<b>385</b>

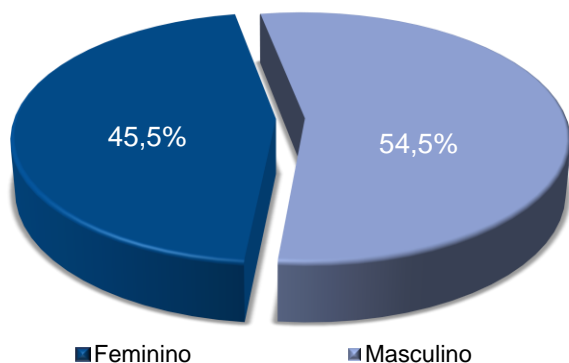
Fonte (população): IBGE

### Caracterização da Amostra

Para a realização da Pesquisa de Dia dos Namorados de 2022, foram abordadas 1129 pessoas. Desse total, **34,1% apontaram que comprariam presentes para o Dia dos Namorados** – totalizando os 385 entrevistados que compõe a amostra da pesquisa. Entre os que não iriam presentear, 65,8% disseram que o motivo era não ter namorado/a. Já razões como estar desempregado ou não ter dinheiro foram a justificativa para 18,4% daqueles que não darão presente na data em 2022, enquanto 10,4% disseram costumar dar presentes ou não comemoram a data.

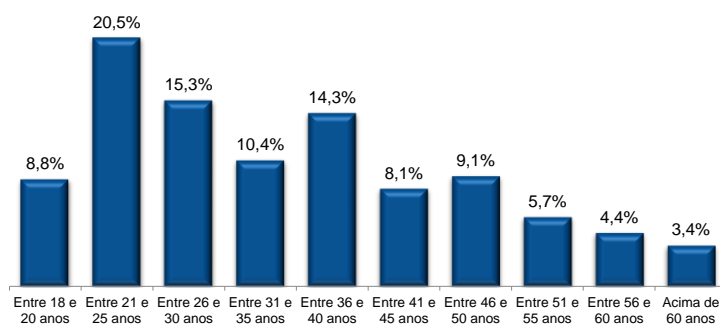
A amostra, em termos de gênero, foi composta por 45,5% dos indivíduos do gênero feminino, enquanto a parcela masculina representou 54,5% do total dos entrevistados (Gráfico 1). O Gráfico 2 apresenta a distribuição da amostra por faixa etária.

**Gráfico 1**  
Distribuição amostral conforme Gênero



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/ Fecomércio-RS

**Gráfico 2**  
Distribuição amostral conforme Faixa Etária

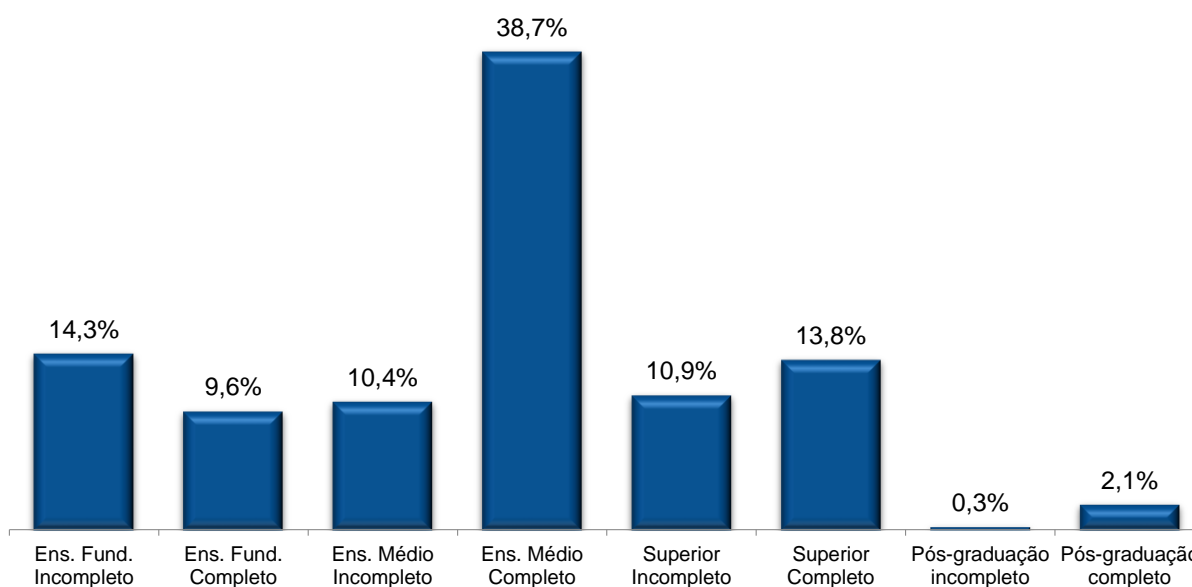


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Entre as faixas etárias contempladas na pesquisa, a parcela mais significativa, representando 20,5% da amostra, foi a de pessoas entre 21 e 25 anos de idade. Os indivíduos entre 26 e 30 anos responderam por 15,3% da amostra, enquanto o grupo de 36 a 40 anos representou 14,3% da amostra. As faixas etárias que possuem o menor número de entrevistados são as dos que têm entre 56 e 60 anos (4,4%), e acima de 60 anos (3,4%).

Acerca do grau de escolaridade, 38,7% da amostra corresponde a indivíduos com grau de escolaridade equivalente ao Ensino Médio Completo. A menor representação foi a dos indivíduos com Pós-Graduação Incompleta (0,3%). Os dados são apresentados no Gráfico 3.

**Gráfico 3 – Distribuição amostral conforme Grau de Escolaridade**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

No que diz respeito à classificação dos consumidores conforme a classe econômica, foram considerados dois aspectos: a renda familiar e o número de pessoas que dependem dessa renda. Foram utilizados os valores calculados pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE) em 2012, como limites de renda superior e inferior de cada faixa de renda familiar, conforme o número de pessoas que dependem da renda, atualizados pelo rendimento médio habitual nominal da população ocupada gaúcha da Pesquisa Nacional de Amostras de Domicílios Contínua do IBGE até dez/21. A distribuição das classes é apresentada na Tabela 2.

**Tabela 2 – Distribuição amostral conforme Classe de Renda**

Distribuição da Amostra	
Classe Baixa	16,9%
Classe Média	56,9%
Classe Alta	26,2%

Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Na pesquisa de 2022, os entrevistados foram questionados quanto aos seus níveis de renda em comparação ao período pré-pandemia. Entre os entrevistados, 53,0% afirmaram estar com um nível de renda

inferior ao pré-pandemia. Em 36,4% dos casos os indivíduos se dizem com nível de renda similar ao daquele período, e para 10,6% a renda é maior ou muito maior. Os dados são apresentados na Tabela 3.

**Tabela 3 – Situação de Renda em relação ao período pré-pandemia**

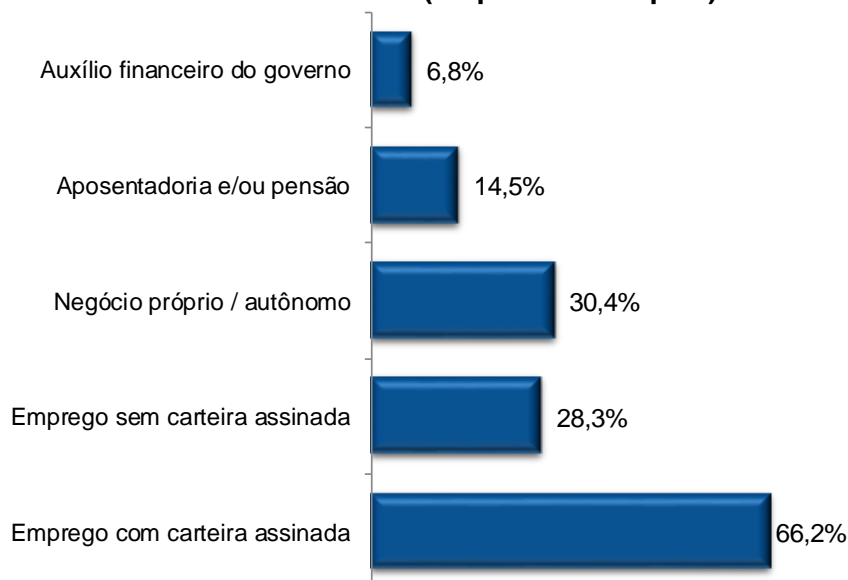
Comparação	%
Muito menor	10,4%
Menor	42,6%
Similar	36,4%
Maior	9,1%
Muito maior	1,6%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Ainda, ao analisar o aspecto renda dos indivíduos, os entrevistados foram questionados quanto à origem de seus recursos. Os dados são apresentados no Gráfico 4.

**Gráfico 4 – Fonte de renda (respostas múltiplas)**



Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

## Aspectos Quantitativos das Compras de Dia dos Namorados 2022

A presente seção objetiva apresentar os principais resultados quantitativos da pesquisa no que diz respeito aos presentes e gastos pretendidos para o Dia dos Namorados 2022.

### Número de Presentes

O número médio de itens adquiridos por pessoa será de 1,29 unidade. A Tabela 4 apresenta a frequência de intenções por gênero e quantidade de presentes que os consumidores pretendem comprar. Percebe-se que existe uma diferença entre os gêneros. Os homens devem adquirir um número médio de presentes (1,33) superior ao das mulheres (1,23). Enquanto 12,0% das mulheres pretendem comprar mais de um presente, entre os homens esse percentual é de 18,6%. Cabe ressaltar que, estratificando essa intenção

por classes de renda, a classe baixa dará 1,26 presente, a classe média 1,31 presente e a classe alta 1,26 presente.

**Tabela 4 – Quantidade de presentes por Gênero e Total**

	Feminino	Masculino	Total
1	84,6%	75,7%	91,1%
2	12,0%	18,6%	17,8%
3 ou mais	3,4%	5,7%	5,3%
<b>Média de Presentes*</b>	<b>1,23</b>	<b>1,33</b>	<b>1,29</b>

\*Em unidades.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

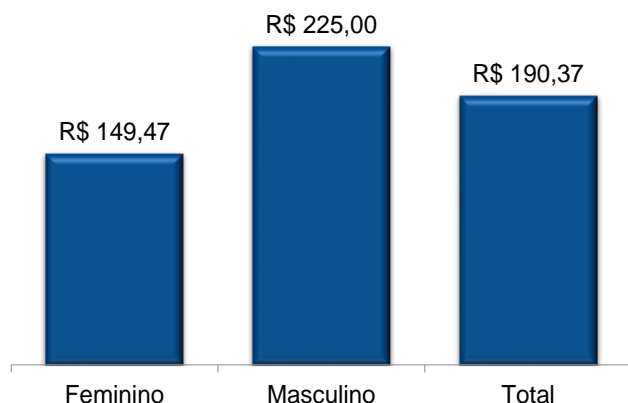
### Gastos em Presentes

No que diz respeito às intenções de gastos, o dispêndio médio por pessoa no Dia dos Namorados 2022 deverá ser de R\$ 190,37 (Gráfico 5), sendo superior entre os homens (R\$ 225,00) do que entre as mulheres (R\$ 149,47). O Gráfico 6 traz a desagregação das intenções de gastos por classes de renda. Os indivíduos da classe baixa, classe média e classe alta deverão gastar em média, R\$ 172,98, R\$ 170,65 e R\$ 244,99, respectivamente.

O Gráfico 7 apresentado anteriormente mostra a distribuição das intenções de gastos por faixas de valor, conforme gêneros. A distribuição dos gastos mostra que a faixa de valores mais indicada pelos entrevistados fica entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00 para ambos os sexos. Destaca-se que entre os homens gastos superiores a R\$ 200,01 são a segunda maior intenção de gasto (23,8%), enquanto para mulheres a segunda participação mais relevante fica com gastos inferiores a R\$ 50,00 (24,6%).

A Tabela 5 apresenta a distribuição das intenções de gastos conforme as classes de renda. Entre os indivíduos da menor classe de renda, as faixas de valor até R\$ 100,00 concentram 66,1% das intenções de gasto, enquanto para a classe alta esse percentual é de 26,8%.

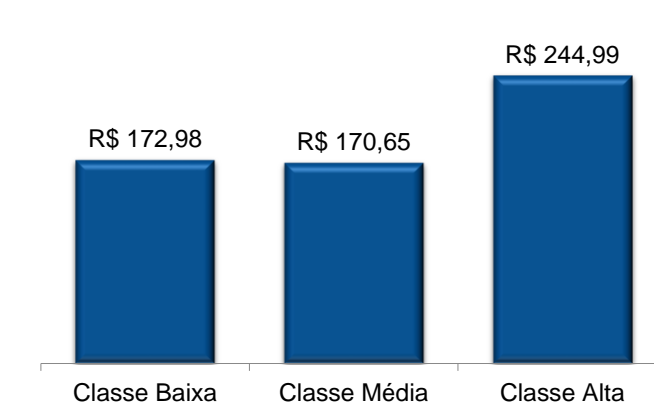
**Gráfico 5**  
Gasto médio por Gênero e Total



Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

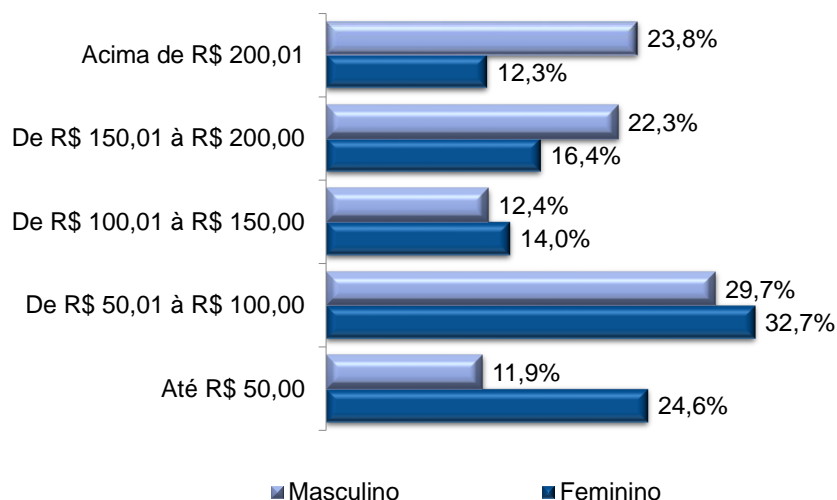
**Gráfico 6**  
Gasto médio por Classes de Renda



Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 7 – Distribuição da intenção de gastos com presentes por Gênero**



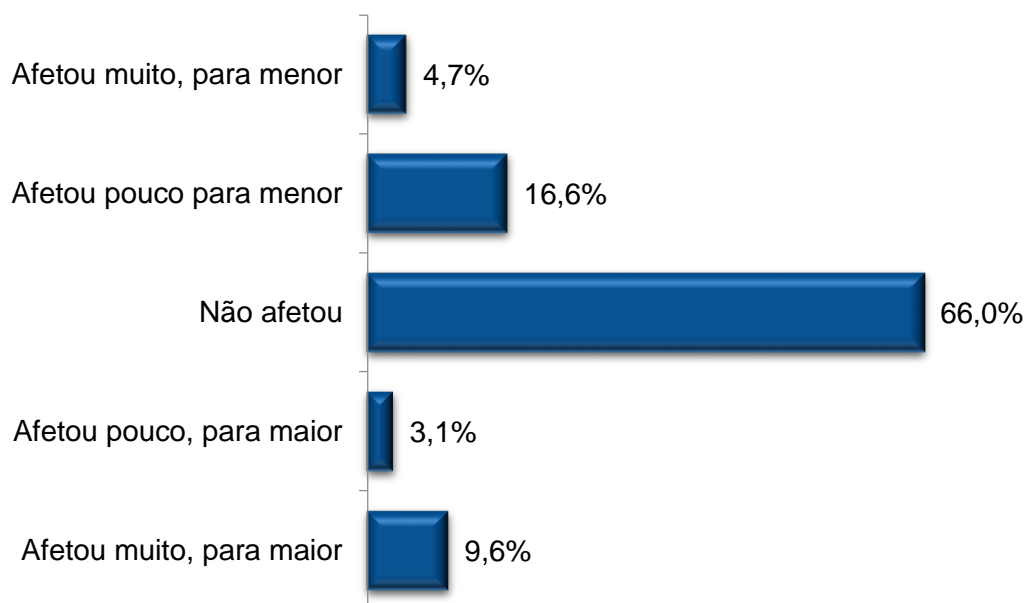
Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Tabela 5 – Intenção de gastos com presente por Classes de Renda**

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Até R\$ 50,00	30,6%	16,8%	11,3%	17,7%
De R\$ 50,01 à R\$ 100,00	35,5%	36,9%	15,5%	31,1%
De R\$ 100,01 à R\$ 150,00	14,5%	11,7%	15,5%	13,1%
De R\$ 150,01 à R\$ 200,00	9,7%	20,6%	23,7%	19,6%
Acima de R\$ 250,01	9,7%	14,0%	34,0%	18,5%

Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 8 – Alteração de Intenção de Gastos em virtude do momento atual**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

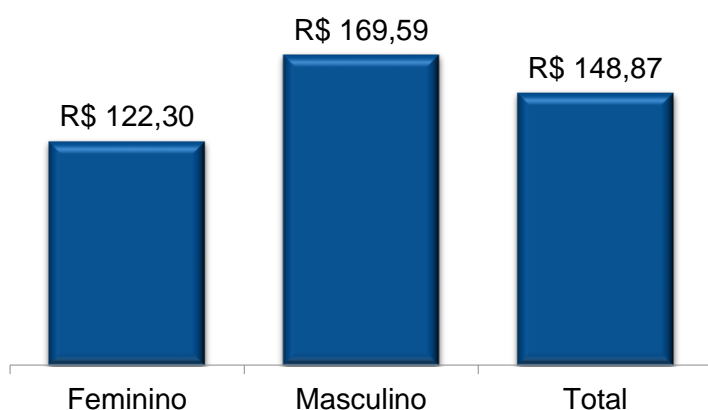
Os entrevistados foram questionados se a decisão de gasto foi alterada em virtude do momento econômico atual, considerando também aspectos sanitários. A pesquisa apontou que 66,0% respondentes não alteraram sua decisão de gasto. O Gráfico 8 mostra como a decisão de gastos dos consumidores foi afetado.

Entre os que tiveram a pretensão do gasto impactada, o motivo mais apontado (61,1%) que influenciou a decisão sobre quanto gastar foi a inflação. A dificuldade em pagar as contas foi citada por 20,6% dos respondentes. As variáveis mais relacionadas ao mercado de trabalho, como o desemprego (2,3%) e a redução da renda (0,8%), foram as menos citadas. Incertezas sobre o rumo da pandemia (16,8%) e incerteza sobre a condição financeira nos próximos meses (12,2%) também apareceram.

### Valor Médio dos Presentes

A estimativa de valor médio por presente comprado neste Dia dos Namorados deverá ser de R\$ 148,87 (Gráfico 9). Os homens devem adquirir itens com valor médio de R\$ 169,59 enquanto as mulheres devem gastar em cada presente, em média, R\$ 122,30. O Gráfico 10 apresenta o valor médio dos presentes que devem ser adquiridos no Dia dos Namorados por classe de renda. Os indivíduos da classe baixa pretendem adquirir presentes com valor médio de R\$ 135,76, enquanto os da classe alta, de R\$ 196,40. A classe média vai adquirir presentes, em média, de R\$ 131,84.

**Gráfico 9**  
Presente médio por Gênero e Total

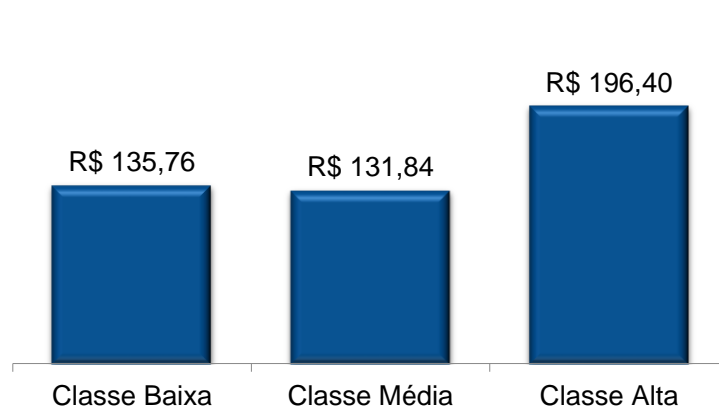


Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 10**  
Presente médio por Classes de Renda



Nota: para o cálculo do presente médio, são considerados apenas os indivíduos que responderam às questões referentes à intenção de gasto total e à quantidade de presentes.

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Comparação dos Gastos com o Dia dos Namorados 2022

A Tabela 6 apresenta a percepção média dos gaúchos em relação à comparação de seus gastos com o Dia dos Namorados de 2022. Do total de entrevistados, 41,8% dos consumidores devem gastar o mesmo do que em 2021, enquanto 31,6% sinalizaram que terão um gasto menor ou muito menor na comparação com o ano anterior. A parcela de consumidores que pretendem gastar mais do que em 2021 é de 22,3% e de 4,3% para aqueles que afirmam que gastarão muito mais. É importante destacar que não foram consideradas na distribuição de frequências as pessoas que não compraram no ano passado, mas relatam que comprarão nesse ano, assim como os entrevistados que não souberam responder.



**Tabela 6 – Intenção de gastos para o Dia dos Namorados 2022 em relação ao Dia dos Namorados 2021**

Resposta	Frequência
Muito menor	3,4%
Menor	28,2%
O mesmo	41,8%
Maior	22,3%
Muito maior	4,3%

Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

A partir dos dados da Tabela 6, é possível elaborar um índice<sup>1</sup> que consolida a distribuição de respostas em um único número, que varia entre 0,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito menos do que em 2020) e 200,0 (todos os indivíduos pretendem gastar muito mais do que em 2021), no qual o valor 100,0 indica que, na média, os indivíduos pretendem gastar o mesmo do que em 2020. O índice calculado a partir das frequências da Tabela 5 resulta no valor de 98,0 - indicando um nível de gasto pretendido em 2022 levemente inferior que no Dia dos Namorados de 2021.

## Aspectos Qualitativos das Compras de Dia dos Namorados 2022

A presente seção apresenta algumas características básicas acerca das intenções de compras de presentes para o Dia dos Namorados 2022: momento da aquisição, tipos de presentes, locais de compra e formas de pagamento.

### Tipos de Presentes

**Tabela 7 – Principais Tipos de Presentes com intenção de compra (resposta múltipla)**

Tipo de Presente	Frequência
Vestuário	32,7%
Perfumes/Cosméticos	22,9%
Chocolates	12,7%
Calçados	11,9%
Flores	9,6%
Bijouterias	7,0%
Artigos de Decoração	2,9%
Eletrônicos/Eletrrodomésticos	2,6%
Acessórios	2,3%
Celular	1,3%
Cheque-Presente	0,8%
Viagem	0,8%
Aliança	0,8%
Bebidas	0,8%
Livros	0,5%
Ingresso	0,3%
Produtos de beleza	0,3%

Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

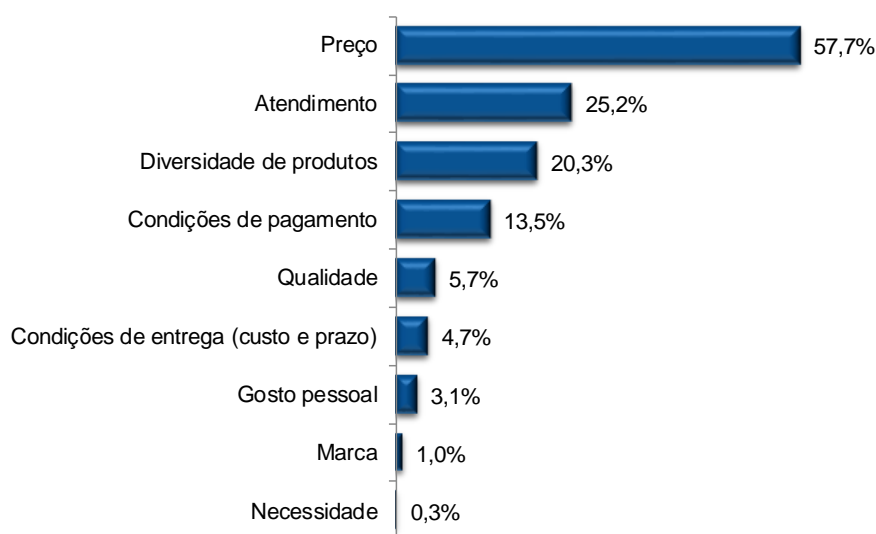
<sup>1</sup> Para o cálculo do índice foram desconsiderados os que não souberam responder e também aqueles que não efetivaram compras nessa data no ano passado.

A Tabela 7 apresenta os tipos de presentes com maior frequência de intenção de compra por parte dos entrevistados. Como é tradicional no Dia dos Namorados, verifica-se que o tipo de presente mais procurado por aqueles que pretendem presentear está no Vestuário (32,7%). Na sequência, aparecem como itens preferidos Perfumes e Cosméticos (22,9%), Chocolates (12,7%) e Calçados (11,9%). Destaca-se que 13,0% dos entrevistados não sabiam ou não haviam decidido.

### Fatores que influenciam a compra

Os entrevistados também foram questionados sobre fatores levados em consideração no momento de aquisição do presente. Conforme mostra o Gráfico 11, o aspecto mais relevante foram os preços (57,7%), seguido de atendimento (25,2%) e, na sequência, a diversidade de produtos (20,3%).

**Gráfico 11 – Determinantes na escolha do local onde realiza a compra**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Locais de compra

Acerca dos locais de compra (Tabela 8), as lojas do centro aparecem como principal tipo de estabelecimento para as compras do presente do Dia dos Namorados, com participação nas preferências de 53,0% das pessoas. Em seguida, também com participação relevante, aparecem shopping centers (22,1%). A internet apareceu na pesquisa com 12,5% das preferências, enquanto lojas de bairro apresentaram 8,1%.

**Tabela 8 – Principais Locais de Compra por Classes de Renda**

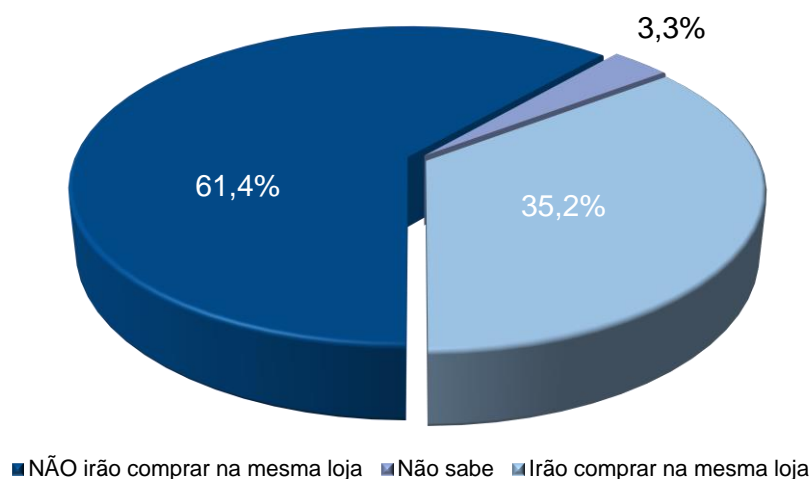
	Baixa	Média	Alta	Total
Lojas do centro	63,1%	54,8%	42,6%	53,0%
Shopping Centers	16,9%	18,3%	33,7%	22,1%
Internet	6,2%	11,4%	18,8%	12,5%
Lojas de bairro	6,2%	9,6%	5,9%	8,1%
Centros Comerciais	10,8%	4,1%	5,0%	5,5%
Camelôs/Centro Popular de Compras	0,0%	3,7%	2,0%	2,6%
Supermercados	0,0%	3,2%	1,0%	2,1%
Revendedores/ Representantes	4,6%	0,5%	0,0%	1,0%

Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

Analisando os locais de compra por classes de renda, nota-se que a preferência por lojas de centro, mesmo que seja o local mais indicado pelos entrevistados de todas as classes, decresce conforme aumenta a renda. Ainda, também se destaca a indicação pelas pessoas de classe alta nas compras em *shopping centers*, presença que é menos expressiva nas outras classes.

Os entrevistados foram questionados se deverão ou não repetir as lojas em que realizaram a compra do presente de Dia dos Namorados de 2021. Entre os respondentes que haviam apresentado no ano passado, 35,2% afirmaram que irão repetir a loja em 2022. Os dados são apresentados no Gráfico 12.

**Gráfico 12 – Irá repetir a loja onde realizou a compra do Dia dos Namorados do ano passado**

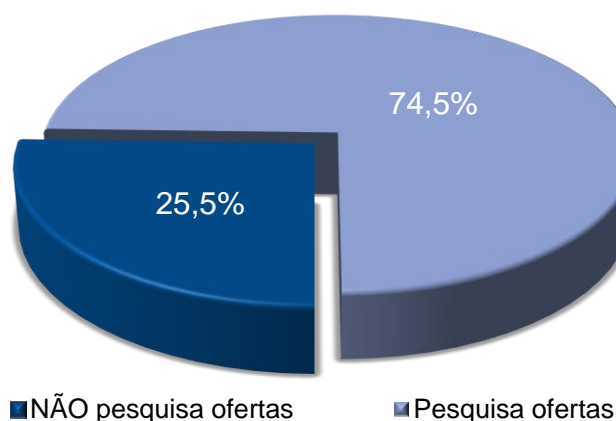


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Pesquisa de Ofertas

Os entrevistados também foram questionados se irão fazer pesquisa de ofertas e onde farão essas pesquisas. Os dados são apresentados no Gráfico 13. A maior parte dos entrevistados (74,5%) irá pesquisar ofertas; entre esses, apesar das opções de pesquisa na internet terem sido indicadas por 66,6% dos respondentes, 54,7% dos respondentes indicaram que a pesquisa deve acontecer nas lojas físicas, conforme mostra a Tabela 9.

**Gráfico 13 – Pesquisa de ofertas antes da compra**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Tabela 9 – Local de realização da pesquisa por promoções**

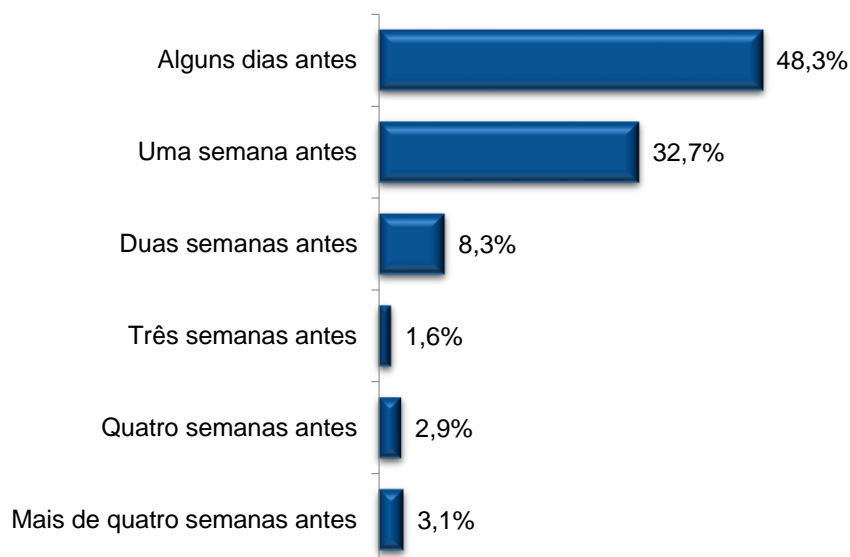
Local de realização da pesquisa por promoções	%
Visitará lojas físicas	54,7%
Sites de Busca (Google, Bing...)	42,2%
Redes Sociais (Facebook, Instagram...)	18,1%
Sites de <i>e-commerce</i>	6,3%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

### Antecedência da Compra

O Gráfico 14 apresenta a distribuição de frequências por momento de realização da compra de presente. É possível perceber que 81,0% das pessoas efetuam a compra com no máximo uma semana de antecedência em relação ao dia da data comemorativa.

**Gráfico 14 – Antecedência de compra do presente em relação à data do Dia dos Namorados**


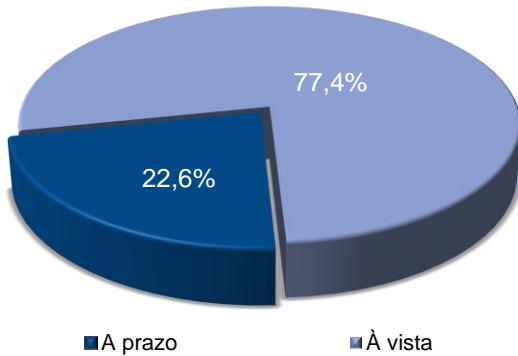
Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

### Formas de pagamento

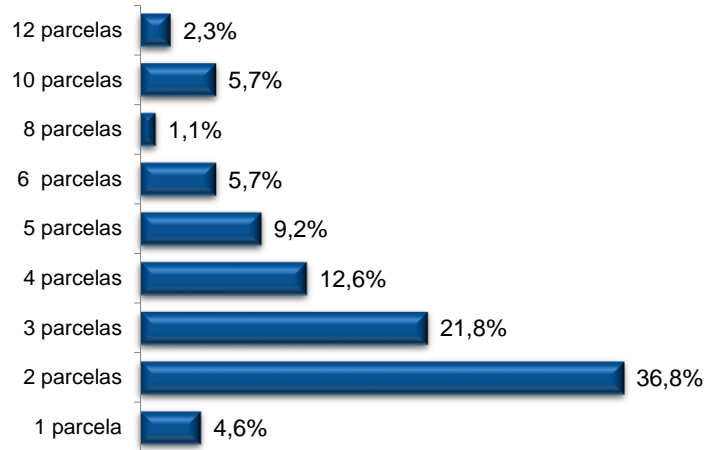
Em relação às formas de pagamento, 77,4% dos entrevistados afirmaram que irão efetuar suas compras de Dia dos Namorados à vista, enquanto 22,6% irão comprar a prazo (Gráfico 15). Analisando a distribuição das compras a prazo por número de parcelas (Gráfico 16), verifica-se que 58,6% parcelarão em duas (36,8%) ou três vezes (21,8%).

**Gráfico 15**  
**Forma de Pagamento**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

**Gráfico 16**  
**Distribuição das Compras a Prazo por Número de Parcelas**

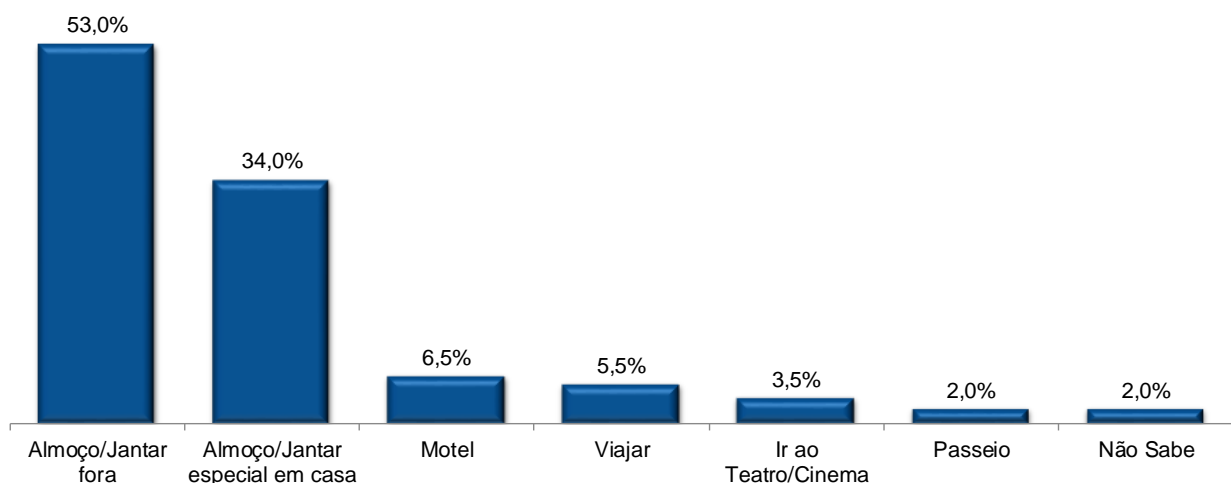


Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica/Fecomércio-RS

## Evento Especial

Entre os entrevistados, 51,9% afirmaram que pretendem proporcionar um evento especial no Dia dos Namorados. Entre os que pretendem proporcionar um evento especial em comemoração ao Dia dos Namorados, 53,0% irão optar por almoçar/jantar fora e 34,0% irão proporcionar um almoço/jantar especial em casa. Os dados são apresentados no Gráfico 17.

**Gráfico 17 – Tipo de Evento Especial**



Fonte: Fecomércio-RS  
Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

Quando o evento especial é analisado por classes de renda (Tabela 10), nota-se que enquanto comemorar almoçando/jantando fora é a alternativa mais apontada pelos consumidores das classes média e alta, para a classe baixa almoçar/jantar em casa é o evento mais apontado.

**Tabela 10 – Tipo de Evento por Classes de Renda**

	Classe Baixa	Classe Média	Classe Alta	Total
Almoço/Jantar fora	32,4%	59,8%	51,9%	53,0%
Almoço/Jantar especial em casa	47,1%	25,9%	42,6%	34,0%
Motel	8,8%	6,3%	5,6%	6,5%
Viajar	2,9%	7,1%	3,7%	5,5%
Ir ao Teatro/Cinema	5,9%	2,7%	3,7%	3,5%
Passeio	2,9%	1,8%	1,9%	2,0%

Fonte: Fecomércio-RS

Elaboração: Assessoria Econômica / Fecomércio-RS

É permitida a reprodução total ou parcial deste conteúdo, elaborado pela FECOMÉRCIO-RS, desde que citada a fonte. A FECOMÉRCIO-RS não se responsabiliza por atos/interpretações/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações.



Pesquisa  
**DIA DOS**  
*Namorados*  
**2022**