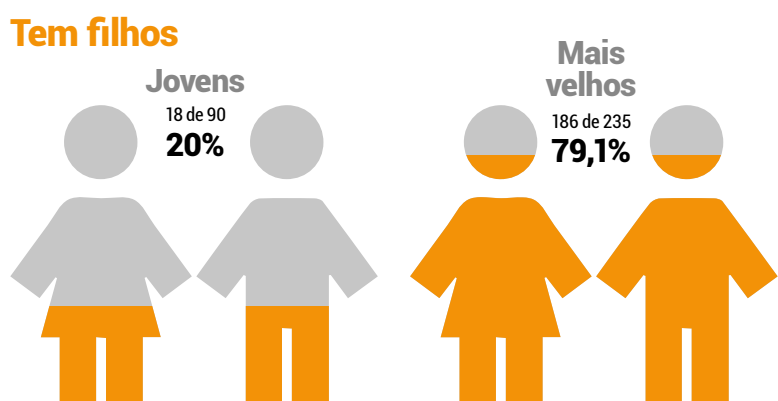
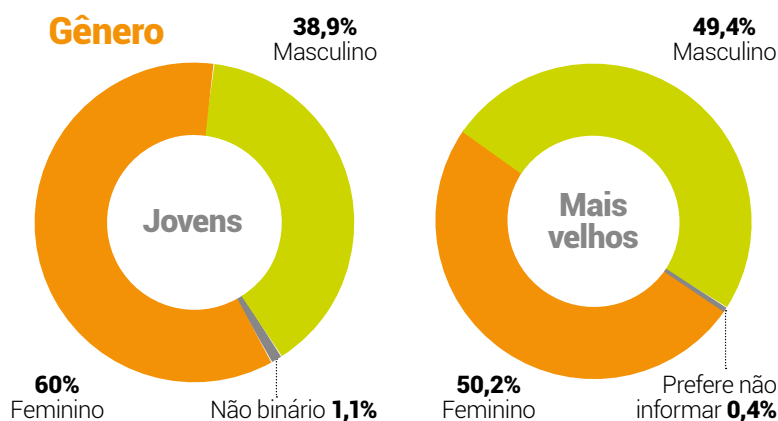


Tendências do público jovem em 2026

➔ DIA DO COMÉRCIO

Mais receptividade com a compra online, uso de IA para educação financeira e otimismo no horizonte caracterizam o jovem gaúcho. O **GeraçãoE** apresenta recorte da pesquisa *Comportamento do Consumidor no Varejo 2026* comparando as tendências e os hábitos do público mais jovem e dos 40+. O levantamento, realizado pela Escola de Negócios da Pucrs com o *Jornal do Comércio*, foi coordenado pelos professores Stefânia Ordovás de Almeida, Clécio Araújo e Vinícius Sittoni Brasil, da Escola de Negócios da Pucrs e responsáveis pelo Omni-X – hub de inovação na Experiência de Consumo Omnichannel instalado no ecossistema do Tecnopuc Business.

Dados Gerais da Pesquisa



Diferença esperada de ciclo de vida, já tratada como controle demográfico no documento, não como achado editorial

Estado Civil

Jovens

Solteiro(a) **46,7%**
Vivendo junto/união estável **26,7%**
Casado (a) **22,2%**
Divorciado(a)/separado(a) **4,4%**

Mais velhos

Casado(a) **55,7%**
Vivendo junto/união estável **16,6%**
Solteiro (a) **13,6%**
Divorciado(a)/separado(a) **11,9%**
Viúvo (a) **2,1%**

Escolaridade

	Jovens	Mais velhos
Superior incompleto ou menos	24,4%	14%
Superior completo	33,3%	26,8%
Pós-graduação (incompleta ou completa)	42,2%	59,1%

Renda Bruta Familiar

	Jovens	Mais velhos
Até R\$ 4.863	18,9%	11,1%
Entre R\$ 4.864 e R\$ 14.589	53,3%	37,4%
Entre R\$ 14.590 e R\$ 24.315	15,6%	28,9%
Acima de R\$ 24.316	12,2%	22,6%

Confirma a renda mais alta do grupo mais velho.

JOVENS x MAIS VELHOS

O que a estatística revela sobre o consumidor gaúcho 2026

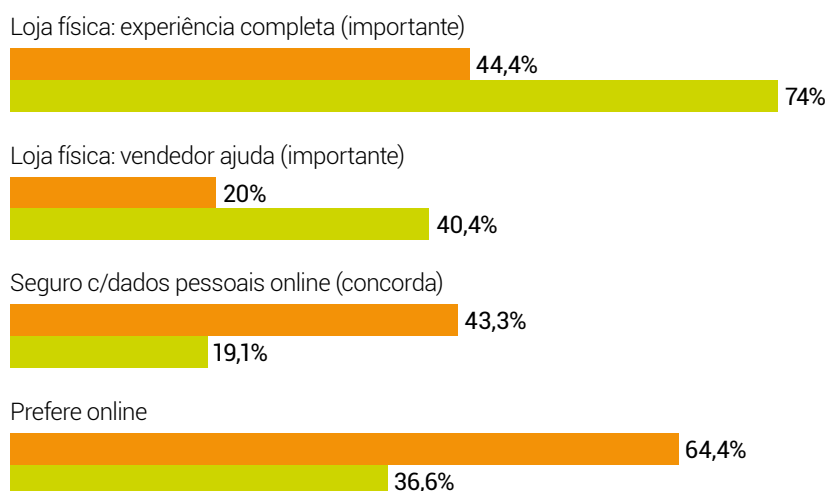
■ Jovem (até 40 anos) ■ Mais velho (41+ anos)

Jovens têm mais confiança para compartilhar dados online

A divisão mais nítida revelada pela pesquisa não é sobre o que o gaúcho compra, mas onde e por quê. Os jovens até 40 anos já são majoritariamente online e tratam a exposição de dados pessoais como preço normal a pagar pela conveniência. Os mais velhos, mesmo comprando online, ainda vão à loja física atrás de algo que a tela não entrega: um vendedor que ajude a decidir e uma experiência de compra completa. Não é resistência à tecnologia é uma divisão clara de papéis entre os dois canais, e ela muda conforme a idade.

Duas lojas, dois RS: o abismo geracional entre a tela e o balcão

Jovens confiam mais em compartilhar dados pessoais online e preferem o e-commerce; mais velhos buscam na loja física o vendedor e a experiência que a tela não entrega.



Local de residência

