



FELIZ

DIA DAS

CRIA

NÇAS

12
OUTUBRO

COPL

Dados de Mercado



CRIANÇAS E ADOLESCENTES CADA VEZ MAIS CONECTADOS

O MOBILE É O CENTRO DA JORNADA INFANTOJUVENIL

SEGUNDO A TIC KIDS ONLINE BRASIL 2025 , ENTRE USUÁRIOS DE INTERNET DE 9 A 17 ANOS:

- **96%** ACESSAM A INTERNET PELO **TELEFONE CELULAR**
- **74%** ACESSAM PELA **TELEVISÃO**
- **30%** ACESSAM POR **COMPUTADOR**
- **16%** ACESSAM POR **VIDEOGAME**
- ENTRE AS CLASSES AB, O ACESSO POR COMPUTADOR CHEGA A **69%**
- ENTRE AS CLASSES AB, O ACESSO POR TELEVISÃO CHEGA A **93%**
- ENTRE AS CLASSES AB, O ACESSO POR VIDEOGAME CHEGA A **45%**



Dados de Mercado



O CENÁRIO MACROECONÔMICO DO DIA DAS CRIANÇAS

VOLUME GLOBAL: R\$ 18,9 BILHÕES MOVIMENTADOS NOS SETORES DE COMÉRCIO E SERVIÇOS, APURADO NO RELATÓRIO DA [CNN BRASIL](#).

VAREJO DIRETO: R\$ 9,96 BILHÕES TRANSACIONADOS ESPECIFICAMENTE NO COMÉRCIO, SEGUNDO ESTIMATIVA OFICIAL DIVULGADA PELA [AGÊNCIA BRASIL](#).

MELHOR EM ANOS: O FATURAMENTO REAL DO COMÉRCIO ATINGIU O MAIOR PATAMAR EM FATURAMENTO DOS ÚLTIMOS 10 A 12 ANOS, DE ACORDO COM DADOS ANALÍTICOS DA [CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO \(CNC\)](#).

AUMENTO DE DEMANDA: 68% DOS CONSUMIDORES DECLARARAM INTENÇÃO DE PRESENTEAR NA DATA, MARCANDO ALTA EM RELAÇÃO AOS ANOS ANTERIORES, CONFORME APONTADO PELO PORTAL [MONEY REPORT](#).

IMPORTÂNCIA: CONSOLIDADA COMO A 3ª DATA COMERCIAL MAIS IMPORTANTE DO ANO PARA O MERCADO BRASILEIRO, ATRÁS APENAS DO NATAL E DO DIA DAS MÃES, COMO DETALHADO NO [PORTAL DO COMÉRCIO](#).



Dados de Mercado

PREFERÊNCIAS DE CONSUMO E EXPERIÊNCIAS

BRINQUEDOS

CATEGORIA LÍDER ABSOLUTA, ESCOLHIDA POR 61% DAS INTENÇÕES DE COMPRA REGISTRADAS.

VESTUÁRIO

ROUPAS, CALÇADOS E ACESSÓRIOS APARECEM NA SEGUNDA POSIÇÃO COM 28% DA FATIA DE INTENÇÕES, SEGUNDO A AMOSTRAGEM DO MONEY REPORT.

ALIMENTAÇÃO EM ALTA

CHOCOLATES, DOCES E GULOSEIMAS TRADICIONAIS APRESENTARAM CRESCIMENTO REAL DE CONSUMO E PREÇO MÉDIO NO VAREJO FÍSICO.

ALÉM DO PRODUTO

ATIVAÇÕES DE MARCAS FOCARAM NO FORMATO DE EXPERIÊNCIAS PRÁTICAS E NA TRANSFORMAÇÃO DE PDVs EM ARENAS LÚDICAS.

ENTRETENIMENTO

ALTA NA PROCURA POR SERVIÇOS DE LAZER FÍSICOS NO FIM DE SEMANA DA DATA, INCLUINDO CINEMAS, TEATROS E PARQUES.



Dados de Mercado

O PAPEL DO DIGITAL NA JORNADA OMNICHANNEL

SALTO NO E-COMMERCE

O AMBIENTE DIGITAL FATUROU R\$ 8,43 BILHÕES APENAS NA SEMANA DO EVENTO, CONFORME AUDITORIA OFICIAL PUBLICADA NO JORNAL EMPRESAS & NEGÓCIOS.

CRESCIMENTO DIGITAL

UMA EXPANSÃO EXPRESSIVA DE 25% NO FATURAMENTO ONLINE FRENTE AO ANO ANTERIOR, VALIDADA PELA NEOTRUST CONFI EM PARCERIA COM O E-COMMERCE BRASIL.

PESQUISA ANTECIPADA

MAIS DE 65% DOS CONSUMIDORES USAM CANAIS DIGITAIS PARA RASTREAR, MAPEAR E COMPARAR PREÇOS ANTES DA CONVERSÃO FINAL.

FORÇA DAS REDES

REDES SOCIAIS E BUSCAS NO GOOGLE ATUAM COMO OS PRINCIPAIS BALIZADORES E INFLUENCIADORES DE ACHADOS COMERCIAIS.

VOLUME DE PEDIDOS

CONSOLIDAÇÃO HISTÓRICA NO DIGITAL, BATENDO A MARCA DE 29,3 MILHÕES DE ORDENS DE COMPRA EMITIDAS NO PERÍODO, CONFORME INDICADORES DO GIRO NEWS.



Formas de comemoração

Levar a(s) criança(s) para passear no shopping e deixá-la(s) escolher(em) o que quiser(em). **26%**

Levar a(s) criança(s) a uma loja de brinquedos. **25%**

Ir a um parque de diversões com a família/criança. **24%**

Ir até a casa onde a criança mora para levar um presente e passar o dia com ela. **23%**

Fazer uma refeição especial em casa com a família/criança. **21%**

Levar a(s) criança(s) ao cinema. **20%**

Ir a um restaurante com a família/criança. **19%**

Assistir a algum conteúdo de streaming. **15%**

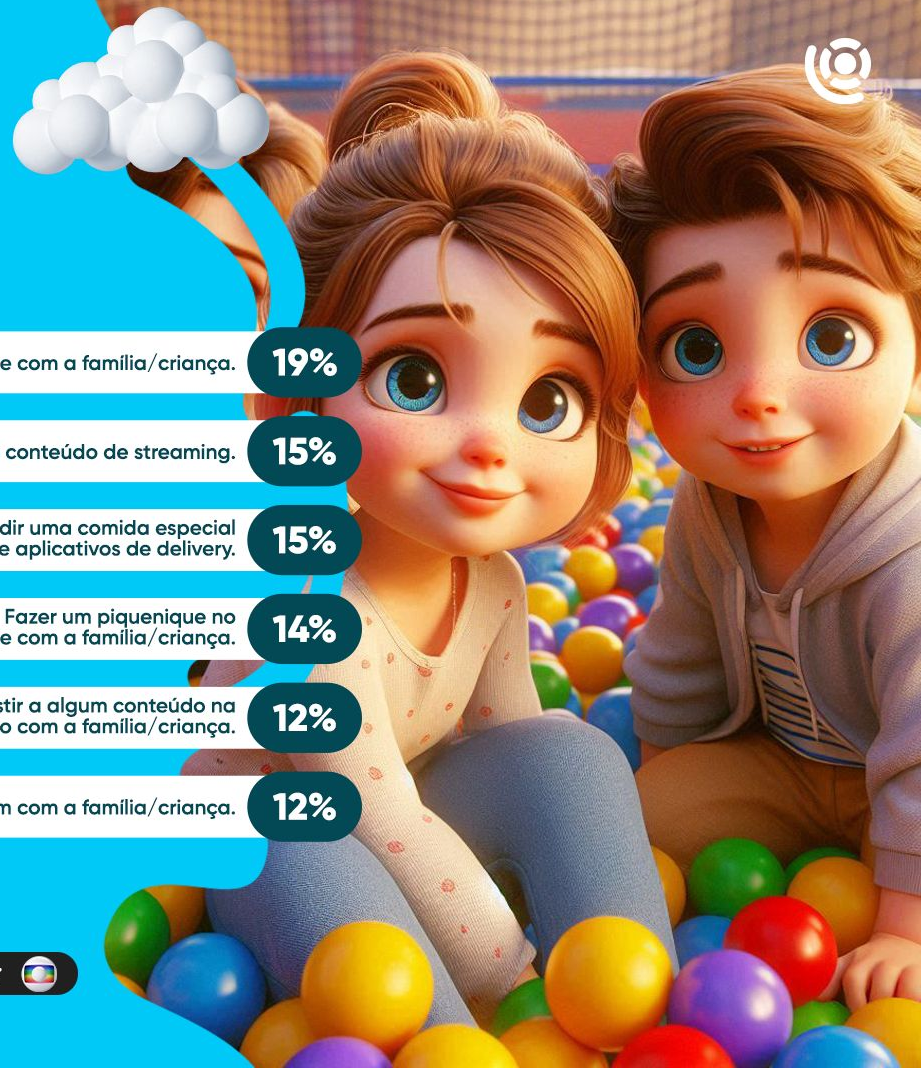
Pedir uma comida especial através de aplicativos de delivery. **15%**

Fazer um piquenique no parque com a família/criança. **14%**

Assistir a algum conteúdo na televisão com a família/criança. **12%**

Fazer uma viagem com a família/criança. **12%**

Fonte: 



Categorias de presentes



até 2 anos

Brinquedo educativo, boneca, boneco, urso de pelúcia, roupas, avião, carrinho, caminhão, moto, bola e calçados.



de 3 a 5 anos

Cama elástica, avião, carrinho, caminhão, moto, boneca, boneco, urso de pelúcia, brinquedo educativo, doces, chocolates, bola, calçados, bicicleta, skate e patinete.



de 6 a 8 anos

Bicicleta, skate, patinete, jogos de tabuleiro, bola, cama elástica, videogame, avião, carrinho, caminhão, moto, livros, gibis, revistas, doces e chocolates.



de 9 a 12 anos

Jogos para videogame ou computador, jogos de tabuleiro, videogame, celular, smartphone, livros, gibis, patinete, computador e notebook.



de 13 a 17 anos

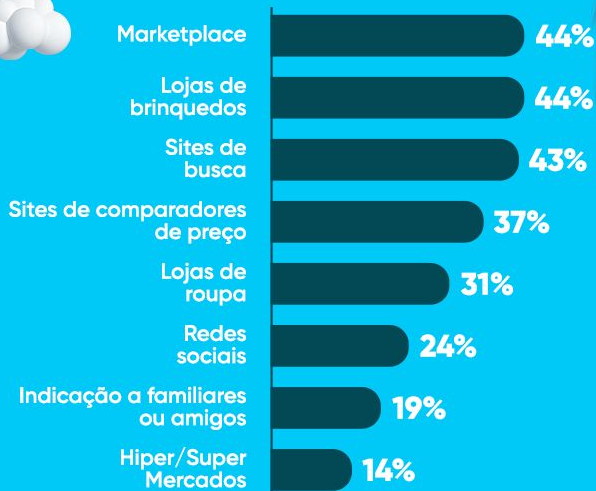
Celular, smartphone, computador, notebook, perfume, jogos para videogame ou computador, videogame, tablet, livros, gibis, revistas e roupas.



Fonte:



Os canais mais procurados para comparação de preço são:



81%

Dos brasileiros pretendem pesquisar preços antes de comprar presentes do Dia das Crianças.



Fonte: 

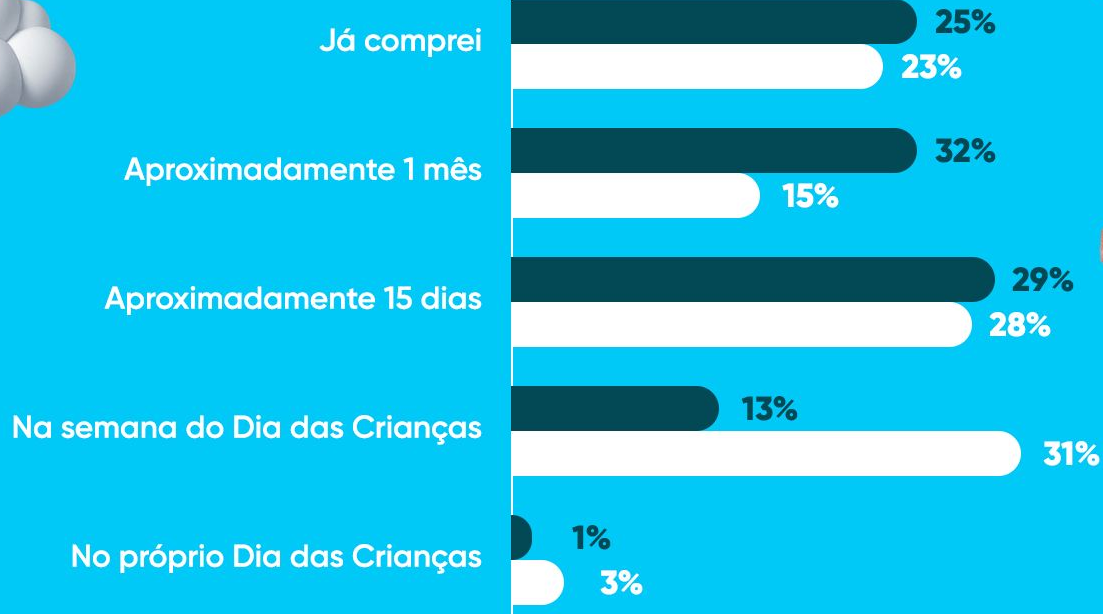
Período de compra do presente

Fonte: 



Loja online e/ ou apps

Loja física



Aplicativos X Loja Física



64%

pretendem comprar por
sites ou aplicativos

74%

dos brasileiros pretendem
comprar os presentes em
lojas físicas

Fonte:



Principais motivos para compras físicas e online



Os principais motivos para comprar o presente em lojas online são:

Os preços no site/app são melhores. **49%**

Tem muito mais variedade de produtos pela internet. **39%**

Já tenho meu site preferido e costumo comprar nele com frequência. **28%**

Programa de fidelidade/ponto/cashback/cupons. **26%**

O site entrega minha compra no mesmo dia ou no dia seguinte. **22%**

Não quero ter que sair de casa **22%**

Os principais motivos para comprar o presente em lojas física são:

40% Porque quero ver o produto fisicamente antes de comprar.

40% Já consigo sair com o produto em mãos.

28% Pela facilidade da troca, caso seja necessária.

23% Para não pagar o frete.

22% Por costume.

19% Pelo prazo de entrega, sempre compro em cima da hora e não dá tempo de esperar a entrega.

Fonte: 

Gasto médio dos top 3 dos presentes



R\$ 110,22



Brinquedos

R\$ 102,36



Roupas

103,26%



Calçados



Principais Termos



PLAYSTATION 5 JOGOS DE TABULEIRO SKATE DE DEDO
ATIVIDADES INFANTIS INFÂNCIA FANTASIAS INFANTIS
PRESENTES INFANTIS
DIA DAS CRIANÇAS
PRESENTE PARA CRIANÇAS
O QUE DAR PARA
CRIANÇAS?
DIVERSÃO JOGOS FAMÍLIA ESCOLA BONECA BARBIE FURBY POGOBOL

BICICLETA INFANTIL
STAR WARS
BAYBLADE
BRINQUEDOS
FESTA INFANTIL
CRIANÇAS
BUZZ LIGHTYEAR
BRATZ

Apps e sites contextualizados a data



babycenter.

parenting



Family Link

PBKIDS
brinquedos

RIHAPPY

AMARELO
IPÊ

carter's

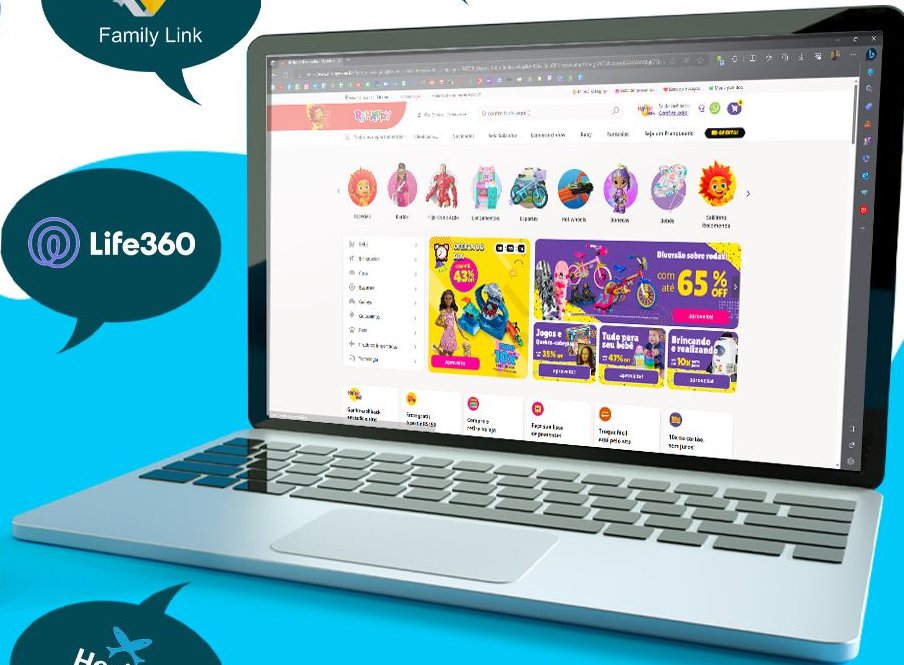
YouTube Kids

@ Life360

BRANCA ALA

tiptop
passage de um minuto

Hering
Kids



Programas infantis para TV Sync





Mundo dos Sonhos
- R\$ 20.000,00 -



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$25,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 800.000
(IMPRESSIONES)

Store Visit

Impactar usuários do target com o intuito direcioná-lo ao PDV mais próximo e mensurar o fluxo de visitas durante o período da campanha.



*consulte o mínimo de lojas para fazer a solução.





Brincadeira Mágica
- R\$ 40.000,00 -





- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPC

PREÇO CPC: R\$1,20

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 16.667 (CLIQUEs)

Áudio Ads

Impactar usuários do target que
falarem palavras e frases do
universo da campanha.



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$22,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 909.091 (IMPRESSÕES)

Search Target

Impactar usuários do target que pesquisarem por palavras e frases do universo do cliente, em qualquer ferramenta de pesquisa da internet.





Sorriso encantado
- R\$60.000,00 -



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPC

PREÇO CPC: R\$1,18

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 16.949 (CLIQUEs)

Search Target

Impactar usuários do target que pesquisarem por palavras e frases do universo do cliente, em qualquer ferramenta de pesquisa da internet.



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$20,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 1.000.000
(IMPRESSIONES)



TV/Rádio Sync

Impactar usuários do target através da sincronização com canais, programas, inserções próprias e contextos de palavras, proporcionando uma experiência Omnichannel (duas telas).





- NATIVE

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$20,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 1.000.000
(IMPRESSIONES)



Occasion Ads

Impactar usuários do target através da contextualização de conteúdos relacionados ao universo da data e do cliente.





Alegria infinita
- R\$ 100.000,00 -



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPC

PREÇO CPC: R\$1,10

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 18.182 (CLIQUEs)

Search Target

Impactar usuários do target que pesquisarem por palavras e frases do universo do cliente, em qualquer ferramenta de pesquisa da internet.



- DISPLAY

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$18,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 1.111.111 (IMPRESSÕES)



TV Sync

Impactar usuários do target através da sincronização com canais, programas, inserções próprias e contextos de palavras, proporcionando uma experiência Omnichannel (duas telas).





- VÍDEO

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPV

PREÇO CPV: R\$0,28

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 71.429 (VISUALIZAÇÕES)

Áudio Ads

Impactar usuários do target que
falarem palavras e frases do
universo da campanha.



– PUSH NOTIFICATION

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$20,00



MDOOH

Impactar usuários do target através da sincronização com faces OOH, realizando a entrega em mídia digital mobile e proporcionando uma experiência Omnichannel (duas telas).





— NATIVE

PRAÇA: NACIONAL

INVESTIMENTO: R\$20.000,00

MODELO DE COMPRA: CPM

PREÇO CPM: R\$18,00

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 1.111.111 (IMPRESSÕES)



Occasion Ads

Impactar usuários do target através da contextualização de conteúdos relacionados ao universo da data e do cliente.





[MERCADO E CONSUMO.](#)

[SEBRAE](#)

[GENTE.GLOBO](#)

[CDLBH](#)

[CETIC](#)

[CNN](#)

[SEBRAEPR](#)

[AGÊNCIA BRASIL](#)

[GIRONEWS](#)

[JORNAL EMPRESA E NEGOCIOS](#)

[PORTAL DO COMÉRCIO](#)

[MONEY REPORT](#)

[MONITOR MERCANTIL](#)



Contato

OPL DIGITAL

SITE: WWW.OPLDIGITAL.COM

TELEFONE: +55 (11) 2528 - 9201

WHATSAPP: +55 (11) 5041 - 6971

ENDEREÇO: AV. ROQUE PETRONI JÚNIOR, 850 - JARDIM DAS
ACACIAS, SÃO PAULO - SP, 04707-000

EMAIL COMERCIAL: COMERCIAL@OPLDIGITAL.COM

