

Semana dos

PAIS

@PL





O Dia dos Pais segue como uma das principais datas comerciais do varejo brasileiro, combinando apelo emocional, compra de presentes e momentos de celebração em família. Em 2025, a data teve expectativa de movimentar entre **R\$7,83 bilhões e R\$7,85 bilhões** no varejo, alta de aproximadamente 2% vs. 2024, segundo estudo da Globo.

Segundo a CNDL/SPC Brasil, o Dia dos Pais de 2025 movimentou **R\$27,13 bilhões no comércio e serviços, com 106,3 milhões de consumidores indo às compras**. A pesquisa aponta que 65% dos consumidores pretendiam comprar presentes para a data.

62% consideram tão importante quanto o Dia das Mães. Em termos de vendas, fica atrás apenas do Natal, Dia das Mães e Dia dos Namorados.



Motivos para presentear

Fonte:



43%

Querem retribuir o carinho e esforço do pai



29%

Tem o costume de presentear as pessoas que gostam



28%

Consideram um gesto importante

Pais de Pet também são pais!

72% consideram o pet como um filho e 76% mencionam que nunca ganhou presente por ser pai de pet. Oportunidade para as marcas de produtos pet explorarem esse tema nas campanhas.



Fonte:



O QUE OS PAIS QUEREM GANHAR?



Perfumes

22%



Celular/smartphone

16%



Calçados

14%



Eletrônicos

12%



Almoço/jantar

9%



Viagem

9%



Produtos de cuidados pessoais

9%



Acessórios

8%

8%

Roupas



7%

Carro



7%

Algo simbólico e/ou feito por mim



6%

Roupas esportivas



6%

Vale-presente ou experiências



5%

Livro



5%

Jogos ou aparelho de videogame



5%

Chinelo



E os motivos de compra são:

Motivados por preço e variedade, os consumidores preferem comprar nos canais digitais.



Preferência

56%

App ou Site



Preferência

44%

Loja Física

Fonte:



Os preços no site/app são melhores

38%



Tem muito mais variedade de produtos pela internet

28%



Já tenho meu site preferido e costumo comprar nele com frequência

26%



Disponibilidade do produto ou por ser mais fácil de encontrá-lo

24%



Não quero ter que sair de casa/gosto da comodidade de comprar de casa

22%



O site entrega minha compra no mesmo dia ou no dia seguinte, é até mais prático do que ir na loja

17%



Difícilmente vou às lojas físicas. Faço quase tudo online

17%



Programa de fidelidade/pontos/cashback/cupons

15%

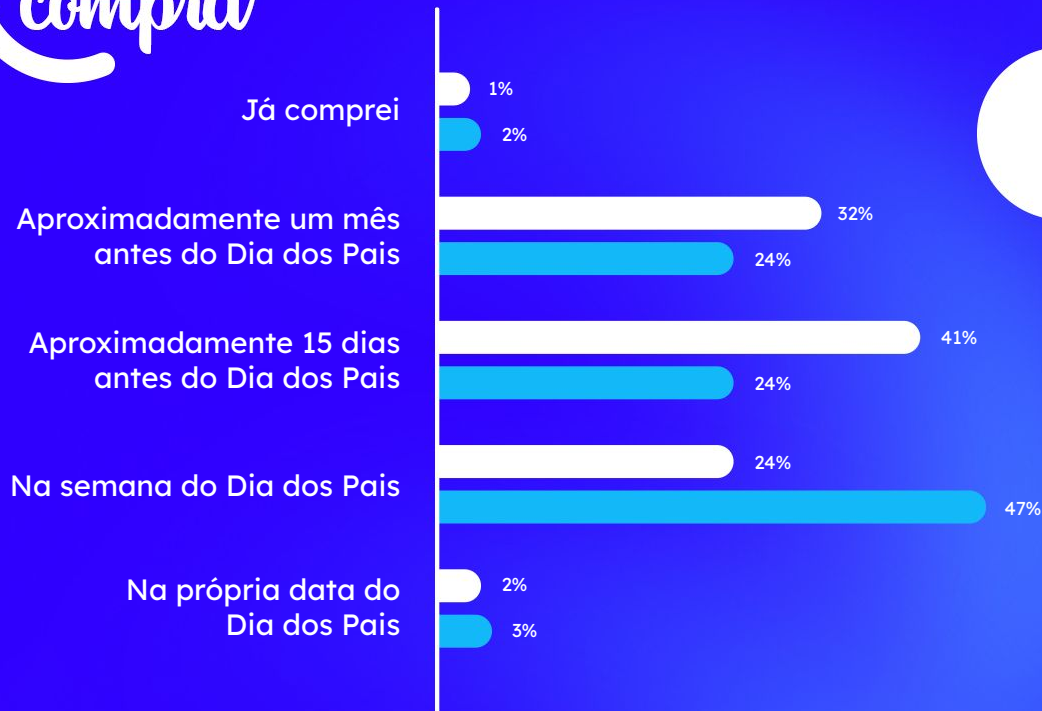


Tenho direito a devolução no prazo de 7 dias, com restituição do valor

13%



Antecedência de compra



Online

Lojas Físicas

A antecedência de compra muda em cada um dos meios.

52%

se sentem representados por comerciais que contam com diversas famílias nas comunicações

A intenção de valor investido nos presentes está entre **R\$50** e **R\$200**.

Fonte:



E como pretendem comemorar?

Vou preparar uma refeição especial em casa comprando os ingredientes presencialmente em mercados

Vou até a casa do meu pai/pessoa que me criou

Vou fazer um passeio fora de casa (restaurante, parque, etc) com meu pai/pessoa que me criou

Vou preparar uma refeição especial em casa, comprando os ingredientes através de delivery

Vou viajar com a família

Vou falar por telefone com meu pai/pessoa que me criou

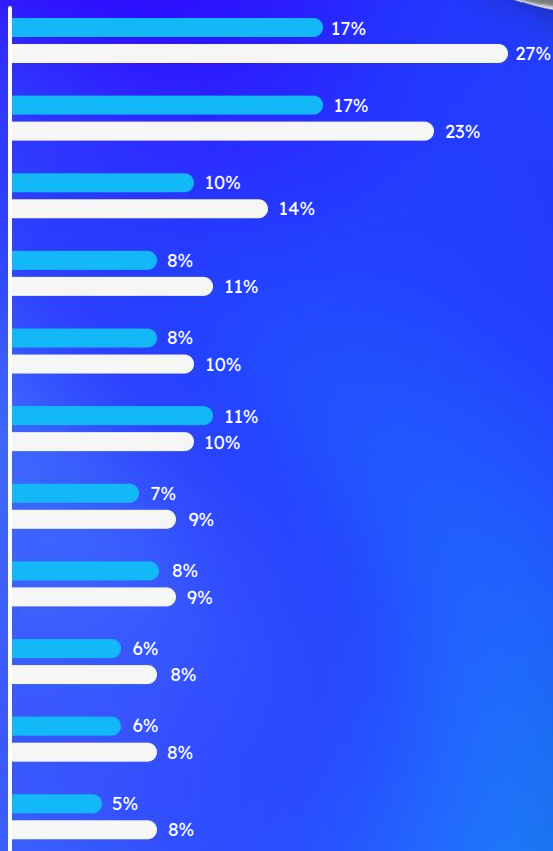
Vou assistir à algum conteúdo de streaming (Netflix, Globoplay, etc) com meu pai/pessoa que me criou

Vou fazer um pedido de delivery em algum restaurante

Vamos assistir à algum jogo de futebol (no estádio ou pela TV) com meu pai/pessoa que me criou

Vamos jogar jogos em família

Vou assistir à algum conteúdo na televisão com meu pai/pessoa que me criou

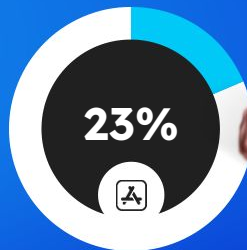


Permissa do Dia dos Pais

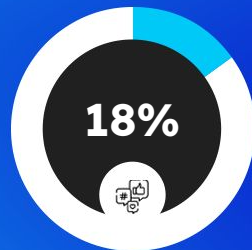
Uma pesquisa realizada pelo próprio **Google** indicou que na busca pelo presente ideal:



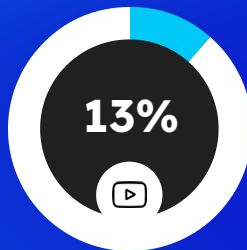
Pesquisam em sites de busca



Em sites ou aplicativos de lojas



Redes sociais



Por vídeos no YouTube





ALÉM DAS LOJAS FÍSICAS, A PESQUISA
DO GOOGLE SOBRE O DIA DOS PAIS MOSTRA
QUE SE DESTACAM COMO LOCAIS DE VENDA:



Sites

22%



Aplicativos

21%



Redes sociais

13%



Apps de entrega ou delivery

12%



Apps de mensagens ou telefone

11%

Visão de marketing



A data permite trabalhar campanhas com foco em:

- **Intenção de compra:** usuários pesquisando presentes, marcas, categorias e preços.
- **Comportamento digital:** navegação em marketplaces, apps de varejo, moda, beleza, delivery e comparação de preços.
- **Geolocalização:** shoppings, lojas físicas, restaurantes, supermercados e centros comerciais.
- **Contexto emocional:** mensagens de afeto, família, cuidado, homenagem e celebração.
- **Omnichannel:** impacto no digital antes, durante e após a visita ao ponto de venda.

O Dia dos Pais conecta três grandes momentos da jornada:

- **Busca:** quando o consumidor pesquisa ideias, preços e categorias.
- **Decisão:** quando compara produtos, lojas, benefícios e formas de pagamento.
- **Celebração:** quando consome experiências, refeições, delivery, restaurantes ou encontros em família.



Principais palavras - chave



Dia dos Pais

Presentes para o Dia dos Pais
Mensagens para o Dia dos Pais
Ideias de presentes Atividades para o
Cartões para o Dia dos Pais
Ideias de comemoração Mensagens engraçadas para o pai

Amoço de Dia dos Pais

Filmes sobre paternidade

Receitas para o Dia dos Pais

DIY para o Dia dos Pais

Mensagens para

padastro

Promoção

de presentes

Programas

de TV especiais

Dia dos Pais

Promoções de presentes

Ofertas especiais

para o Dia

dos Pais Acessórios para os Pais

Roupas de Esporte

Terno para os Pais

Restaurante

para o Dia

dos Pais

Sobremesa

Dia dos Pais

Mensagens para sogro

Camiseta de Time

Perfume

Jóias para

os Pais

Relógio

Masculino

Dia dos Pais

Jantar Dia dos Pais

Camiseta

Dia dos Pais

Vinhos para

o Dia dos Pais

Ingressos para

jogos de futebol

Promoção de

roupas de time

Roupas casuais

para os Pais

Itens de

construção

Festa no

Dia dos Pais

Roupas para

os Pais



Principais Sites e Apps



Magalu

magalu

Americanas

americanas

Mercado Livre



OLX

OLX

Casas Bahia

CASASBAHIA

Netshoes

NETSHOES

amazon

Dafiti

dafiti

C&A

C&A

Riachuelo

RCHLO
RIACHUELO

Renner

RENNER

Centauro

CENTAURO

Carrefour



Shein

SHEIN

Shopee



Marisa

marisa



Semana dos

PAIS

Cota

Pai e tudo
igual
R\$ 30.000,00

*Válido até 10/08/2026

Áudio Ads

Impactar usuários do target que **FALAREM** palavras e frases do universo da campanha do cliente.

Display



Praça: Nacional

Investimento: R\$15.000,00

Modelo de compra: CPM

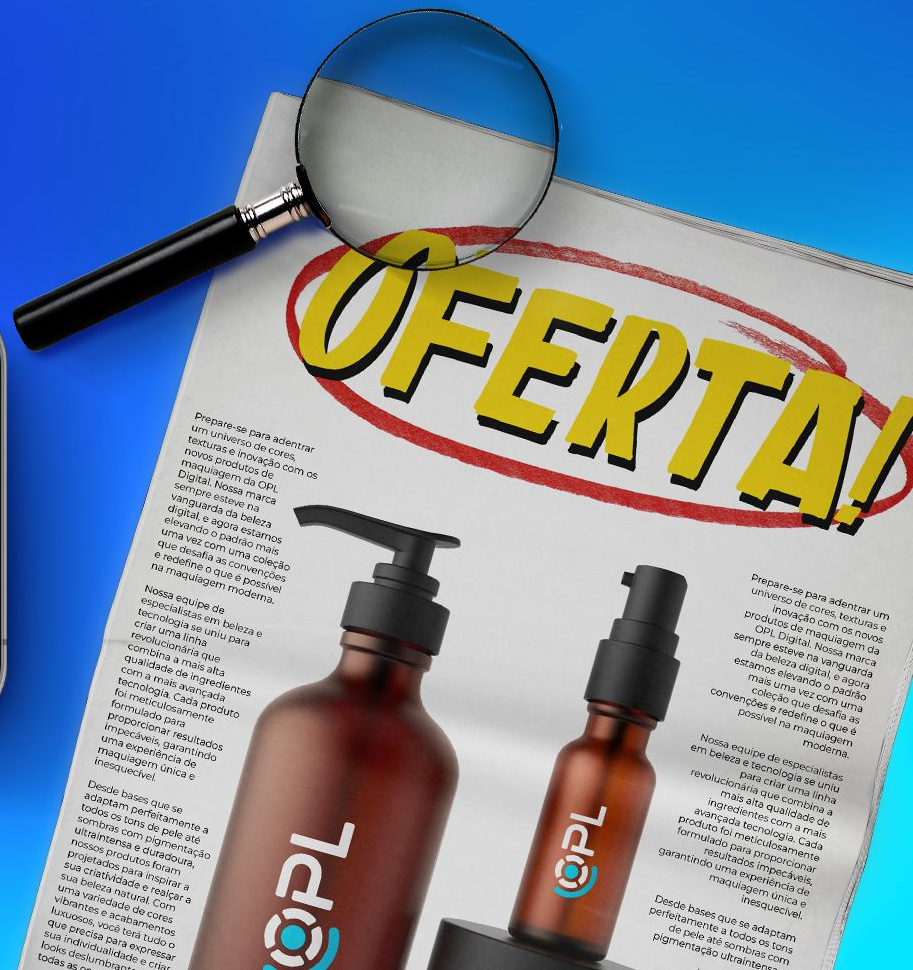
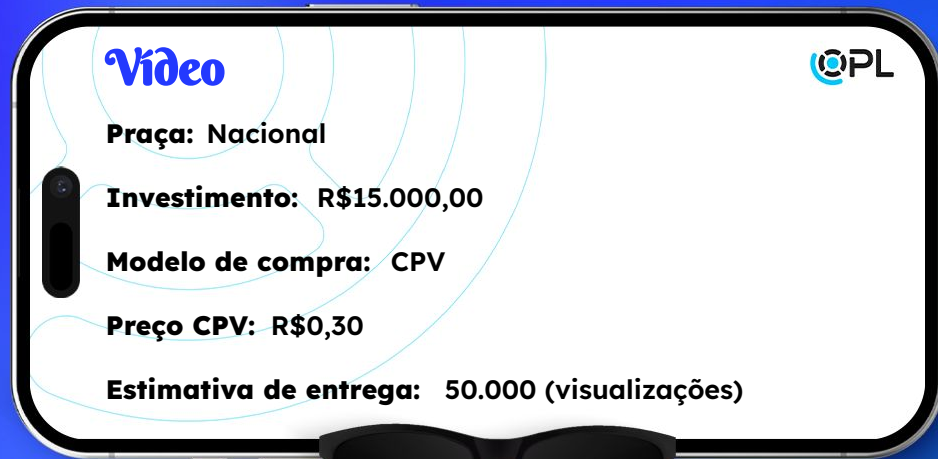
Preço CPM: R\$20,00

Estimativa de entrega: 750.000 (impressões)



Search Target

Impactar usuários do target que **PESQUISAREM**, em qualquer lupa da internet, por palavras e frases do universo da campanha do cliente.



Cota
Amor de pai
R\$60.000.00



*Válido até 10/08/2026

Áudio Ads

Impactar usuários do target que **FALAREM** palavras e frases do universo da campanha do cliente.

Display



Praça: Nacional

Investimento: R\$20.000,00

Modelo de compra: CPC

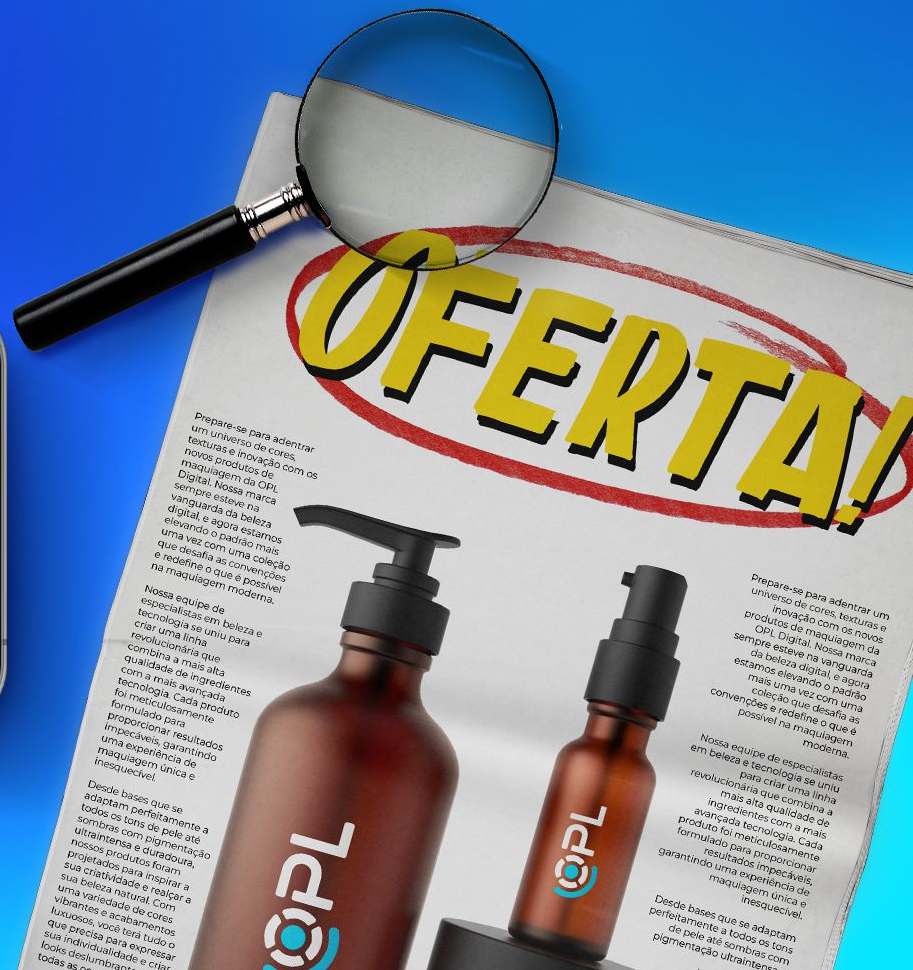
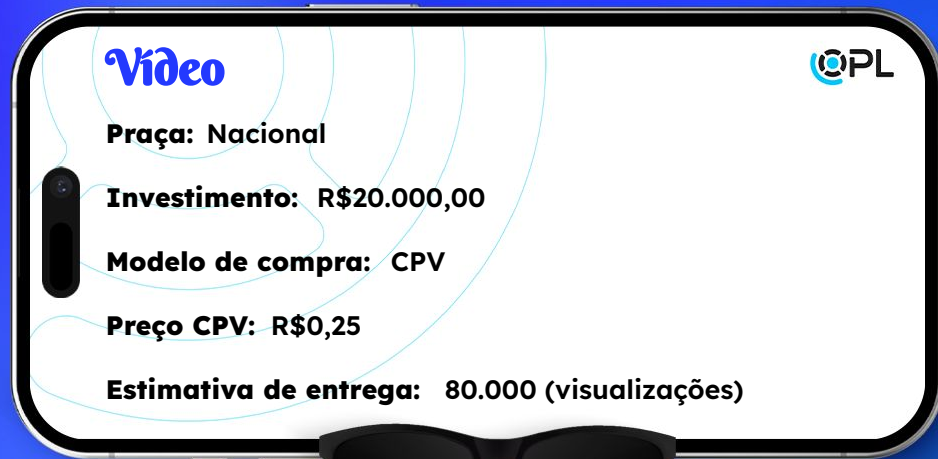
Preço CPC: R\$1,10

Estimativa de entrega: 18.182 (cliques)



Search Target

Impactar usuários do target que PESQUISAREM, em qualquer lupa da internet, por palavras e frases do universo da campanha do cliente.



App Behavior

Impactar usuários do target que **acessem com frequência sites e apps** do universo da comunicação do anunciante.

Native



Praça: Nacional

Investimento: R\$20.000,00

Modelo de compra: CPM

Preço CPM: R\$18,00

Estimativa de entrega: 1.111.111 (impressões)



Cota
**Pai de
Família**
R\$ 120.000,00



*Válido até 10/08/2026

Áudio Ads

Impactar usuários do target que **FALAREM** palavras e frases do universo da campanha do cliente.

Display



Praça: Nacional

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de compra: CPC

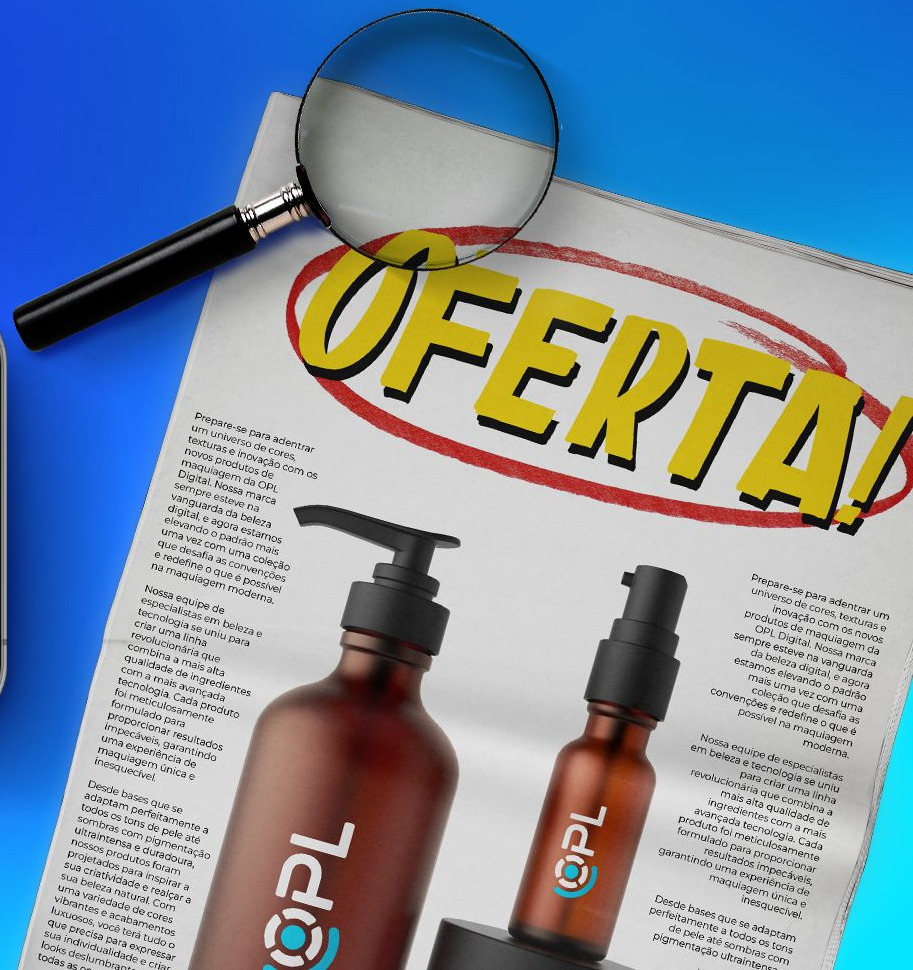
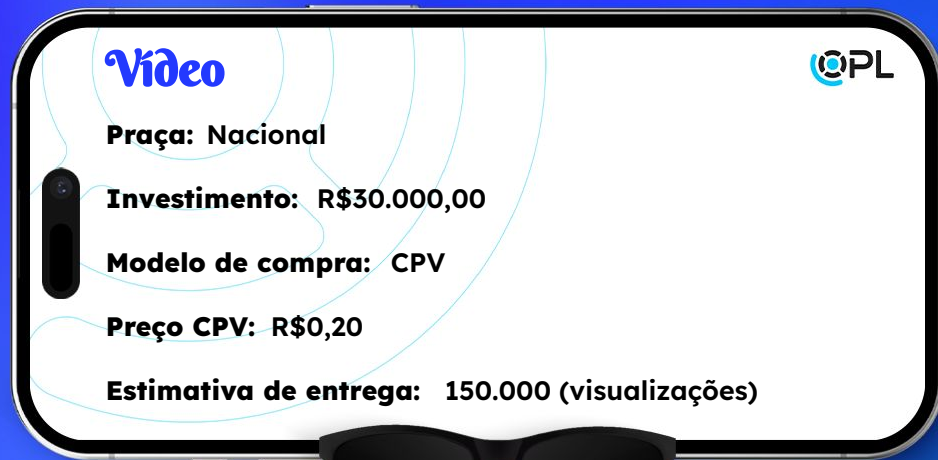
Preço CPC: R\$1,00

Estimativa de entrega: 30.000 (cliques)



Search Target

Impactar usuários do target que **PESQUISAREM**, em qualquer lupa da internet, por palavras e frases do universo da campanha do cliente.



App Behavior

Impactar usuários do target que **acessem com frequência sites e apps** do universo da comunicação do anunciante.

Native



Praça: Nacional

Investimento: R\$30.000,00

Modelo de compra: CPM

Preço CPM: R\$15,00

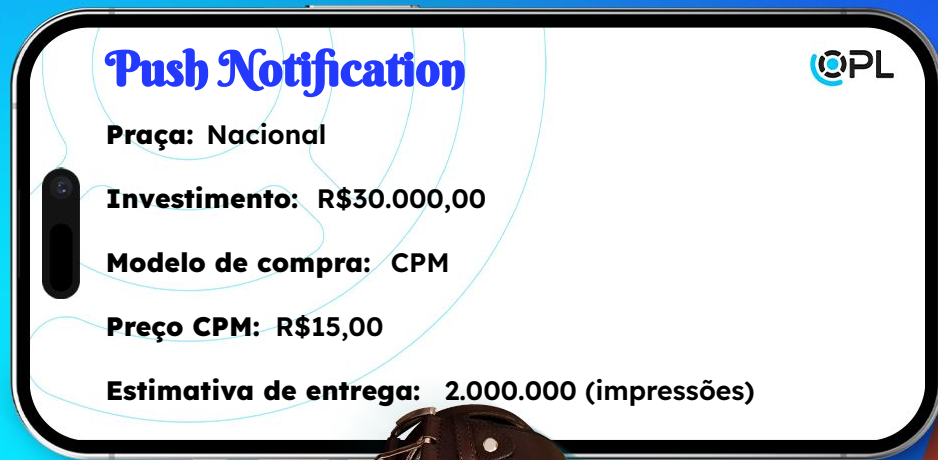
Estimativa de entrega: 2.000.000 (impressões)



Mobile Digital Out Of Home

MOOOH

Impactar usuários do target passarem pelas faces OOH do anunciante: pontos de ônibus, metrô, elevadores, relógios de rua, outdoors, etc.



Sobre a OPL

Somos uma **AdTech**, fundada em 2015, com o objetivo de unir inovação & tecnologia com análise de dados para **ajudar as marcas e anunciantes a impactarem os seus targets de forma assertiva e eficiente.**

Com o portfólio de produtos mais completo do mercado, além de **DSP e DMP** próprias, combinamos a nossa **expertise humana com inteligência artificial avançada** para auxiliar nossos clientes a alcançarem suas metas e melhores níveis de KPIs de suas campanhas.



<https://gente.globo.com/dia-dos-pais-2025.ghtml>

<https://site.cndl.org.br/1063-milhoes-de-consumidores-devem-ir-as-compras-para-o-dia-dos-pais-indica-pesquisa-cndlspc-brasil/>

Contato

Site: www.opldigital.com

Email: comercial@opldigital.com

Endereço: Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi, São
Paulo - SP, 04571-010

