SEBRAE

Informativo de Mercado
Dia dos Pais

Agosto - 2026

SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO ESTADO DO PARÁ – SEBRAE/PA

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA
José Conrado Azevedo Santos - Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente
Maria Domingas Ribeiro Paulino - Diretora Técnica
Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora de Operações

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - UGE
Renato Araujo Coelho de Souza – Gerente
Franciane da Silva Cruz – Coordenadora
Adauto Lobo de Oliveira – Analista
Mara Cristiane Barroso Juarez Peres – Analista
Maryellen Lima Rodrigues Pinto – Analista
Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Responsável Técnico
Maryellen Lima Rodrigues Pinto – Analista

Infografia e Diagramação
Lucas Yukio da Silva Sakai – Estagiário
Lucas Ryu Morotomi Pereira – Estagiário

SUMÁRIO

1.Como surgiu a celebração.....04
2.Perfil Consumidor.....05
3.Cenário de mercado.....07
4.Oportunidades de Mercado.....11
5.Pequenos Negócios - Pará.....15
6.Pequenos Negócios - Região Metropolitana.....16
7.Dicas de Mercado.....17
8.Referências.....20

1 Como surgiu a celebração

Dia dos Pais no Brasil

No Brasil, o Dia dos Pais **é celebrado sempre no segundo domingo de agosto.** A ideia da comemoração surgiu de uma ação do publicitário Sylvio Bhering, em 1953. O objetivo era estimular o comércio no segundo semestre, já que o Dia das Mães movimentava a economia no primeiro semestre e o Natal no fim do ano.

Sylvio Bhering era diretor do jornal O Globo, do Rio de Janeiro, e marcou em seu calendário de comemorações o dia 16 de agosto como o Dia do Papai. A data foi escolhida para coincidir com o Dia de São Joaquim, pai de Maria e avô de Jesus Cristo.

O Dia dos Pais marca uma das principais datas comerciais do segundo semestre e representa uma oportunidade importante para pequenos negócios ampliarem vendas, fortalecerem o relacionamento com os clientes e posicionarem suas marcas de forma mais estratégica.

2 Perfil Consumidor

Segundo levantamento feito em 2026 pelo Sebrae, além dos presentes tradicionais, novas formas de consumo vêm ganhando espaço, impulsionadas pela busca por experiências, personalização, praticidade, afeto e momentos compartilhados em família.

No levantamento, foram definidos alguns perfis que se destacam e ao conhecê-los, o empreendedor pode criar soluções estratégicas de mercado, para cada um deles, considerando o seu público. São eles:

Tradicional

34% dos pais, segundo pesquisas de 2024, valoriza tradições familiares, como passar tempo em casa com a família, construindo laços no dia a dia.

Itens mais clássicos, como roupas e acessórios, além de cosméticos do dia a dia, como perfumes e kits de barbear, podem ser boas alternativas para esses presentes.

Geek ou Nerd

6% dos pais amam tecnologias, jogos, filmes e cultura pop em geral, se interessando em colecionar, aprender e consumir conteúdo do nicho.

Kits personalizados e temáticos podem ser uma boa saída para atrair a atenção desses pais.

Aventureiro e Esportistas

10% dos pais gostam de atividades ao ar livre, sempre buscando aventuras para viver com a família e a prática de esportes em grupo.

Normalmente os itens dessa categoria são caros, é importante pensar em descontos e promoções que facilitem o acesso aos produtos.

Cuidador

Muitos pais hoje em dia assumem a dianteira nos cuidados com a casa e com os filhos. Nesse sentido, é importante pensar nas rotinas e em como proporcionar momentos de descanso e lazer.

Kits de autocuidado e itens personalizados que valorizem esse tipo de paternidade podem ser boas escolhas para esse público.

Moderno

8% dos pais valorizam novas ideias e mudanças, como a igualdade de gênero, diversidade e inclusão. Eles costumam se envolver bastante no cuidado com os filhos, prestando um papel de mentor, que incentiva a aprenderem e crescerem.

15% dos pais, hoje em dia, têm papel fundamental na educação dos filhos, estimulando o aprendizado contínuo e a autoestima. Para cativar esses pais, um bom storytelling pode ser a saída, destacando marcas que trabalhem, acima de tudo, com propósito.

Executivo ou Trabalhador

18% dos pais são muito dedicados à carreira e estão sempre em busca do aperfeiçoamento e sucesso profissional, visando, principalmente, a segurança financeira da família.

Oferecer itens que possam melhorar e otimizar o dia a dia profissional, além de cursos e descontos em livros, pode atrair esse público.

Vaidoso

7% dos pais são preocupados ou têm interesse em cuidar da saúde e da aparência. Oferecer kits de beleza e programas de autocuidado pode ajudar a cativar esse público.

Experiências de minispa e pacotes promocionais em babearias também são boas saídas.

Mestre Cuca e Mão na Massa

Esses pais são ativos e curiosos. Presentear com itens que impulsionem sua criatividade pode ser uma excelente estratégia.

Ferramentas, utensílios e cursos podem ser boas alternativas para cativá-los.

Fonte: https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Conheca-as-tendencias-oportunidades-e-estrategias-para-vender-mais-no-Dia-dos-Pais-2026

3 Cenário de mercado

Pesquisa 2025 - Dia dos Pais

O Dia dos Pais segue como uma das datas mais relevantes do calendário afetivo e comercial brasileiro. Mais do que uma simples ocasião para presentear, ele representa uma oportunidade poderosa de fortalecer vínculos emocionais — tanto entre pais e filhos quanto entre marcas e consumidores.

A estimativa sobre a data em 2025 é a de que o varejo movimentou entre R$7,83 e R$7,85 bilhões, refletindo um crescimento modesto de 2% com relação ao ano anterior.

O estudo sobre o Dia dos Pais 2025 entrevistou 1.000 pessoas em todo o território nacional, com idades entre 18 e mais de 45 anos, e pertencentes a todas as classes sociais, para entender os comportamentos, motivações e perfis que movimentam essa data.

Os dados revelam que 69% enxergam o Dia dos Pais como um momento de carinho e conexão, enquanto 44% veem o presente como uma forma de compensar o tempo perdido. Em meio às mudanças nas dinâmicas familiares e aos novos formatos de paternidade, conhecer essas nuances se torna essencial para criar campanhas mais empáticas, segmentadas e efetivas.

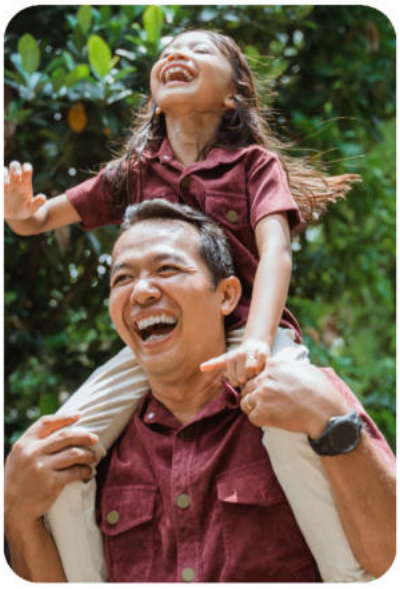
Em 2024, o Dia dos Pais movimentou aproximadamente

R$ 7,7 bilhões.

A estimativa das vendas no Dia dos Pais de 2025 ficou entre

R$ 7,83 bilhões e R$ 7,85 bilhões.

(+2% vs24).



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

O Dia dos Pais vai além da celebração: é uma oportunidade de conexão emocional entre marcas e consumidores.

Entender os comportamentos e tendências dessa data é essencial para criar experiências relevantes e marcantes para o consumidor.

69%

Concordam que o Dia dos Pais é um momento para **demonstrar carinho e afeto e fortalecer o vínculo entre pai e filho(a)**

64%

Dizem que não importa o que aconteça, **o Dia dos Pais sempre será uma data importante**

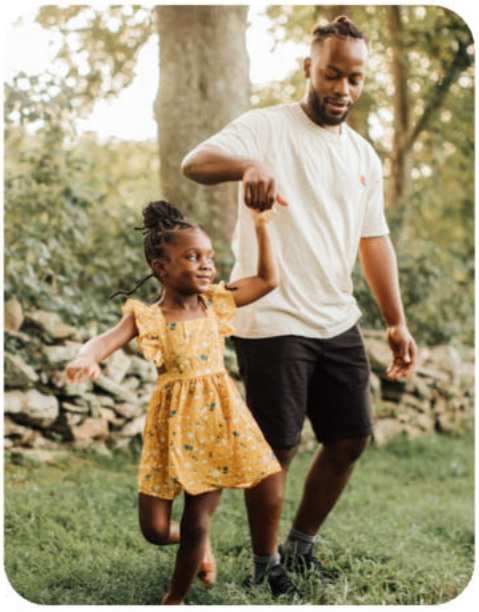
62%

Consideram o Dia dos Pais como **tão importante quanto o Dia das Mães**

60%

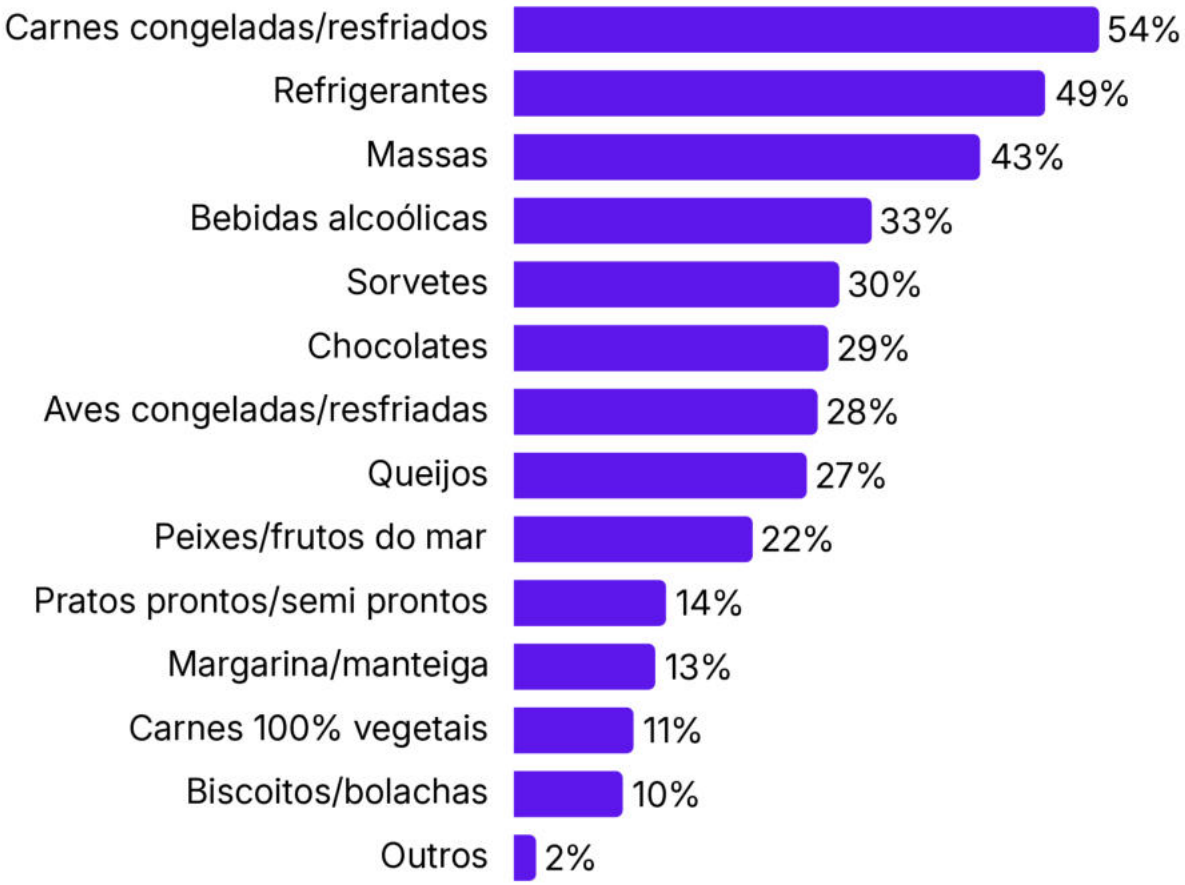
Concordam que a data faz **valorizar ainda mais os pais**

O que o Dia dos Pais significa para o Brasileiro?



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

O que tem na cesta de compras para a refeição?



Quanto e onde pretendem gastar?

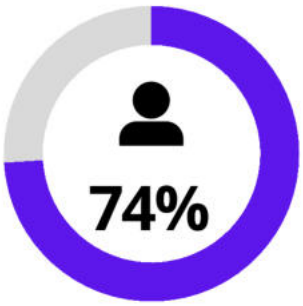
A **Classe AB pretende gastar um pouco mais** do que a C e DE, **porém entre C e DE, não existem muitas diferenças** de pretensão de gasto. Olhando para onde pretendem comprar, as lojas físicas ficam com a preferência.

Quanto pretendem gastar?

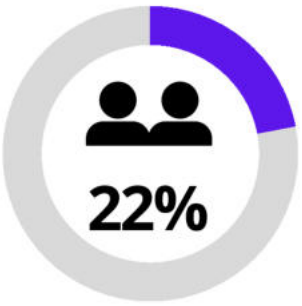
Onde pretendem comprar?

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

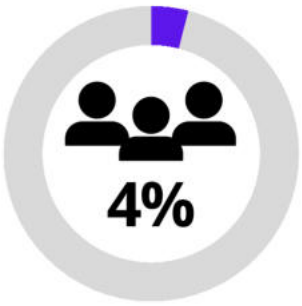
58%
Pretendem presentear alguém esse ano
vs. 52% que presentearam em 2024



Pretendem presentear uma pessoa



Pretendem presentear duas pessoas



Pretendem presentear três pessoas ou mais

Presentear quem?

Pai/Pessoa que me criou	63%	Avô	6%
Esposo/Namorado	23%	Padrinho	4%
Sogro	9%	Amigo	4%
Eu mesmo (a)	9%	Tio	4%
Filho/Enteado	6%	Outros	2%

O que os pais querem

Perfumes	22%	Carro	7%
Celular/smartphone	16%	Algo simbólico	7%
Calçados	14%	Roupas esportivas	6%
Eletrônicos	12%	Vale-presentes	6%
Almoço/jantar	9%	Livros	5%
Viagem	9%	Videogame	5%
Produtos de cuidados especiais	9%	Chinelos	5%
Acessórios	8%	Cestas de café da manhã	5%
Roupas	8%	Outros*	19%

*Chocolates/doces (5%); Eletrodomésticos (5%); Óculos de sol/grau (3%); Roupas íntimas (2%); Artigos esportivos (2%); Bebidas alcoólicas (2%)

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

4 Oportunidades de Mercado

Super e Hipermercados

Esse setor se destaca pelos preparativos para almoços em família, churrascos e confraternizações.

O que pode ser ofertado

Kits temáticos, bebidas especiais, carnes nobres e produtos sazonais ganham força, especialmente quando combinados com ações promocionais.

Delivery de comidas e bebidas

A comodidade da entrega para aqueles que querem comemorar em casa, mas não querem o trabalho com os preparativos é uma excelente oportunidade para as empresas entregarem produtos para comemorações de diversos tamanhos. Depósitos e lojas de bebidas também se beneficiam com entregas.

O que pode ser ofertado

Estabelecimentos de alimentação fora do lar podem desenvolver menus especiais ou combos personalizados.

Turismo e lazer

Um fim de semana diferente, um passeio ao ar livre ou uma vivência compartilhada tornam-se presentes cada vez mais valorizados.

O que pode ser ofertado

Espaços de lazer, hotéis, pousadas e agências de turismo podem criar pacotes promocionais ou experiências imersivas direcionados para os pais de forma personalizada.

Serviços de estética e bem-estar

Kit's de autocuidado ganham força, especialmente os que trazem uma curadoria pensada no bem-estar físico e mental

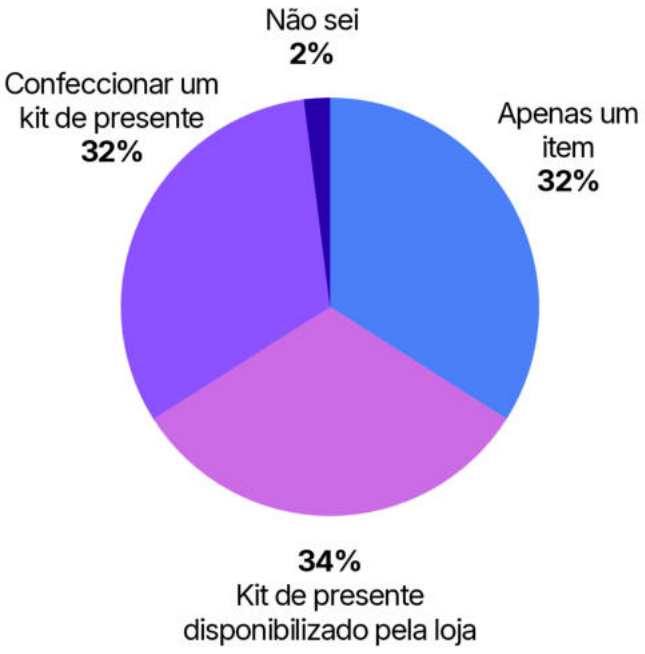
O que pode ser ofertado

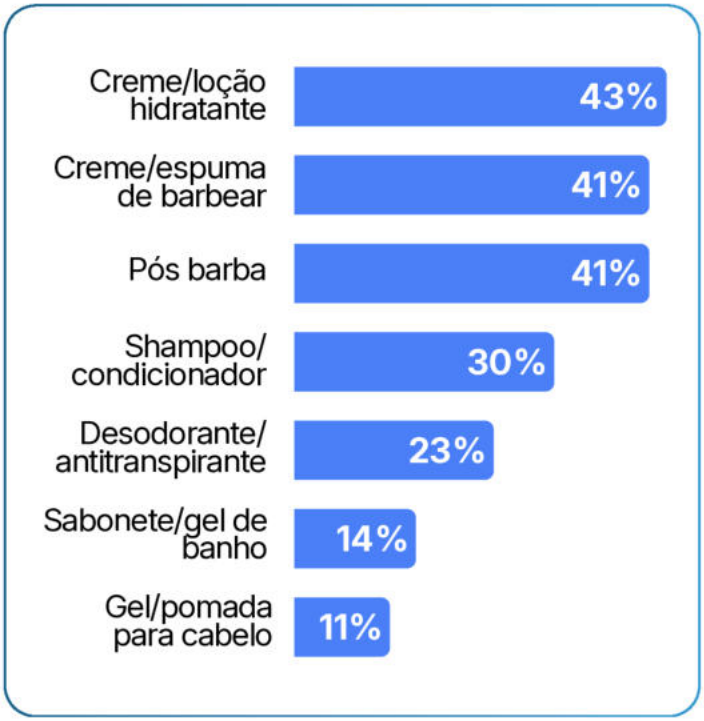
Barbearias, clínicas de estética, spas e salões podem oferecer vouchers ou pacotes para o público masculino.

Fonte: https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Conheca-as-tendencias-oportunidades-e-estrategias-para-vender-mais-no-Dia-dos-Pais-2026

Beleza e bem-estar

Para quem pretende presentear o pai com **perfumes** (21%) e **produtos de cuidado pessoal** (7%), as principais escolhas são:





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

Pai de Pet

3º maior população de Pets do mundo

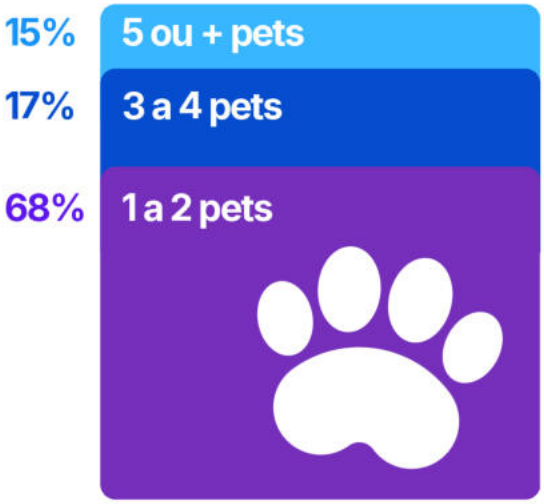
72% dos lares brasileiros tem ao menos um pet

Gasto médio mensal por tutor gira em torno de **R$ 189 a R$ 224**, dependendo da espécie

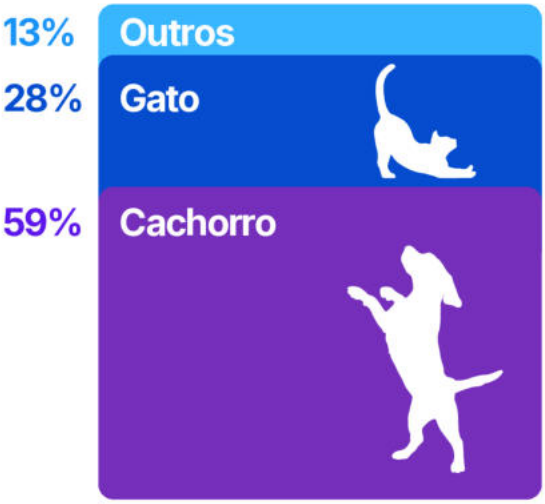
R$ 76 bilhões de faturamento em 2024

Perfil dos pais de pet

Quantos pets em casa?



Qual tipo de pet?



Grande oportunidade para as marcas criarem conexão com o seu consumidor que é pai de pet!

76% Mencionam que nunca ganharam presente de dia dos pais sendo pai de pet

72% Consideram o pet como se fosse um membro da família, como um filho

71% Gostariam que a marca oferecesse desconto/oferta exclusiva para pais de pet na semana do dia dos pais

O estudo sobre o Dia dos Pais 2025 revela que, para além do tradicional almoço em família, a data é, cada vez mais, um momento emotivo e estratégico para o comércio e o marketing.

A intenção de compra cresceu, especialmente nas classes C e DE, sinalizando uma retomada da confiança do consumidor. E, para além da paternidade biológica, o afeto se estende aos lares com pets — onde 76% dos "pais de pet" nunca foram lembrados com presentes.

Em 2025, marcas que quiserem se destacar precisarão olhar para a pluralidade dessas relações e criar conexões que façam sentido no coração — e no bolso — do consumidor.

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

5 Pequenos Negócios - Pará

SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS	NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS			% DE PARTICIPAÇÃO
	ME e EPP	MEI	Total	
Alimentação e bebidas	36.799	46214	83.013	50,17%
Beleza e cosméticos	11.121	20863	31.984	19,33%
Casa e decoração	139	116	255	0,15%
Eletrodomésticos e eletroportáteis	2.226	1818	4.044	2,44%
Esportes	1.698	1714	3.412	2,06%
Moda e acessórios	14.278	22651	36.929	22,32%
Multicategoria	187	0	187	0,11%
Produtos artesanais	552	586	1.138	0,69%
Viagens e turismo	2.679	1823	4.502	2,72%
Soma dos segmentos	**69.679**	**95785**	**165.464**	**100,00%**

Fonte: DataSebrae, Painel de Análise Evolutiva. Acesso em 30 de junho de 2026.

6 Pequenos Negócios - Região Metropolitana

SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS	NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS			% DE PARTICIPAÇÃO
	ME e EPP	MEI	Total	
Alimentação e bebidas	12.516	19194	31.710	49,66%
Beleza e cosméticos	4.550	9712	14.262	22,34%
Casa e decoração	56	71	127	0,20%
Eletrodomésticos e eletroportáteis	599	658	1.257	1,97%
Esportes	636	700	1.336	2,09%
Moda e acessórios	4.925	8140	13.065	20,46%
Multicategoria	22	0	22	0,03%
Produtos artesanais	274	278	552	0,86%
Viagens e turismo	834	687	1.521	2,38%
Soma dos segmentos	**24.412**	**39.440**	**63.852**	**100,00%**

Fonte: DataSebrae, Painel de Análise Evolutiva. Acesso em 30 de junho de 2026.

7 Dicas de Mercado

Ideias de presentes e como divulgá-las para os clientes

Bem-estar

Kit's de autocuidado com produtos, e vouchers para *day spa* ou barbearias.

Sugestões

- Mostre nas redes como utilizar os produtos e os benefícios deles, que podem ser mostrados por meio de imagens de antes e depois. Nas lojas físicas, disponibilize produtos para teste.
- Divulgue os parceiros (barbearias e spas) e os serviços que os clientes poderão disfrutar.

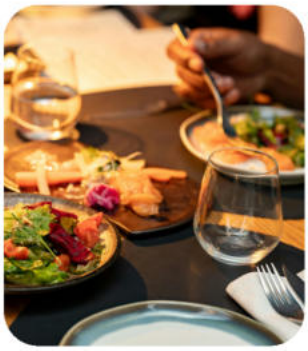
Personalizados

Canecas, camisetas, canetas, blocos de anotação, agendas, ecobags etc.

Sugestões

- Mostre o processo de personalização dos itens (com frases, as iniciais do nome do presenteado, ilustrações específicas etc.) via redes sociais
- Capriche no mostruário, caso seu negócio também seja físico.

Experiências



Almoços, passeios culturais e atividades ao ar livre.

Sugestões

- Grave as experiências anteriores para divulgação, convidando os clientes a participarem.
- Mostre depoimentos e convide parceiros para divulgação em conjunto.

Feitos à mão

Álbum de fotos, quadros, peças artesanais etc.

Sugestões

- Use a força da história por trás do objeto como referencial, trazendo o cliente para o processo de produção das peças via redes sociais
- Deixe peças expostas em caso de espaços físicos, para que os clientes possam interagir com elas

Tecnológico

Smartbands, smartwatches, power banks, carregadores, fones bluetooth etc.

Sugestões

- Destaque as novidades e suas usabilidades por meio das redes sociais, testando equipamentos em vídeos e stories.

Fonte: https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Conheca-as-tendencias-oportunidades-e-estrategias-para-vender-mais-no-Dia-dos-Pais-2026

Estratégias de marketing para a data

Invista nas redes sociais

- Use hashtags temáticas e conteúdo emocional
- Mostre os bastidores dos preparativos para a data via stories
- Publique depoimentos de clientes reais e vídeos curtos com sugestões de presentes

Capriche na vitrine e na identidade visual

- Traga elementos que remetam à afetividade
- Explore frases como “Para todos os tipos de pai”

Antecipe as promoções

- Comece a divulgação com pelo menos 15 dias de antecedência
- Faça contagem regressiva e lembretes nos stories

Ofereça opções acessíveis

- Crie categorias por faixa de preço: 'Até R$ 50', 'Até R$ 100' etc
- Inclua brindes ou aplique descontos à medida que o cliente for adicionando itens à compra

Facilite o pagamento e a entrega

- Diversifique os meios de pagamento e ofereça PIX
- Ofereça frete grátis ou retirada agendada na loja

Fonte: https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Conheca-as-tendencias-oportunidades-e-estrategias-para-vender-mais-no-Dia-dos-Pais-2026

Dicas práticas para vender mais

Conheça seu público

Pergunte sobre o estilo do pai do cliente. Isso ajuda a indicar o presente ideal

Faça parcerias locais

Ofereça brindes e vouchers por meio de parcerias com outras marcas, agregando valor aos presentes.

Utilize dados e ferramentas de IA e automação

Encontre oportunidades a partir de dados que revelem nichos de mercado, produtos em alta e sua competitividade em relação aos concorrentes. Use essas ferramentas também para conhecer melhor o seu cliente, facilitar as vendas e otimizar anúncios.

Facilite com sugestões

Agrupe ou combine produtos como sugestão de prontos para presente, o que pode facilitar a decisão de compra.

Use depoimentos reais

Apresente as opiniões de clientes satisfeitos que possam reforçar a confiança em relação à marca.

Crie ações especiais

Ambientes instagramáveis em lojas físicas são exemplos de ações que movimentam os espaços e tornam o processo de compra memorável.

Lembrete final para o pequeno negócio

O segredo para vender mais no Dia dos Pais é entender que os consumidores mudaram. Quanto mais você se conectar com os afetos, interesses e vivências, mais valor você entrega. E vender com valor é o que garante o retorno.

Fonte: https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Conheca-as-tendencias-oportunidades-e-estrategias-para-vender-mais-no-Dia-dos-Pais-2026

8 Referências

DIA DOS PAIS: origem, oficialização, no Brasil. Brasil Escola, [2026]. Disponível em: uol.com.br. Acesso em: 26 jun. 2026. [1]

GLOBO. Dia dos Pais 2025: com alta na intenção de compra, o Dia dos Pais 2025 reforça o potencial da data para engajar consumidores com perfis diversos e gerar conexão com marcas. Rio de Janeiro: Globo Gente, 23 jul. 2025. Disponível em: gente.globo.com/dia-dos-pais-2025.ghtml. Acesso em: 26 jun. 2026.

GLOBO. Dia dos Pais 2025: com alta na intenção de compra, o Dia dos Pais 2025 reforça o potencial da data para engajar consumidores com perfis diversos e gerar conexão com marcas. Rio de Janeiro: Globo Gente, 23 jul. 2025. Disponível em: gente.globo.com/dia-dos-pais-2025.ghtml. Acesso em: 26 jun. 2026.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). DataSebrae: painel de análise de dados (Análise Evolutiva). Disponível em: <https://analisededados.sebrae.com.br/sense/app/10cf7e0b-8499-4ff5-9a44-954555b8aca4/sheet/49d405c0-b1b3-4659-84a7-ec6257bd17e3/state/analysis>. Acesso em: 30 jun. 2026.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE/RJ). Dia dos Pais 2025: como vender mais com base no novo perfil do pai e consumidor. Rio de Janeiro: Sebrae RJ, 2025. Disponível em: <https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Dia-dos-Pais-2025-como-vender-mais-com-base-no-novo-perfil-do-pai-e-consumidor>. Acesso em: 26 jun. 2026.

SEBRAE

0800 570 0800

www.sebrae.com.br/para

2026