



DIA DOS PAIS

MAIS UM ANO EM MEIO À PANDEMIA





SURGIMENTO DA DATA

O Dia dos Pais surgiu nos EUA em 1909, onde uma garota chamada Sonora Luise, filha de um ex-combatente da Guerra Civil Americana, fez uma homenagem ao seu pai que era considerado um herói pela garota por ter criado 6 filhos sozinho após ver sua esposa morrer na última gestação. Em 1910 a data se tornou oficial, sendo comemorada no dia 19 de Junho, que era a data do aniversário de seu pai.

No Brasil, a primeira vez que a data foi celebrada foi em 14 de Agosto de 1953, que é festejado também o dia de São Joaquim. Na época o publicitário Sylvio Bherinh preparou um concurso para homenagear 3 tipos de pais: o com maior número de filhos, o mais jovem e o mais velho. Foram premiados um com 31 filhos, um com 16 anos e outro com 98 anos.

O Brasil é o único lugar do mundo inteiro onde a data é comemorada no segundo domingo de Agosto, enquanto na maioria dos outros países é no terceiro domingo de Junho.





Mesmo acontecendo novamente durante a pandemia, **71% afirmam ter sentimentos positivos em relação ao dia dos pais** deste ano

8 EM CADA 10
afirmam que o **dia dos pais** sempre vai ser
uma **data importante**





Para **73%**, a data será um
dia necessário de tranquilidade
em meio a um período tão difícil



E ESSA DATA TEM SIDO CADA VEZ MAIS CELEBRADA
DENTRE AS DATAS COMEMORATIVAS

FICANDO ATRÁS APENAS DO DIA DAS MÃES

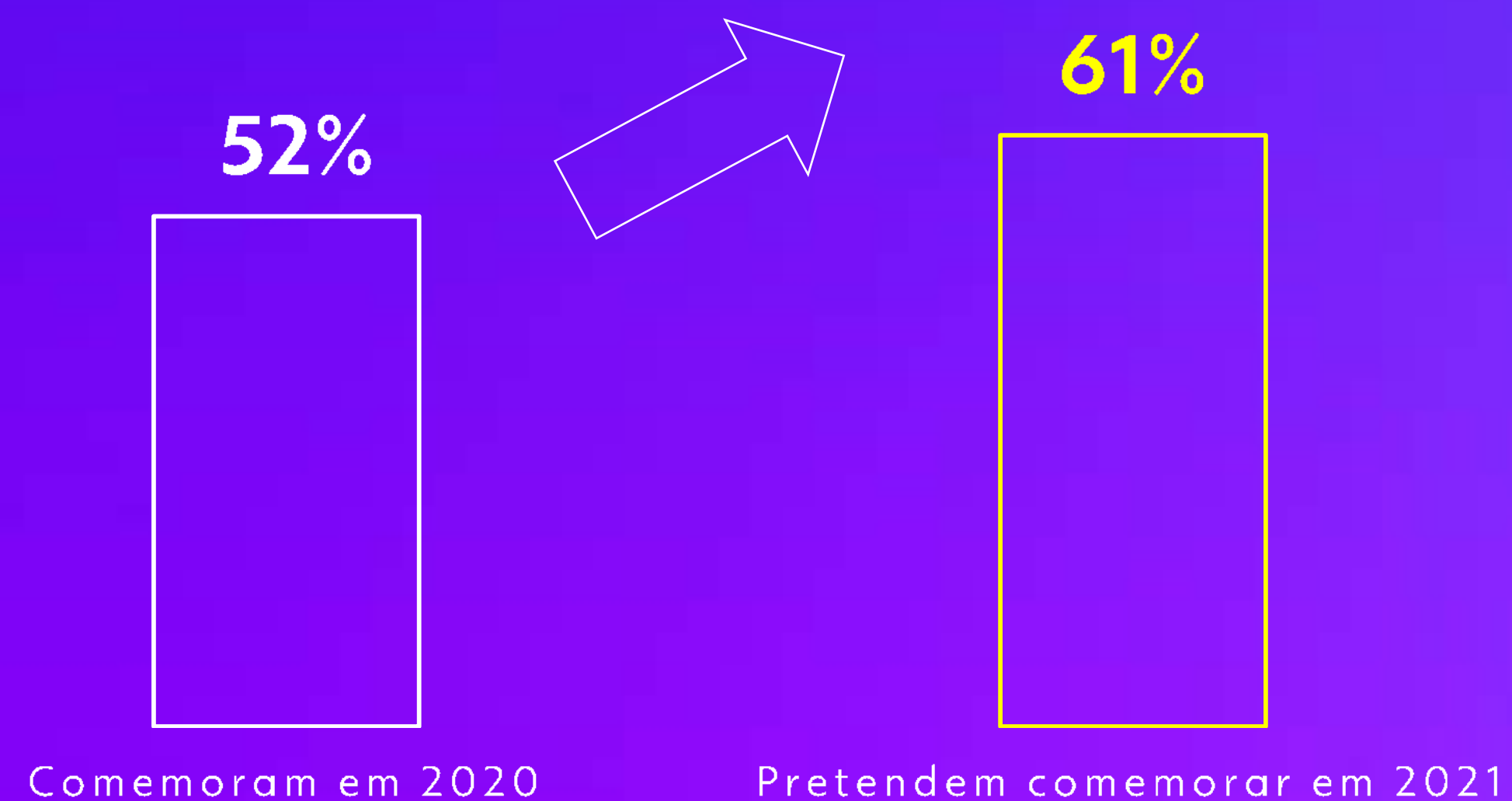


O pico de buscas por Dia dos Pais em 2020 está entre os maiores nos últimos 4 anos e 2% acima vs. ano anterior.

35% CONSIDERAM
O DIA DOS PAIS
COMO A 2ª DATA
COMEMORATIVA
MAIS IMPORTANTE
DO ANO



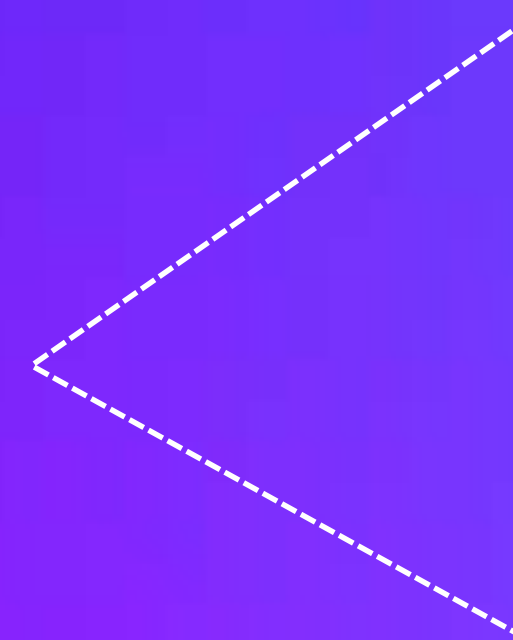
Importância que **cresce** a cada ano e se reflete nas comemorações





Entre os que vão celebrar, **cozinhar algo especial** será uma das maiores comemorações

32% pretendem preparar uma refeição especial para o dia dos pais



65%

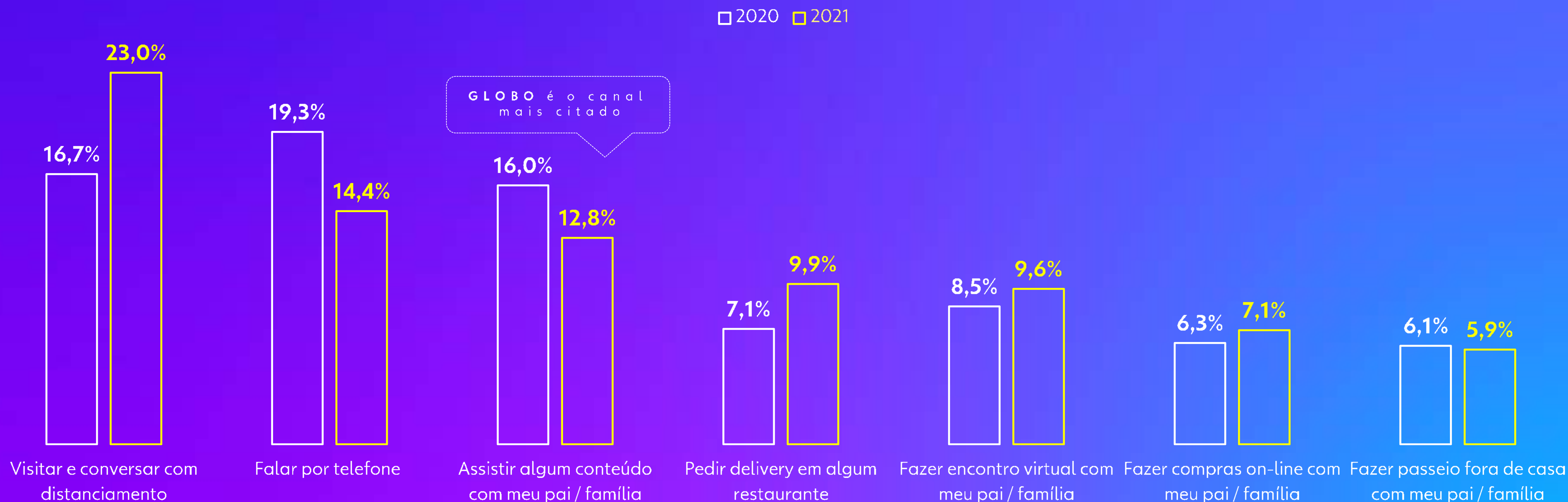
comprando os ingredientes presencialmente

35%

comprando os ingredientes através de **delivery**



Em tempos de isolamento social, além de cozinhar, predominam **outras atividades em casa**

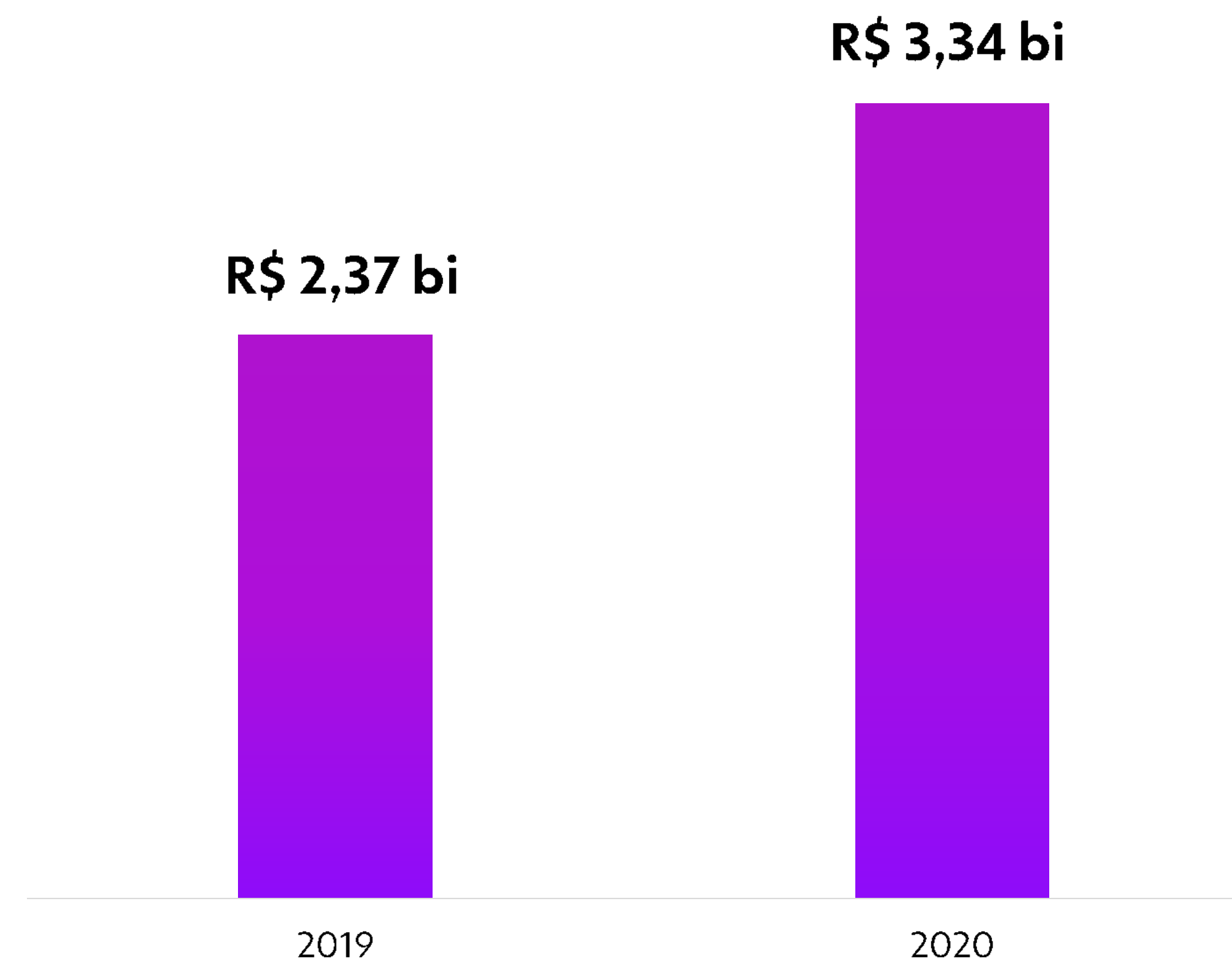




EM 2020, A SERASA EXPERIAN CAPTOU UMA QUEDA DE 10,6% NA ATIVIDADE DO COMÉRCIO NO DIA DOS PAIS

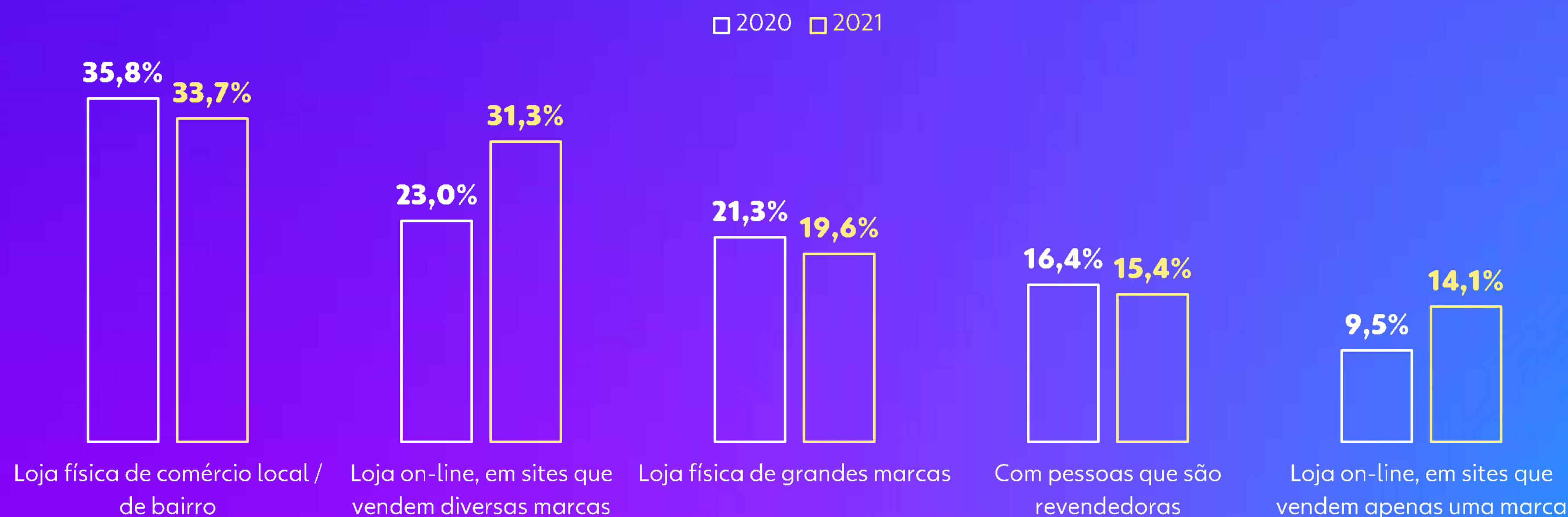
O IMPACTO NO E-COMMERCE FOI OPOSTO, EM FUNÇÃO DAS RESTRIÇÕES NO VAREJO FÍSICO EM ALGUMAS REGIÕES, EM CONJUNTO COM O RECEIO DE ALGUNS CONSUMIDORES EM VISITAREM PONTOS DE VENDA

**E-COMMERCE NO DIA DOS PAIS
EM 2020 O FATURAMENTO
CRESCER 41% EM RELAÇÃO AO
MESMO PERÍODO DE 2019**





Em 2021, também **cresce** a intenção de **compras on-line** e **market places** ganham ainda **mais relevância** entre os principais canais de compras





DESTAQUE

Canais de compras que **estão crescendo em consideração** para adquirir presentes para a data



PLATAFORMAS DE DELIVERY

+ 92%

EM RELAÇÃO AO
USO DESTE CANAL
NO ANO ANTERIOR

9,6% EM 2021
vs **5%** EM 2020



REDES SOCIAIS

+ 21%

EM RELAÇÃO AO
USO DESTE CANAL
NO ANO ANTERIOR

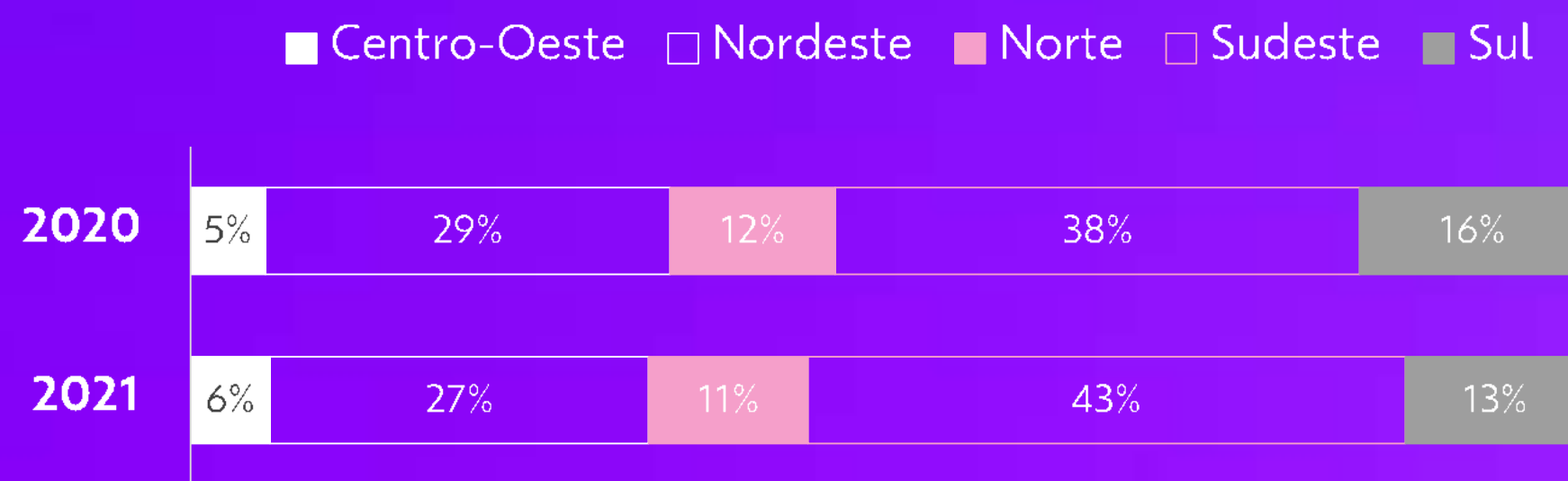
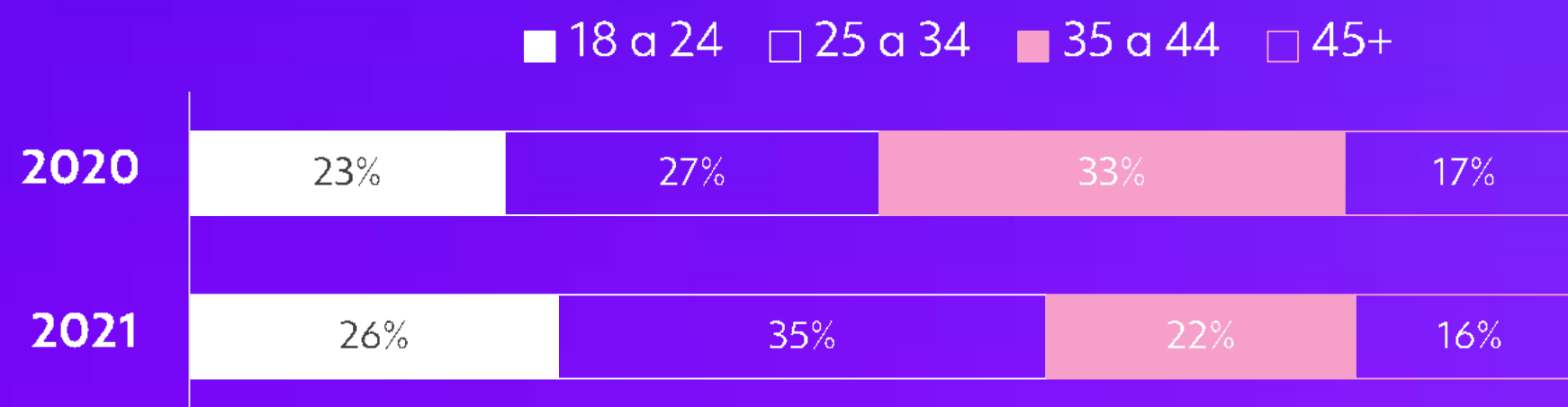
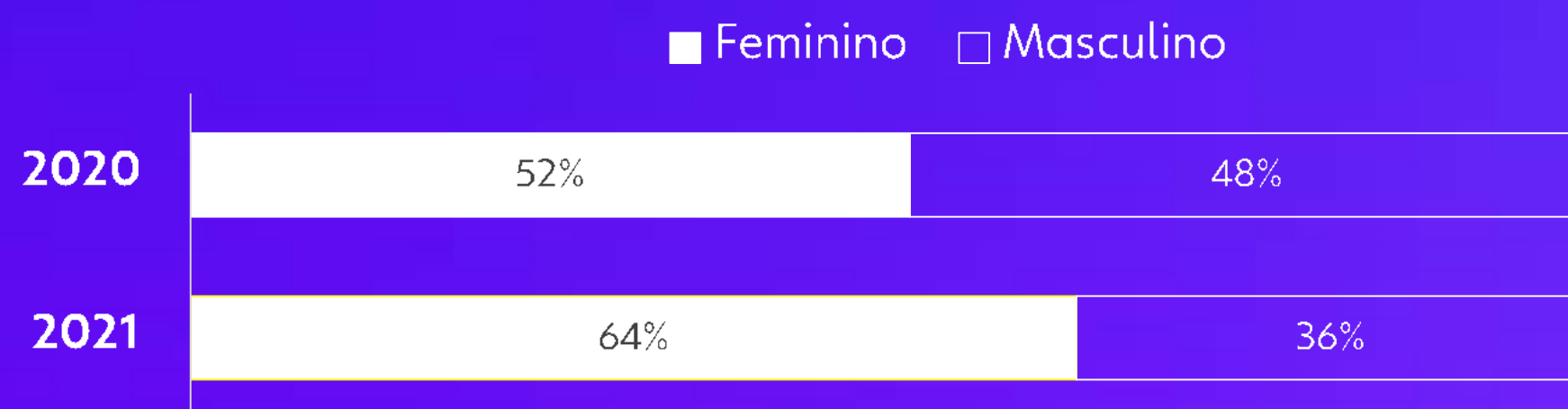
11% EM 2021
vs **9%** EM 2020



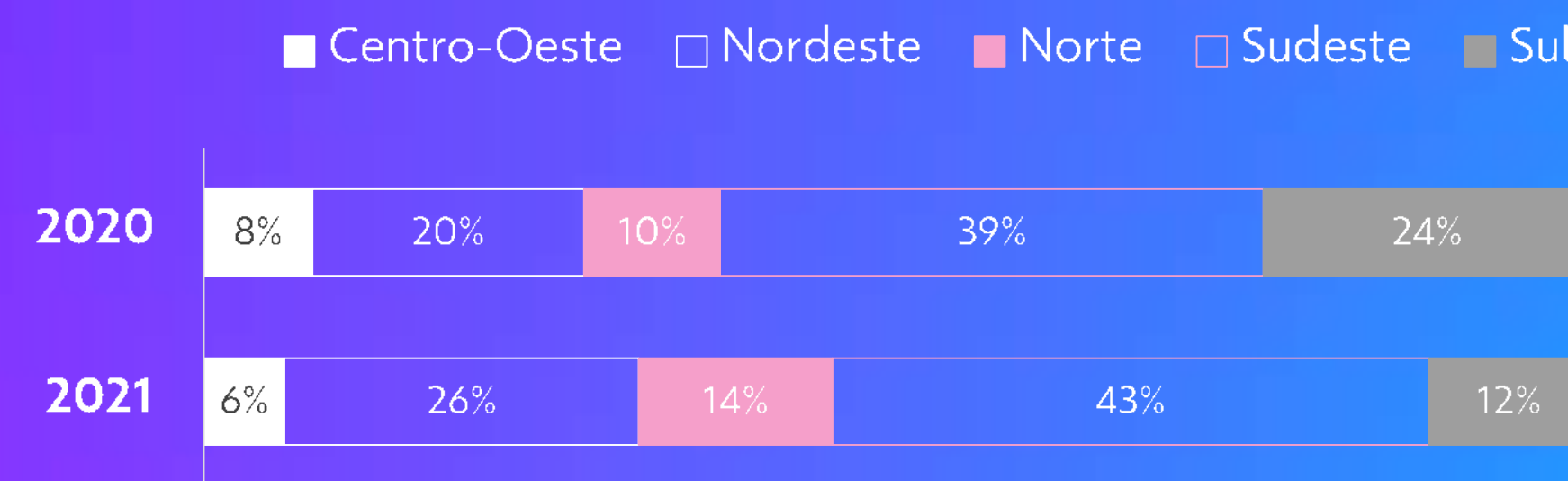
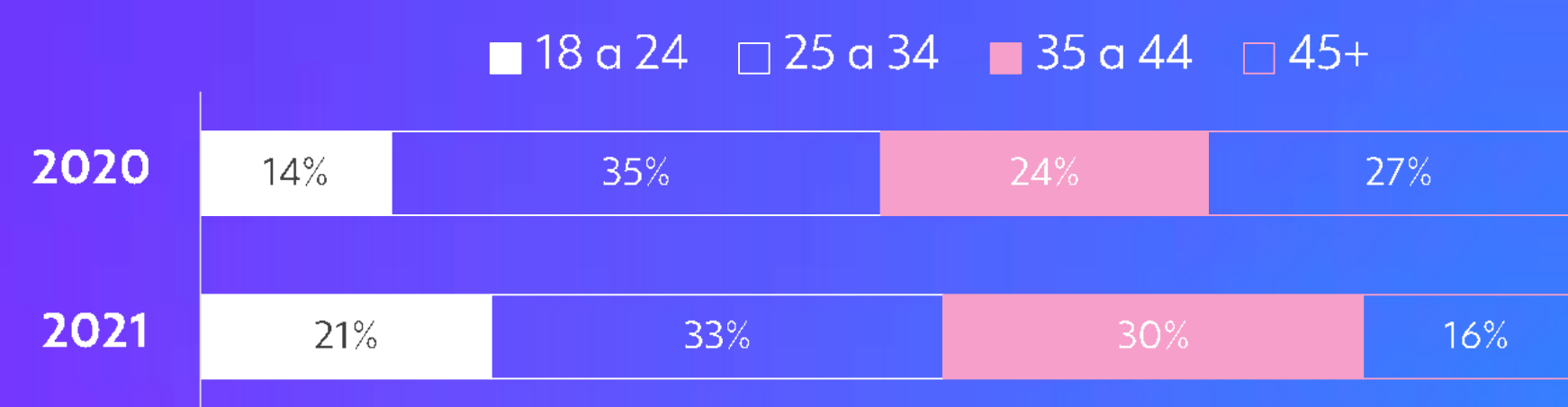
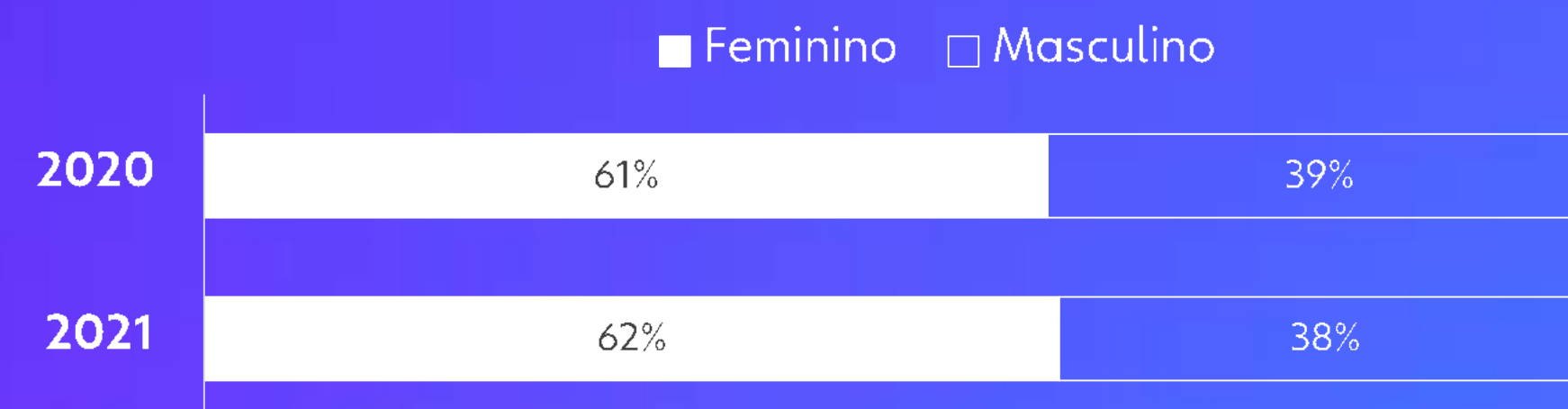
DESTAQUE

COMPRA DECLARADA 2020 X INTENÇÃO 2021

PERFUME



PRODUTOS DE CUIDADOS PESSOAIS

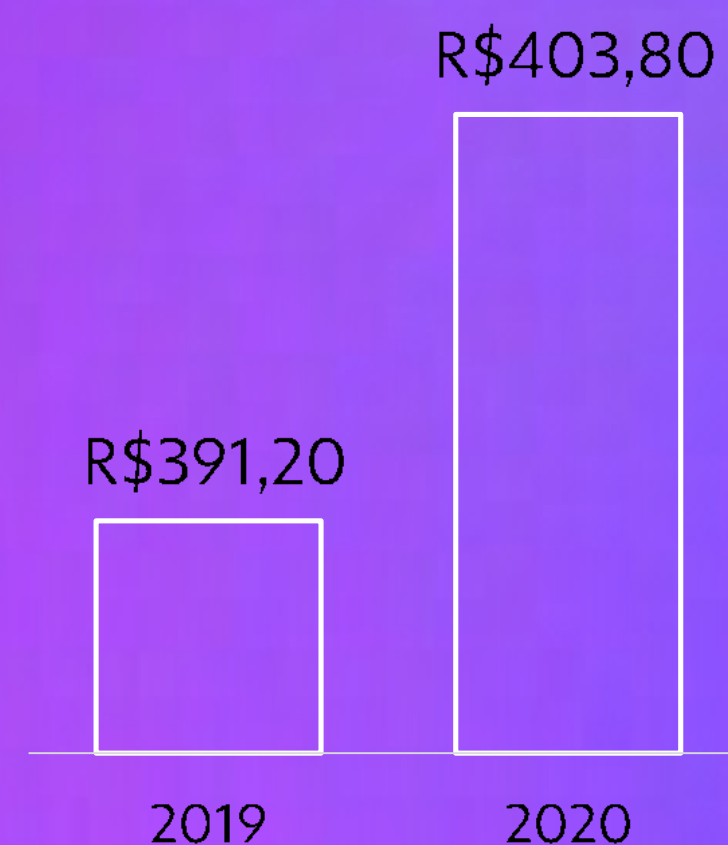




TICKET MÉDIO

EM 2020, O GASTO MÉDIO FOI 3,2% SUPERIOR AO DE 2019

Ticket médio (R\$)

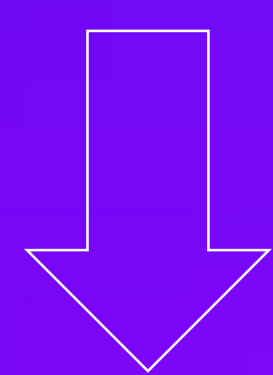


96% CONSIDERAM IMPORTANTE PRESENTEAR NESSA DATA

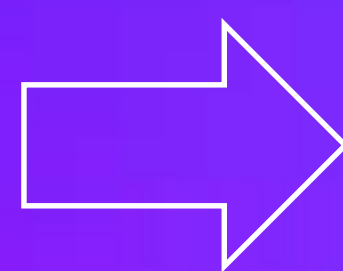


Em relação ao ano passado, o **valor gasto no presente do Dia dos Pais** deste ano para **grande maioria** irá se manter

COMPARANDO COM 2020, O GASTO COM O PRESENTE SERÁ:



Menor
24%



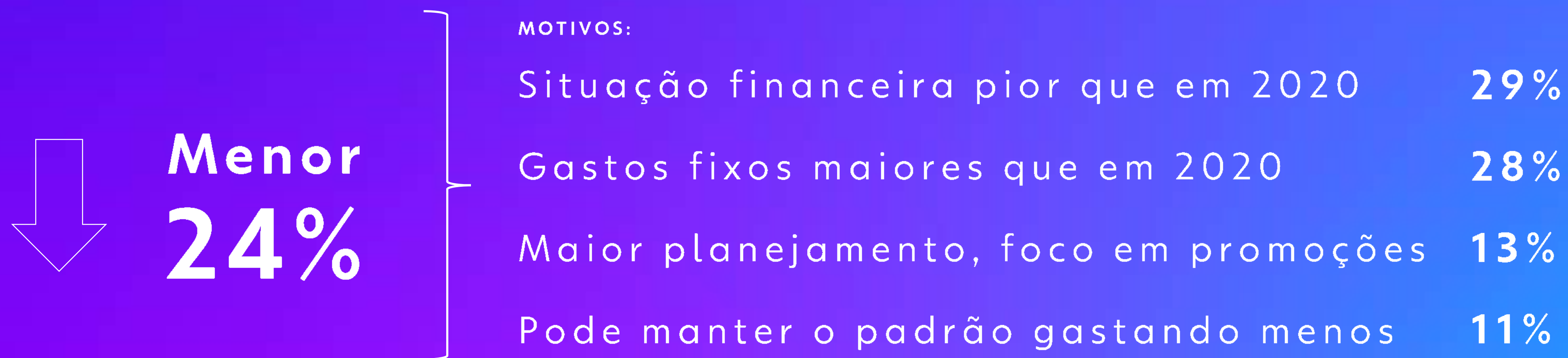
Igual
60%



Maior
16%



E quais os motivos para **diminuir os gastos** com o presente?





O valor gasto no presente do Dia dos Pais para mais da metade será igual ao valor gasto no dia das mães

GASTO DO PRESENTE DE DIA DOS PAIS EM COMPARAÇÃO COM O DIA DAS MÃES:

57%

pretendem gastar o mesmo valor

13%

pretendem gastar mais

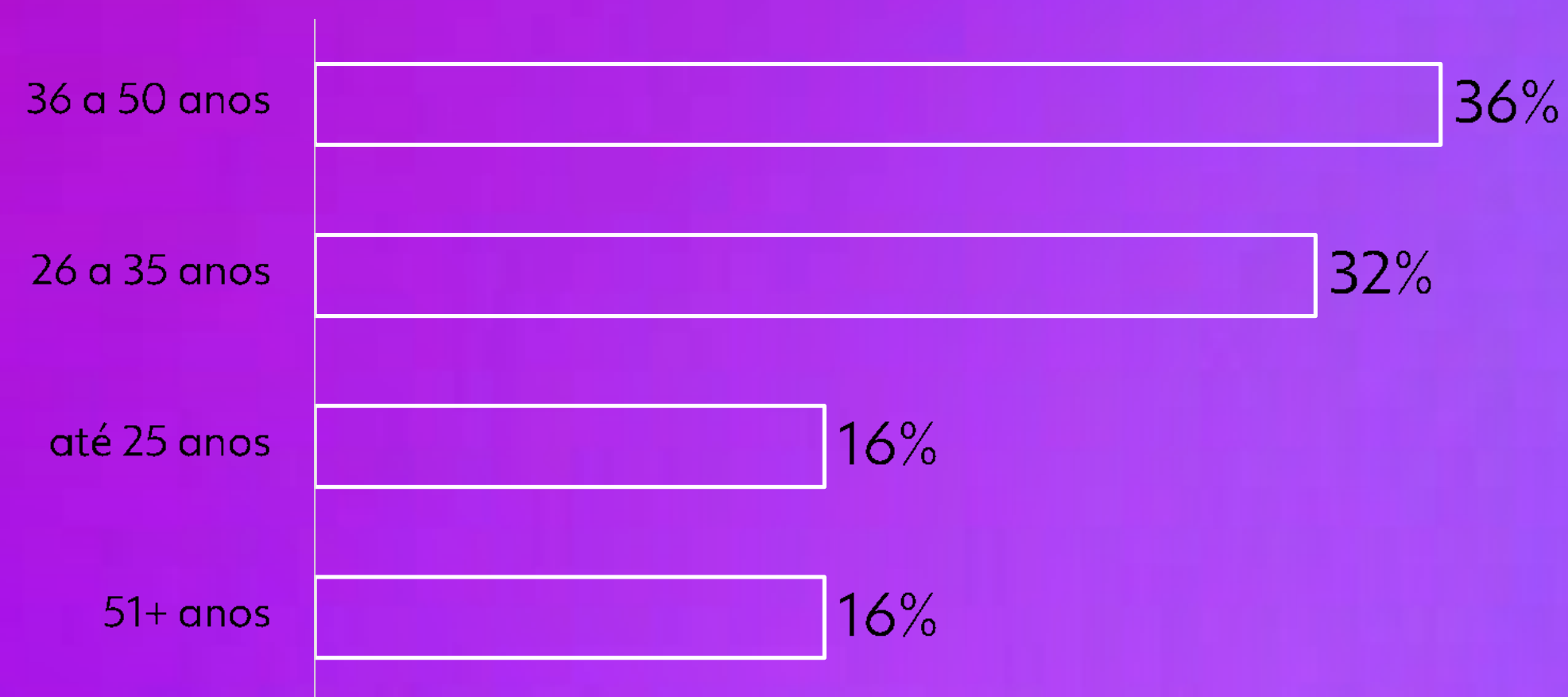
12%

pretendem gastar menos



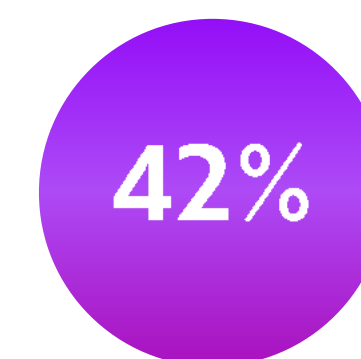
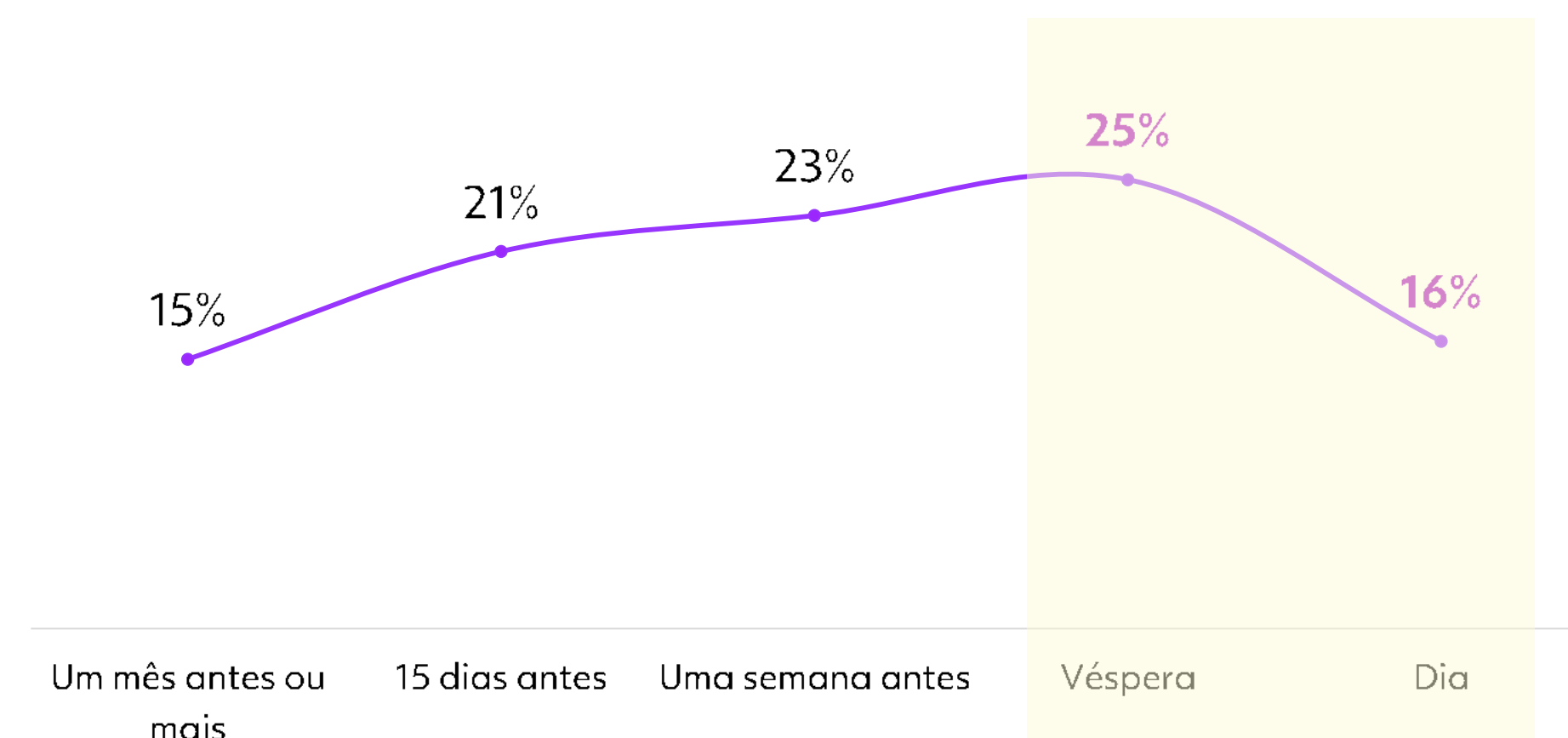
VOLUME DE PEDIDOS EM 2020 FORAM 8,2 MILHÕES DE COMPRAS REALIZADAS PARA A DATA

Compras em volume (por faixa etária)

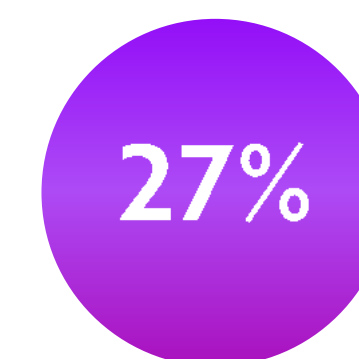


**Foram 37% mais pedidos
do que em 2019**

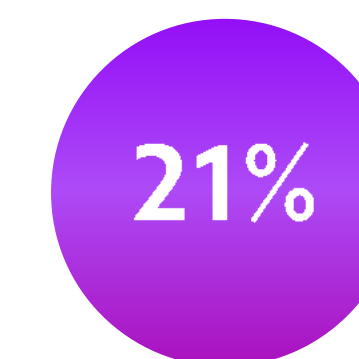
QUANDO E ONDE O PRESENTE É COMPRADO **APESAR DA DATA TER UM VOLUME EM VENDAS ONLINE ALTA, 41% COMPRARAM O PRESENTE NA VÉSPERA OU NO DIA EM 2019**



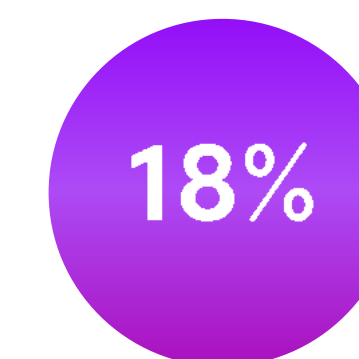
Shopping
Centers



Lojas de
rua/bairro



Pela internet
(sites/apps)



Lojas de
departamento



Com a **mudança no cenário** a tendência é ser mais programado, **51% das pessoas** vão comprar o presente com antecedência

QUANDO PRETENDEM COMPRAR:

Na semana do dia dos pais	35%
Aproximadamente 15 dias antes	33%
Aproximadamente 1 mês antes	18%
No próprio dia dos pais	19%
Já comprei	5%





Presentear vai além da **comemoração**
e está presente mesmo ela não acontecendo

7 EM CADA 10
pretendem presentear
alguém no dias dos pais
comemorando ou não





Os **pais** são a maioria com **84%**,
porém não são os únicos que
ganharão presente neste ano

QUEM MAIS VAI GANHAR PRESENTE:

Esposo / namorado	20%
Sogro	9%
Avô	6%
Filho / enteado	4%
Tio	4%
Amigo	4%
Padrinho	2%



Principais artigos escolhidos como presente para o Dia dos Pais

COMPRA DECLARADA 2020 X **INTENÇÃO 2021**

	ROUPAS	34%	33%
	PERFUMES	18%	20%
	CALÇADOS	16%	18%
	ALMOÇO / JANTAR	8%	14%
	PRODUTOS DE CUIDADOS PESSOAIS	10%	12%
	ACESSÓRIOS	11%	11%
	ELETRÔNICOS	7%	9%
	BEBIDAS	7%	8%
	CHOCOLATES / DOCES	8%	7%

Artigo de maior
crescimento na
intenção de
compra: +65%



Na hora de pagar, o **cartão de crédito parcelado** é a forma de pagamento mais escolhida **tanto** para **lojas físicas, quanto on-line**



	LOJAS FÍSICAS	LOJAS ON-LINE
Parcelado no cartão de crédito	42 %	45 %
Cartão de débito	34 %	27 %
Em dinheiro / boleto	23 %	16 %
À vista no cartão de crédito	22 %	23 %
PIX	18 %	20 %

MOTIVOS:

Segurança	32 %
Simplicidade / praticidade	29 %
Possibilidade de parcelamento	29 %
Hábito / costume	26 %



VENDAS NO E-COMMERCE POR REGIÃO
**REGIÃO NORTE TEM
AUMENTO DE 77% EM
VENDAS NA DATA
COMPARADO A 2019, MAS
SUDESTE CONTINUA
TENDO O MAIOR PESO NO
FATURAMENTO COM 58%
DAS VENDAS**

CRESCIMENTO DE VENDAS NO E-COMMERCE POR REGIÃO
VS. 2019

NO
77%

NE
73%

CO
54%

SE
30%

SUL
37%



A publicidade mantêm sua influência, mesmo entre dicas e recomendações

NA HORA DE ESCOLHER O PRESENTE, O QUE COSTUMAM CONSIDERAR:

49%

Dicas de quem
vou presentear

32%

Recomendações
de amigos /
família

26%

Diferentes
Anúncios
no **digital**

23%

Diferentes
Anúncios na **TV**



DIA DOS PAIS É NA GLOBO

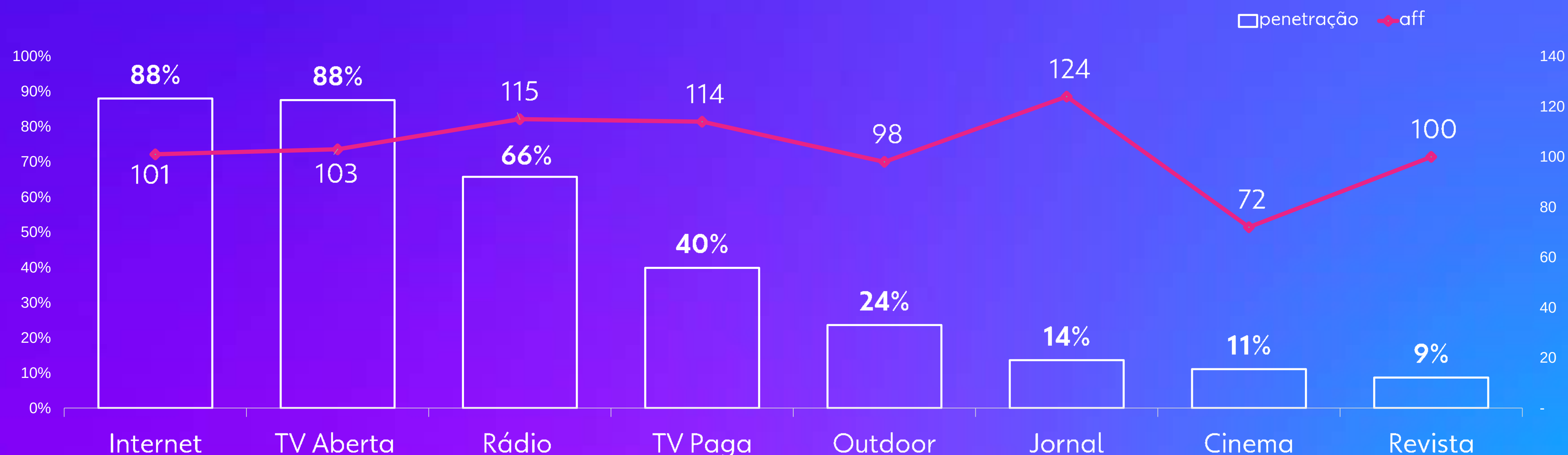


86% dos telespectadores
que são pais, consomem
conteúdo Globo



CONSUMO DE MEIOS

Internet e TV Aberta são os meios mais consumidos e a TV paga é o meio audiovisual com maior afinidade



53% acessam a internet enquanto assistem tv

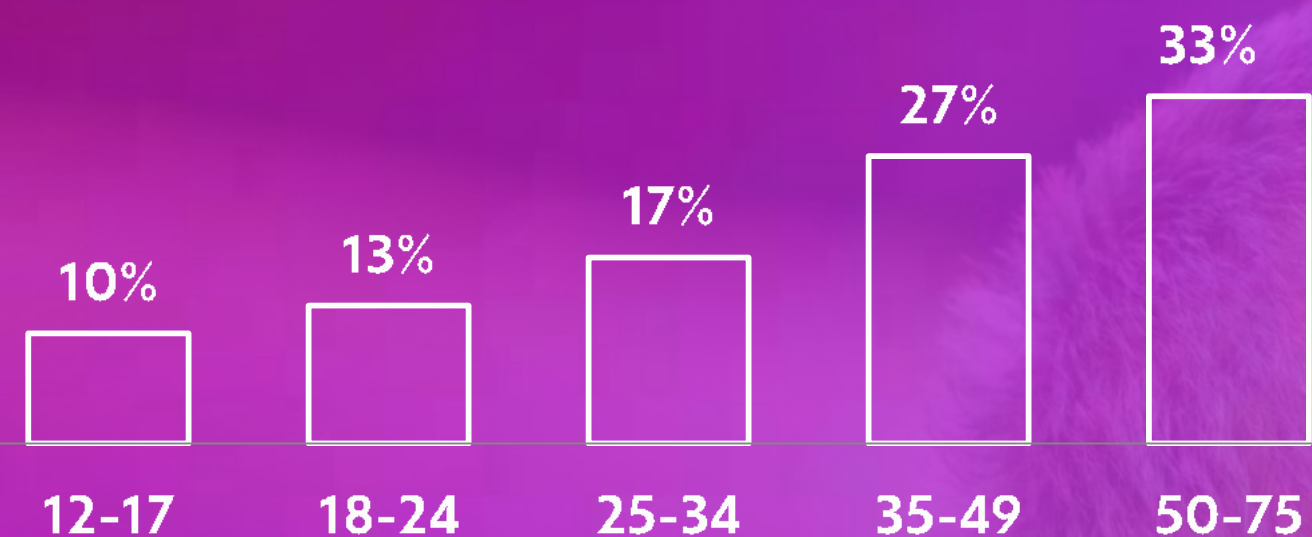


DIFERENTES PERFIS DE PAIS NOS CONTEÚDOS GLOBO

CONCENTRAÇÃO CLASSES ABC

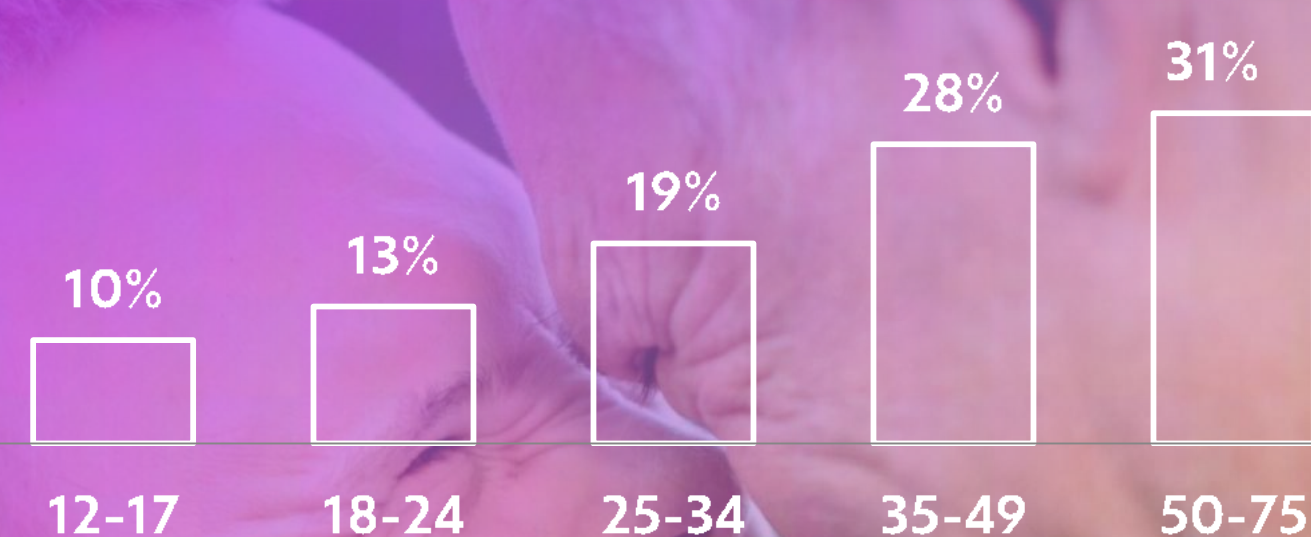
GLOBO ABERTA

FAIXA ETÁRIA



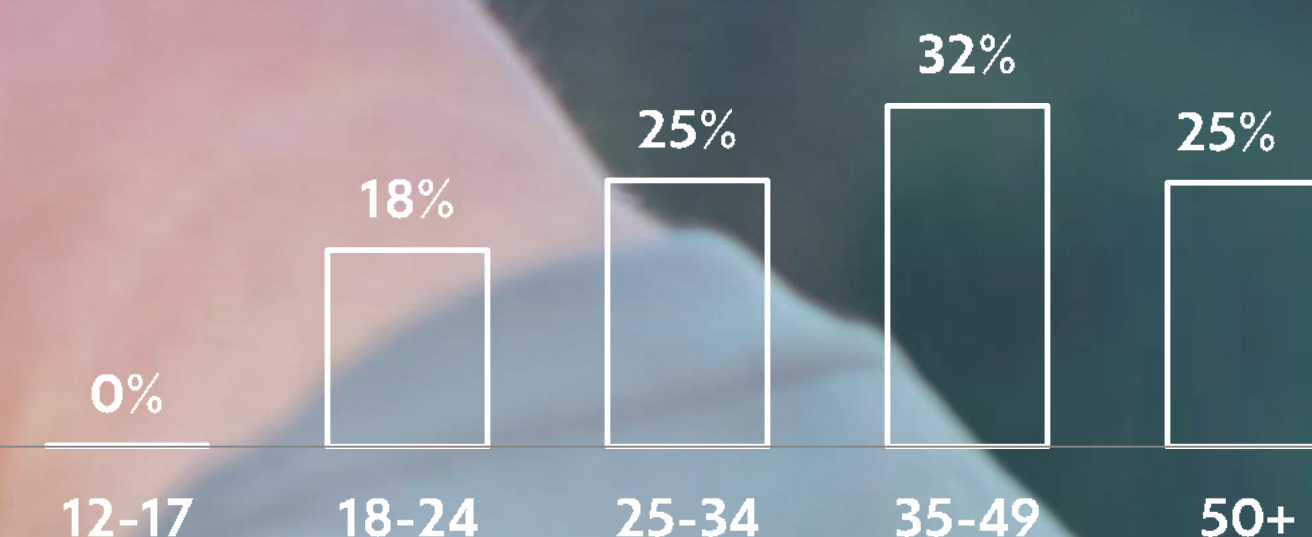
CONCENTRAÇÃO CLASSES AB

CANAIS PAGOS GLOBO

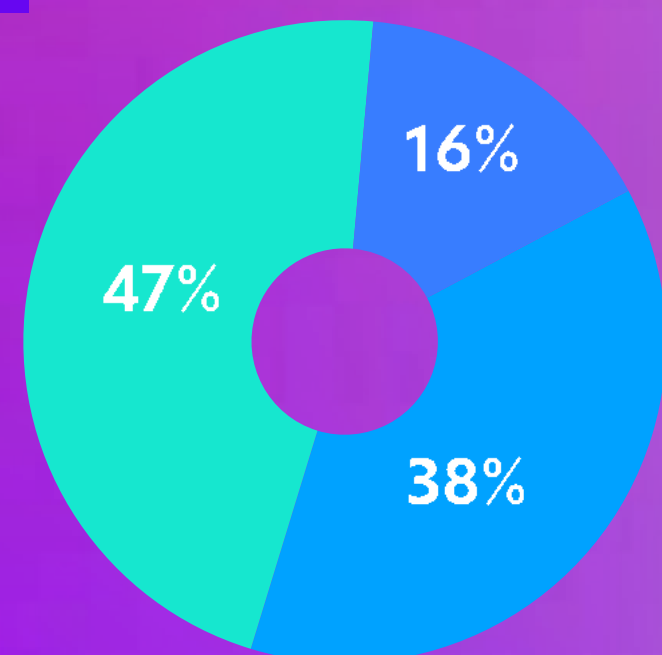


JOVENS ADULTOS

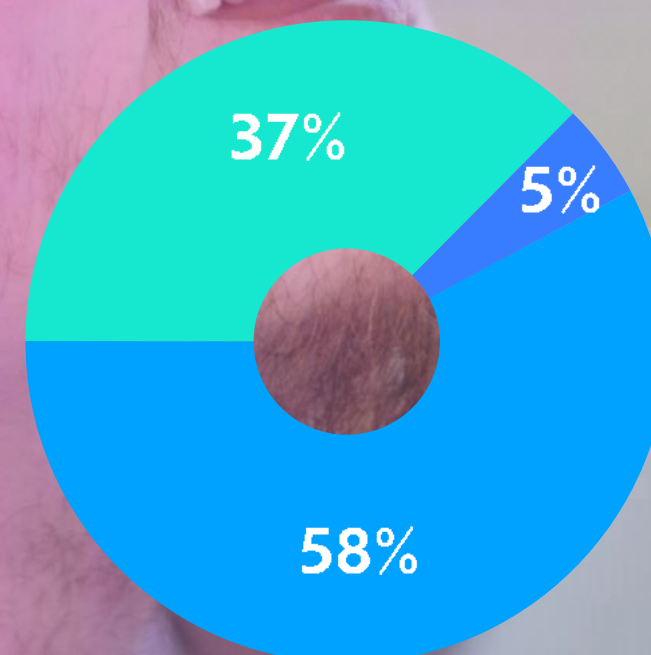
DIGITAL GLOBO



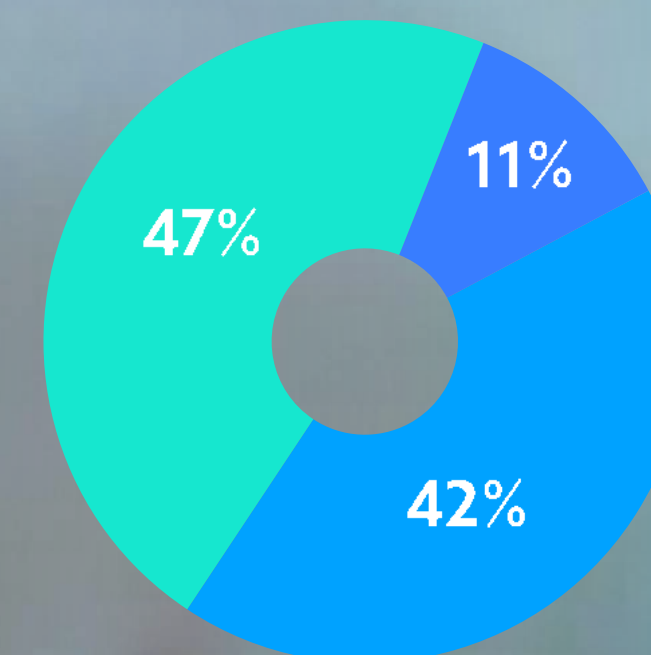
CLASSE SOCIAL



■ AB ■ C ■ DE



■ AB ■ C ■ DE



■ AB ■ C ■ DE



Inteligência de Mercado Globo

OS PAIS NA GLOBO ABERTA





A CADA ANO OS PAIS PASSAM MAIS TEMPO CONSUMINDO GLOBO

TEMPO DEDICADO – HOMENS COM CRIANÇAS DE 2-14 ANOS (HH:MM)

□ Globo

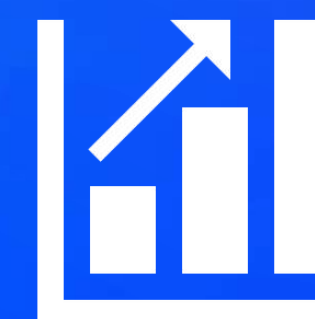
◆ TV Aberta



A GLOBO CRESCE MAIS QUE O PRÓPRIO MEIO



+7% EM 5 ANOS
TV ABERTA



+23% EM 5 ANOS
GLOBO



SÃO MILHÕES DE PAIS ACOMPANHANDO A PROGRAMAÇÃO DA **GLOBO**

1,6

MM

Pais por minuto

13,5

MM

Pais presentes na Globo
todos os dias

35,4

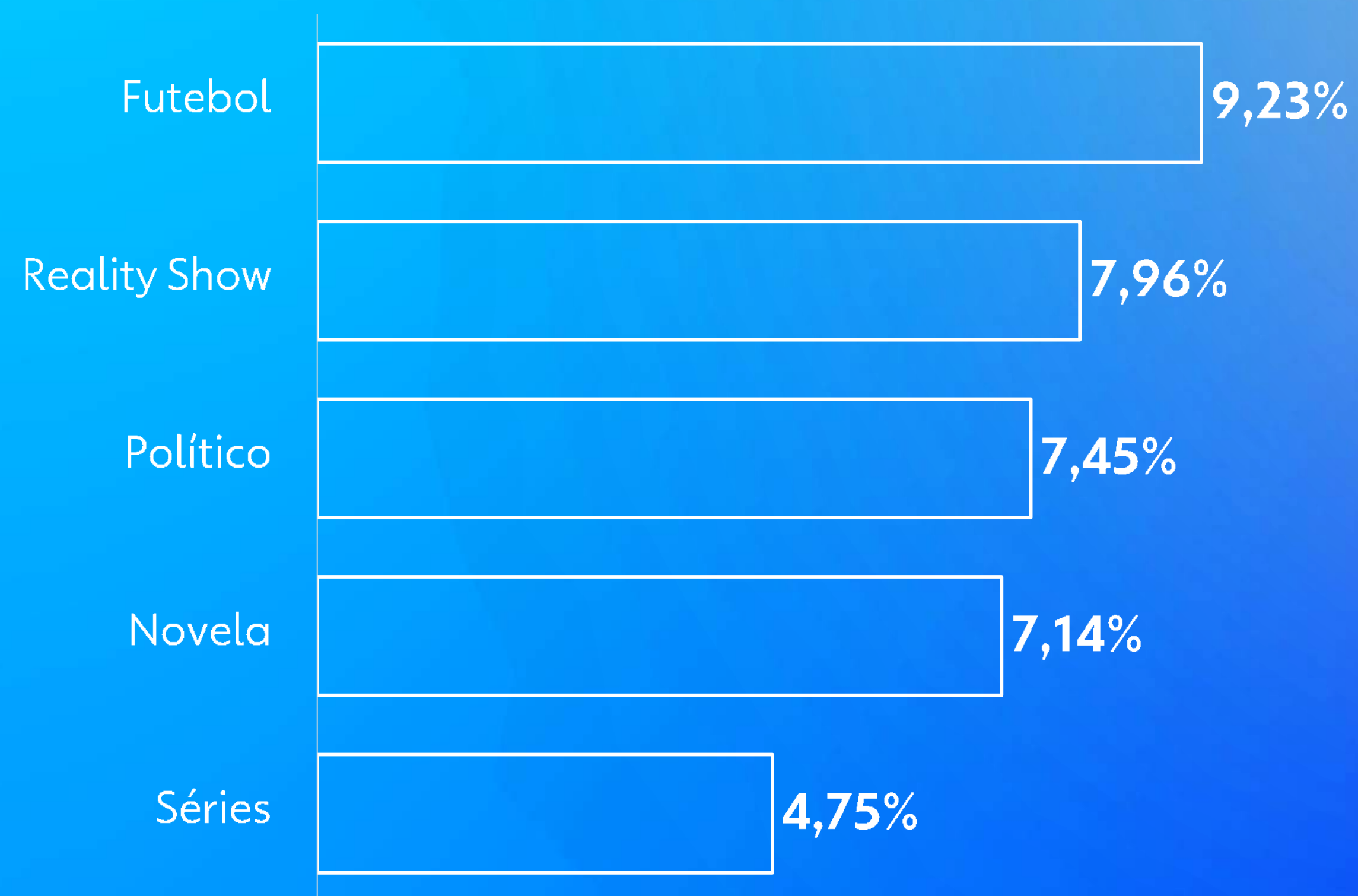
MM

Pais no mês





GÊNEROS COM MAIOR AUDIÊNCIA PARA OS PAIS



PROGRAMAS COM MAIOR AUDIÊNCIA NO TARGET

- FUTEBOL NOT
- NOVELA III SS
- BIG BROTHER BRASIL
- FUTEBOL VES
- FUTEBOL MAT
- NOVELA III SB
- FUTEBOL QUA
- NOVELA II SS
- JORNAL NACIONAL SS
- SEGUE O JOGO



Inteligência de Mercado Globo

OS PAIS NA GLOBO PAGA





A CADA ANO OS PAIS PASSAM MAIS TEMPO CONSUMINDO GLOBO PAGA

TEMPO DEDICADO – HOMENS COM CRIANÇAS DE 2-14 ANOS
(HH:MM)

Canais Pagos
Globo
TV Paga



GLOBO PAGA CRESCE MAIS QUE O PRÓPRIO MEIO



+3% EM 5 ANOS
TV PAGA



+31% EM 5 ANOS
GLOBO PAGA



Inteligência de Mercado Globo

SÃO MILHÕES DE PAIS ACOMPANHANDO A PROGRAMAÇÃO DOS CANAIS PAGOS GLOBO

103

MIL

Pais por minuto

1,6

MM

Pais presentes nos canais
pagos Globo todos os dias

6,1

MM

Pais no mês

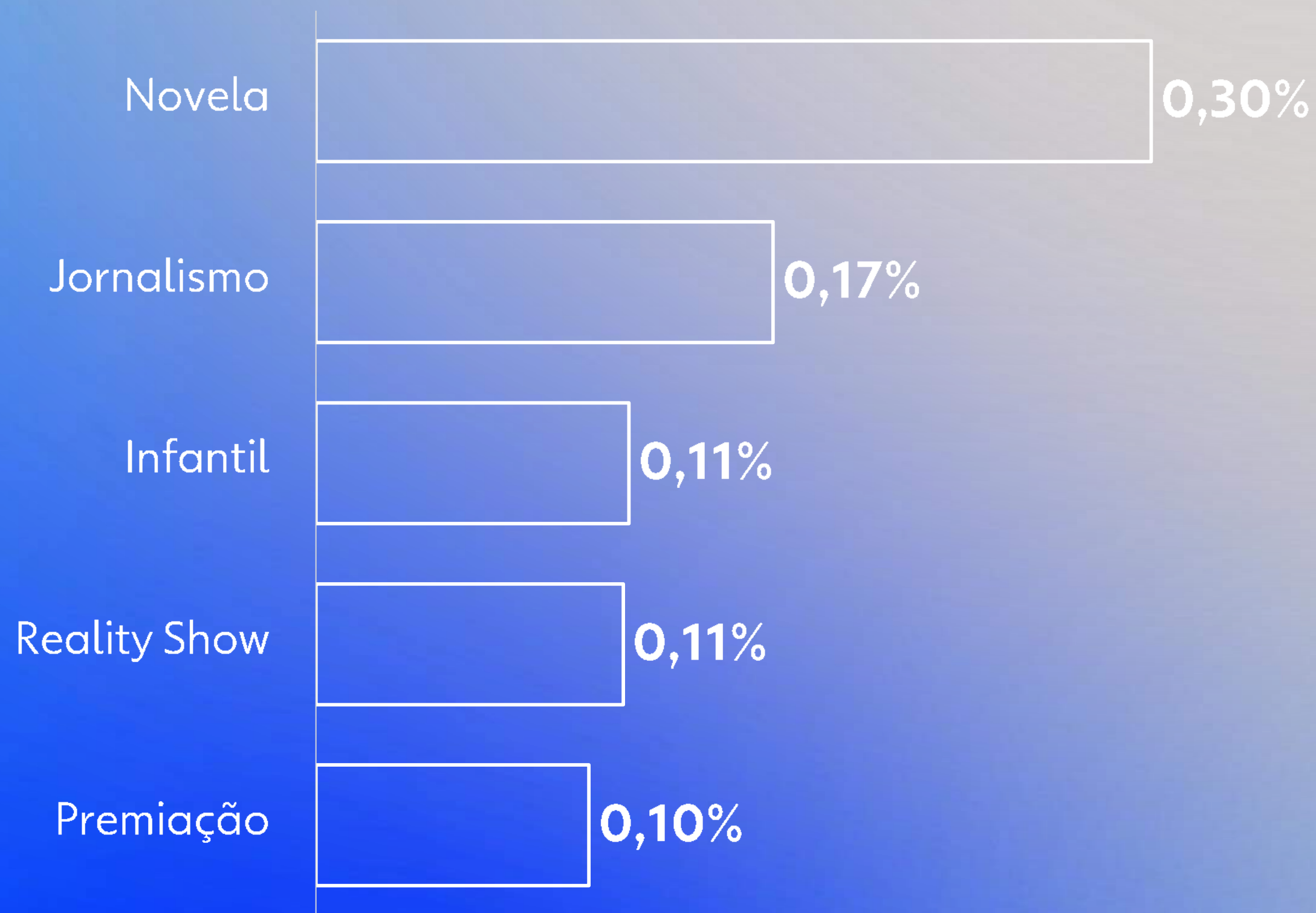




MAIS DA METADE DOS CANAIS DE MAIOR AUDIÊNCIA NO TARGET DO CABO SÃO DA **GLOBO**

RANKING	EMISSORA	AUD (%)
1	CARTOON NETWORK	0,43
2	DISCOVERY KIDS	0,27
3	GloboNews	0,16
4	MEGAPIX	0,15
5	GLOOB	0,15
6	VIVA	0,14
7	DISCOVERY CHANNEL	0,14
8	NICKELODEON	0,13
9	MULTISHOW	0,12
10	SPORTV	0,12

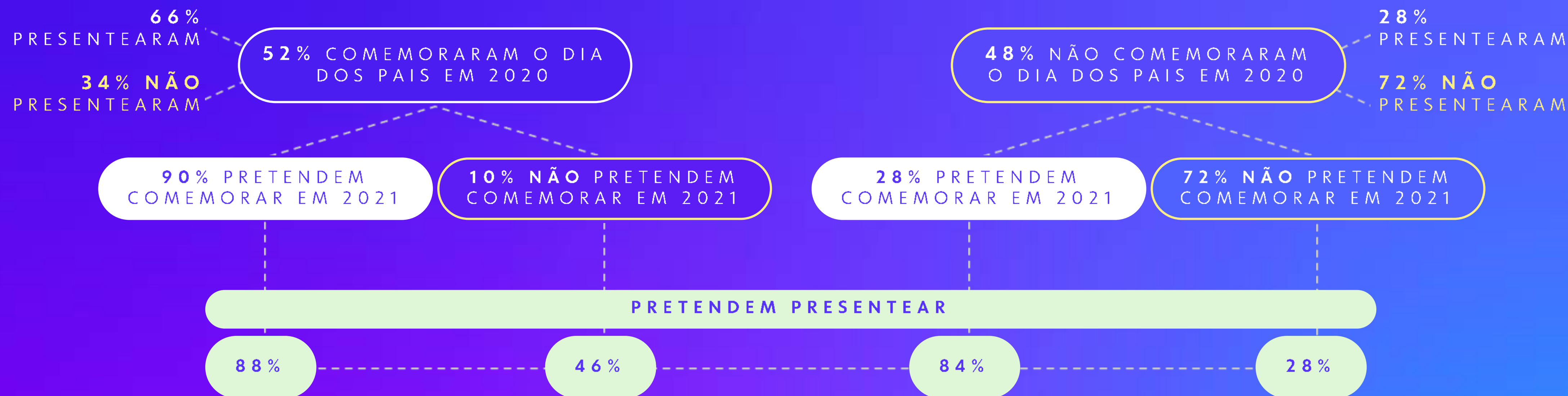
PROGRAMAS PREFERIDOS **GÊNEROS COM MAIOR AUDIÊNCIA PARA OS PAIS**





HIGHLIGHTS

COMPARATIVO 2021 X 2020



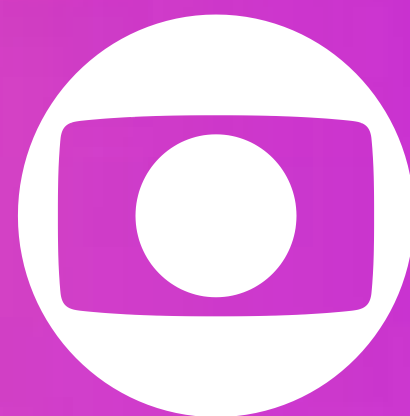
MOTIVOS:



ONDE PRETENDEM COMPRAR:



INTELIGÊNCIA DE MERCADO



Camila Monteagudo

camila.monteagudo@g.globo

Cristiano Teles

csteles@g.globo

Daniela Pilla

dpilla@g.globo

Danilo Almeida

danilo.almeida@g.globo

Giovana Jorquera

gjorquera@g.globo

Marina Vita

marina.vita@g.globo