



Missão
Desenvolver conhecimento
para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.



PESQUISA DIA DOS PAIS 2020 NÚCLEO DE PESQUISAS INOVA-CNEC-SINDILOJAS

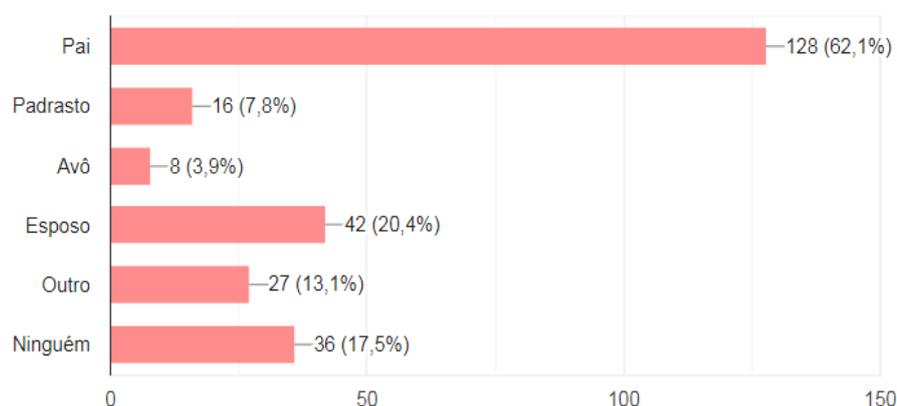
Sumário Executivo

Apresentam-se a seguir, os principais resultados encontrados na pesquisa realizada pela equipe do Núcleo de Pesquisas Inova Jr - CNEC- Sindilojas Gravataí, ocorrida do dia 17 de julho a 03 de agosto de 2020. Cabe-se ressaltar que a pesquisa quantitativa foi aplicada a uma amostra de 206 consumidores da região de Gravataí.

Esta pesquisa apresenta 95% de nível de confiança, seguindo um Split 80/20 que indica uma variação mínima nas respostas, tornando a amostra mais homogênea.

Ressalta-se que o critério adotado para definição da amostra de pesquisa é do tipo não probabilístico determinado por conveniência. O aspecto preliminar dos dados refere-se a analisar quantos dos respondentes irão presentear neste dia dos Pais, onde 62,1% (128) irão presentear seus pais, 7,8% (16) irão presentear seus padrastos, 3,9% (8) irão presentear seus avós, 20,4% (42) irão presentear seus esposos, 17,5% (36) não irão presentear ninguém.

Preliminar 1. Quem você pretende presentear neste dia dos pais

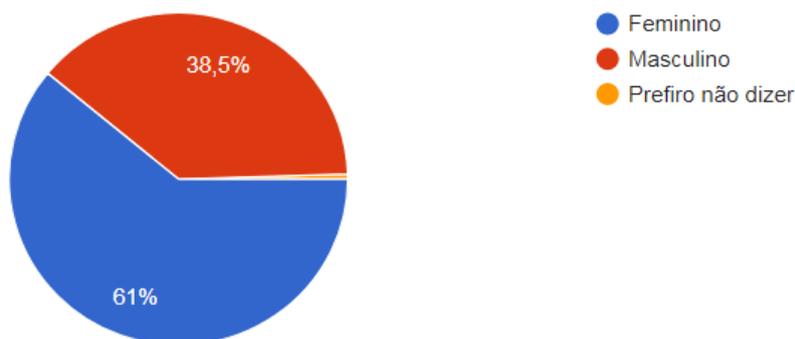


Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.



Quanto ao primeiro aspecto analisado observa-se que o público respondente feminino possui 61% da amostra (125) e público masculino 38,5% (80) e prefiro não dizer 0,5% (1).

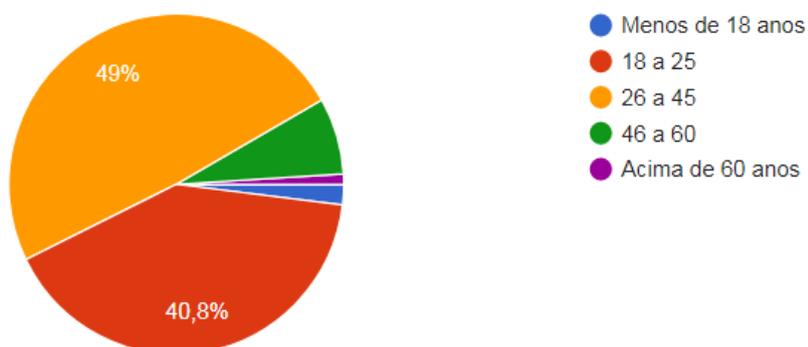
Gráfico 01.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

O gráfico 02, demonstra a faixa etária predominante sendo a de 26 a 45 anos – 49% (101). Diante disso, pode-se constatar que 89,9% dos respondentes da pesquisa possuem de 18 a 45 anos, sendo este público considerado significativo em outras pesquisas de mercado desenvolvidas anteriormente.

Gráfico 02.



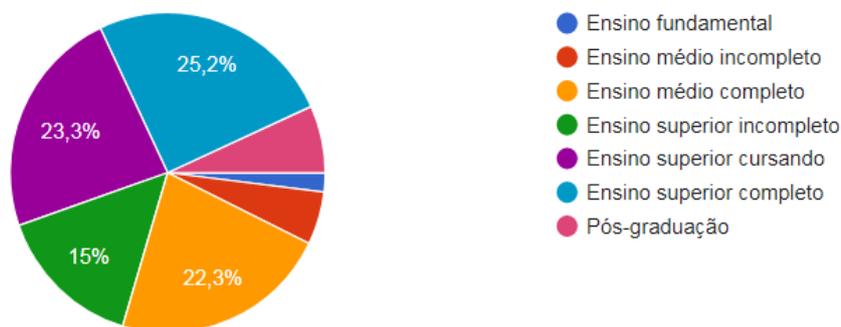
Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.





O gráfico 03 demonstra o grau de instrução dos respondentes da pesquisa desenvolvida. Percebe-se que há 25,2% (52) com o ensino superior completo, 23,3% (48) estão cursando o ensino superior, 22,3% (46) tem o ensino médio completo e 15% (31) tem o ensino superior incompleto, na amostra.

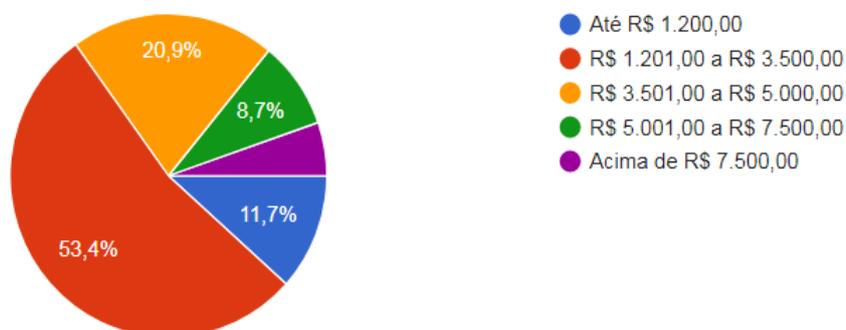
Gráfico 03.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Quando realizada a análise em torno da renda familiar mensal, através do gráfico 04 observa-se que os respondentes possuem uma renda familiar mensal média de R\$ 1.201,00 a R\$ 3.500,00 estimada em dois salários mínimos (53,4%).

Gráfico 04.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.

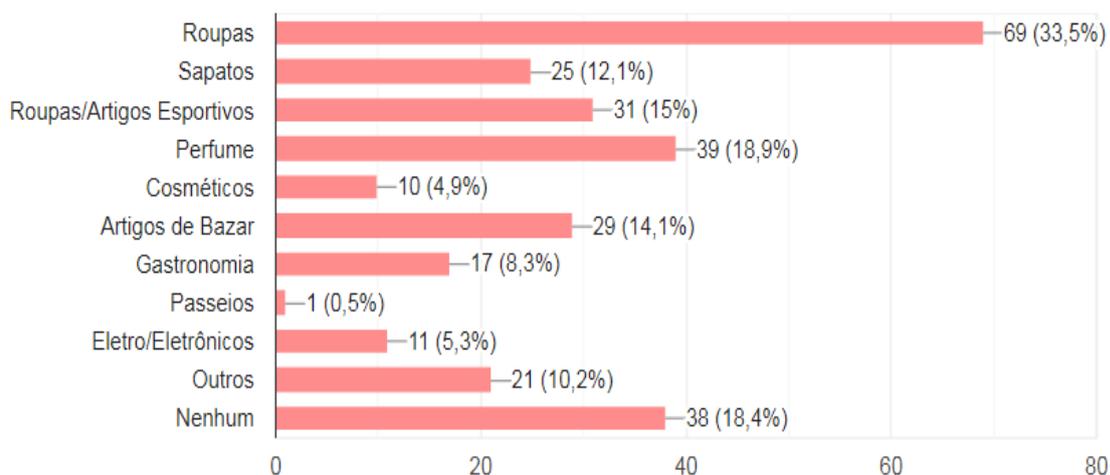
CNEC





O gráfico 05 apresenta os tipos de presentes que os respondentes irão comprar, foi realizada uma pesquisa de múltipla escolha, a qual constatou que o maior número de presentes são as roupas 33,5%, seguido por perfume 18,9% e Roupas/Artigos Esportivos 15%.

Gráfico 5.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

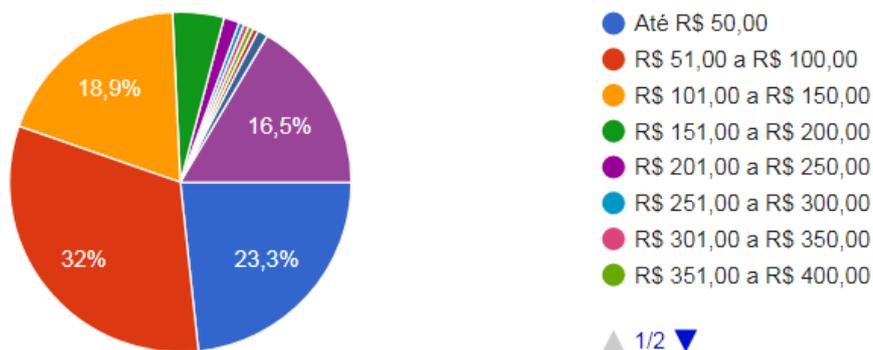
Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.





No que diz respeito ao gráfico 06, o valor médio gasto em cada presente, observando-se que o valor de até R\$ 100,00 será a escolha de 55,3% dos respondentes, 18,9% até R\$150,00 e por fim 16,5% pretendem gastar até 250,00.

Gráfico 06.



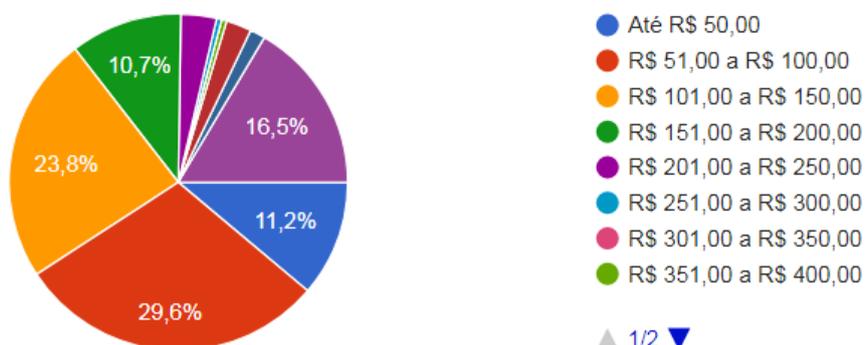
Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.





O gráfico 07 apresenta o valor total a ser gasto nos presentes. Diante disso, percebe-se que os respondentes gastarão em sua maioria 29,6%, R\$ 51,00 até R\$ 100,00 em presentes. Cabe-se ressaltar que há um número significativo, 23,8% que irão presentear de R\$101,00 até R\$150,00, e os que pretendem gastar de R\$ 201,00 até R\$ 250,00 no presente de dia dos pais estão em 16,5%.

Gráfico 07.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.

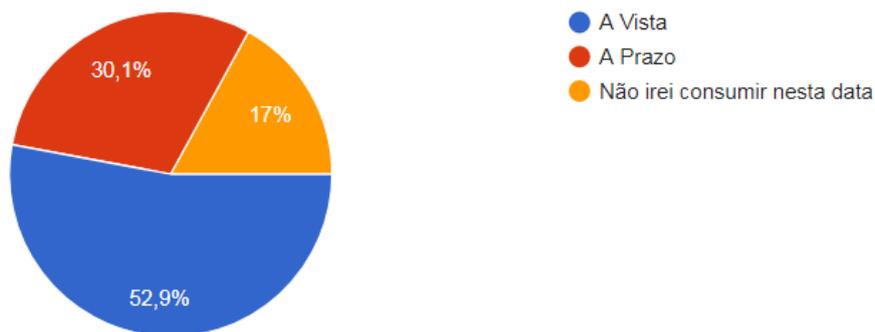
CNEC





No que tange o a forma de pagamento pretendida participantes da pesquisa, o gráfico 08 demonstra que há uma predominância de respondentes que possuem interesse de realizar a compra à vista (52,9%).

Gráfico 08.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

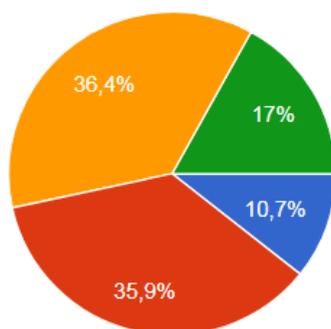
Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.





O gráfico 09 apresenta informações sobre o reflexo de consumo comparado ao ano anterior em gastos nos presentes de dia dos Pais. Diante disso, percebe-se que os respondentes gastarão em sua maioria 36,4% menos que no ano de 2019 e 35,9% manterão a mesma média de consumo.

Gráfico 09.



- Maiores que o ano anterior
- Iguais ao do ano anterior
- Menores que no ano anterior
- Não irei consumir nesta data

Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.

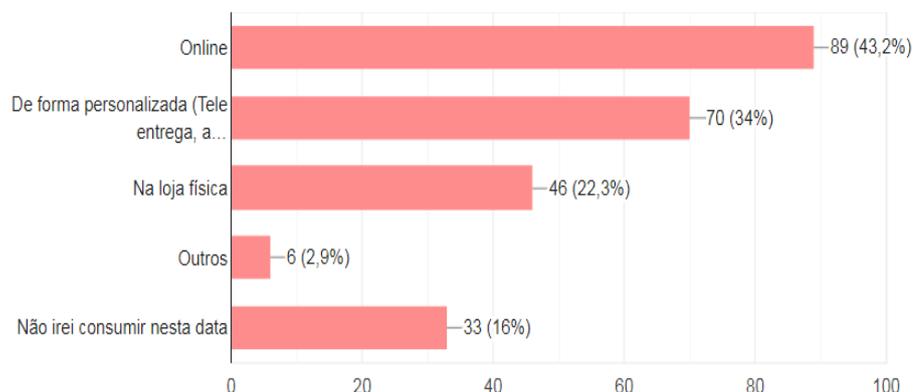
CNEC





O gráfico 10 apresenta a forma preferencial em que os consumidores pretendem realizar a aquisição junto aos estabelecimentos, diante da quarentena do COVID19, 43,2% (89) tem preferência por realizar a compras online, 34% (70) aderindo à nova modalidade de tele entrega seguindo as normas vigilância sanitária. Seguido por 22,3% (46) que desejam realizar a compra online.

Gráfico 10.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.





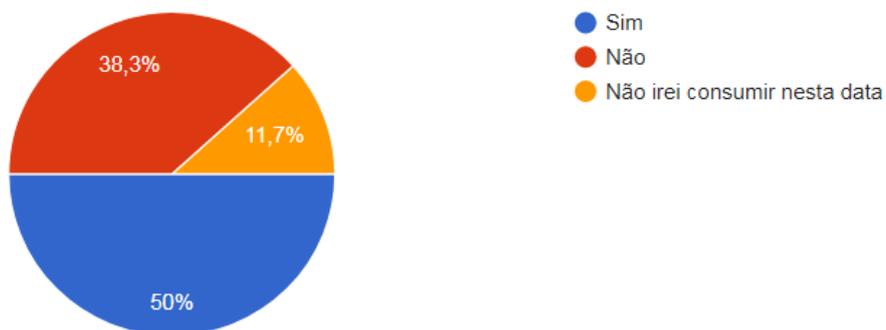
O gráfico 11 justifica o comportamento de compra manifestado, onde 50% dos respondentes afirmam que sua intenção de compra para este dia dos Pais tem influência da situação de quarentena do COVID19 na cidade, que apresenta grande impacto econômico na cena atual, já 38,3% diz que a situação atual não influencia.

Gráfico 11.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.



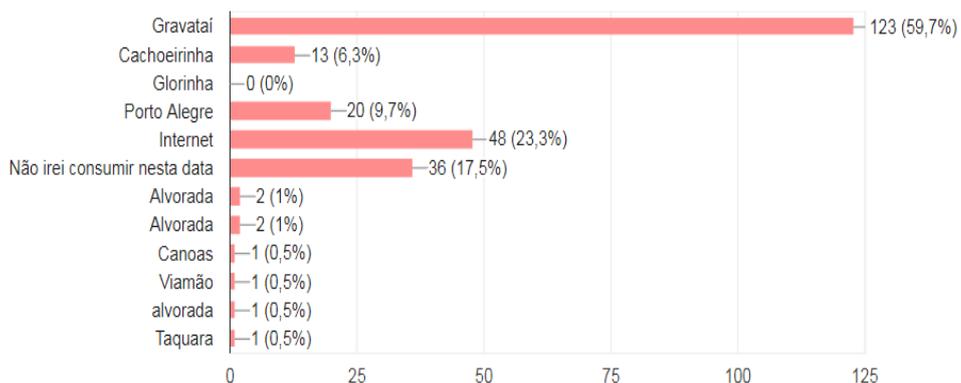
Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.





Por fim, o gráfico 12 apresenta que 59,7% dos respondentes irão realizar suas compras no município de Gravataí e 23,3% irão realizar suas compras pela internet.

Gráfico 12.



Fonte: Inova Junior CNEC Gravataí.

Gravataí, 04 de agosto de 2020.

Missão
Desenvolver conhecimento para a vida.

Visão
Formar vencedores.

Valores
Ética;
Excelência;
Valorização do Ser Humano;
Sustentabilidade;
Otimização de recursos;
Transparência.

CNEC

