

SONDAGENS
[n]OVEM
www.njovem.com.br

Tema: **CARROS**

O QUE SÃO?

As sondagens do **njovem** são realizadas com o objetivo de fornecer aos parceiros de negócio do Núcleo Jovem informações a respeito do comportamento de consumo dos internautas dos sites do Núcleo.

Cada sondagem aborda um determinado tema – setores, produtos ou serviços.

Caso você tenha interesse em um tema, entre em contato pelo email **njovem@abril.com.br**

OBJETIVO

Identificar preferências de uso e hábitos de consumo ligados a automóveis.

PÚBLICO-ALVO

Homens e mulheres de 16 a 24 anos.
(filtro utilizado na sondagem)

METODOLOGIA E AMOSTRA

Quantitativa com internautas dos sites Superinteressante, Mundo Estranho e Guia do Estudante. Aplicação de um questionário com 26 perguntas por meio da ferramenta QuestManager. Foram analisadas 400 respostas.

REALIZAÇÃO

De 17 a 23 de agosto de 2009.

COTAS POR IDADE

Para a melhor análise dos dados, os jovens foram divididos em dois grupos etários: o primeiro de 16 a 17 anos e o segundo de 18 a 24 anos.

25% 16 a 17 anos

75% 18 a 24 anos

SEXO

16 a 17 anos

Feminino **48%**

Masculino **52%**

18 a 24 anos

Feminino **54%**

Masculino **46%**

NÃO POSSUEM CARRO

76%
Não possuem

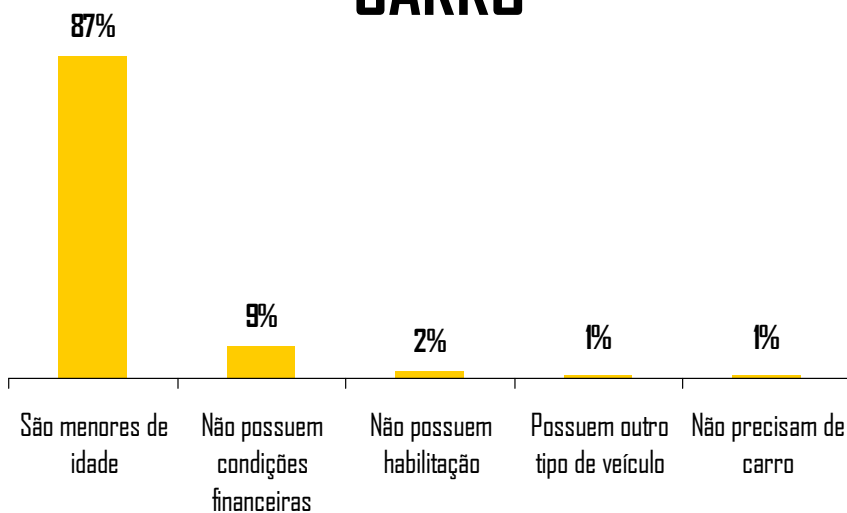
Desses:

92% De 16 a 17 anos

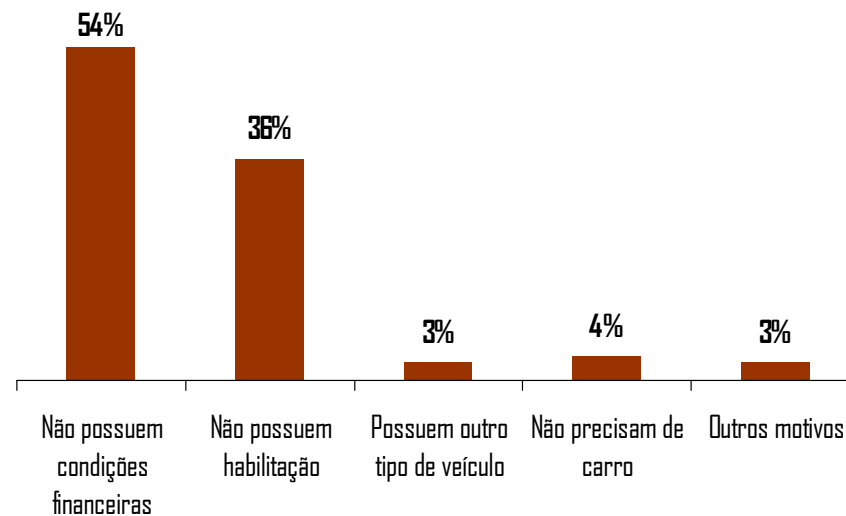
70% De 18 a 24 anos

MOTIVOS PARA NÃO POSSUIREM CARRO

16 a 17 anos:



18 a 24 anos:



POSSUEM CARRO

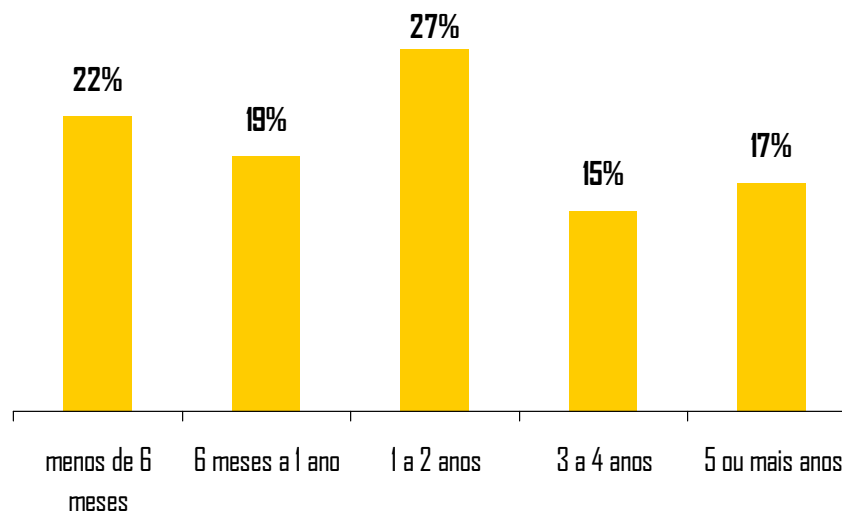
24%
Possuem

Desses:

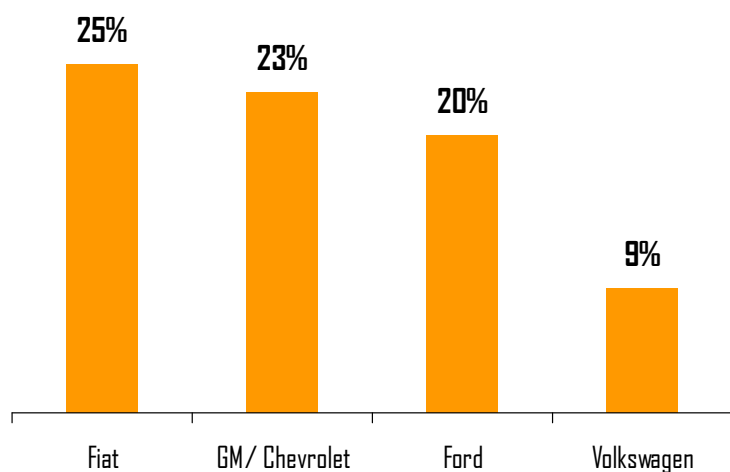
8% De 16 a 17 anos

30% De 18 a 24 anos

HÁ QUANTO TEMPO POSSUEM



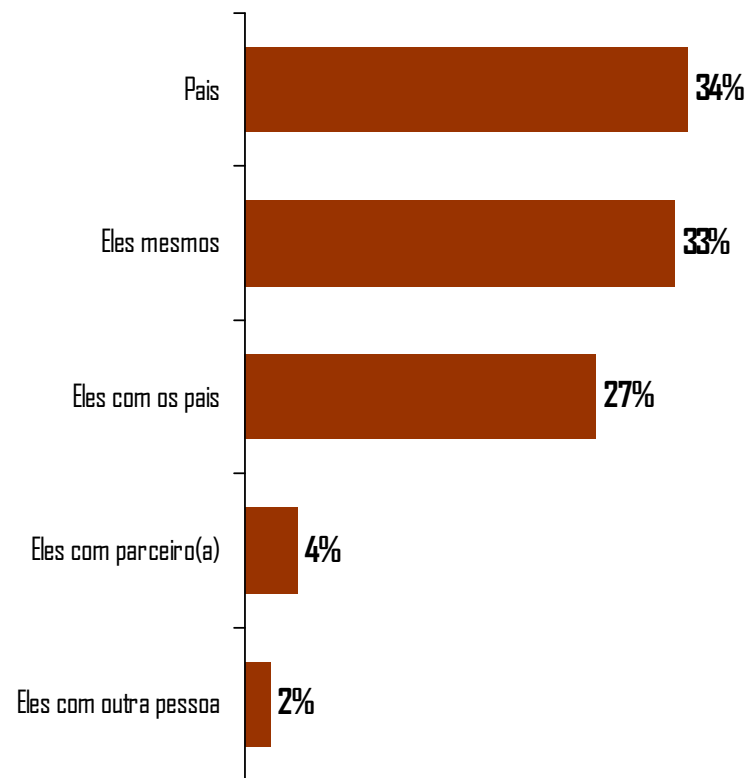
MARCA DO CARRO QUE POSSUEM



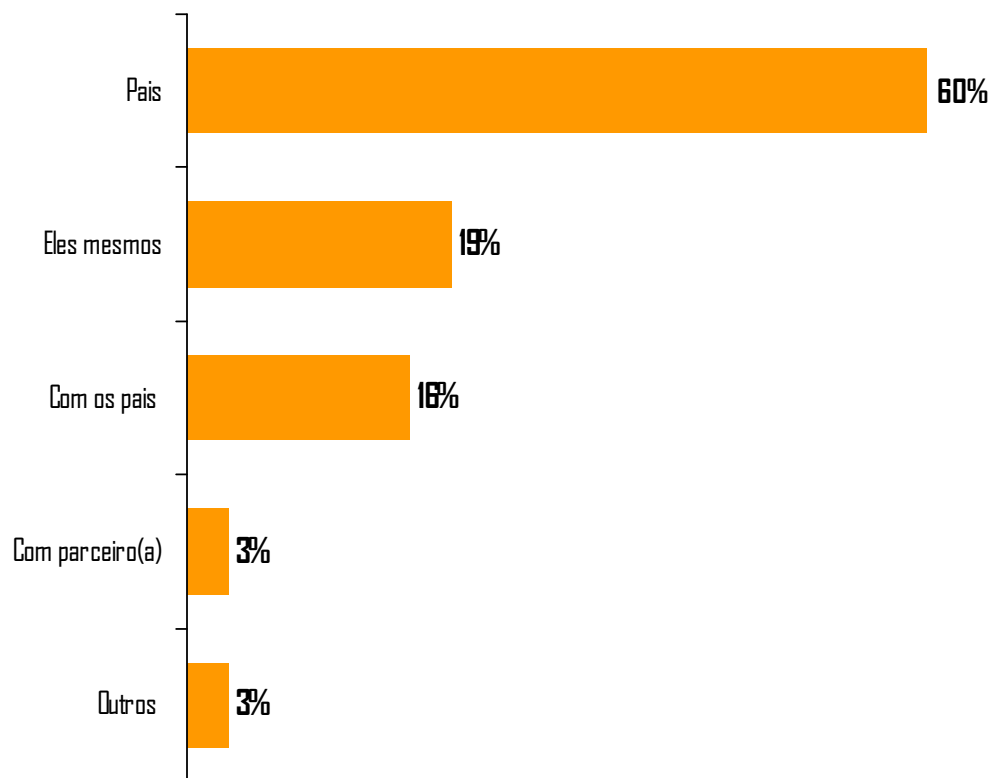
55% não são os primeiros donos do carro

63% dos automóveis não são bi-combustíveis

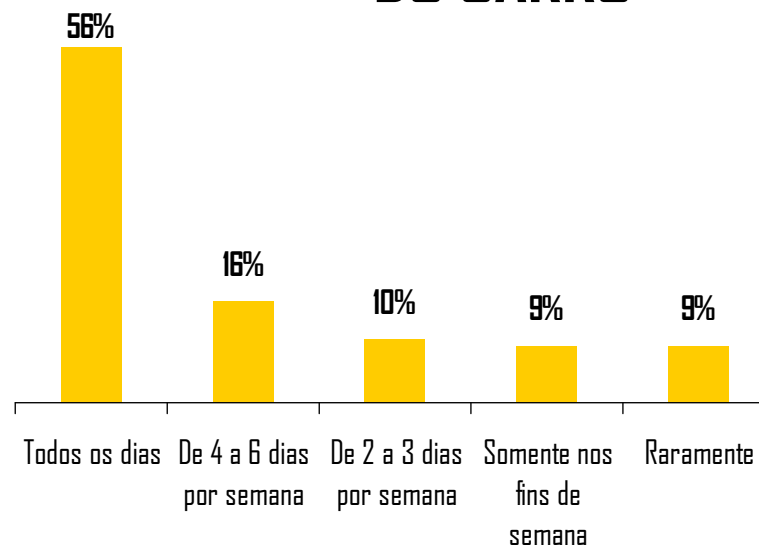
QUEM ESCOLHEU O CARRO



QUEM PAGOU PELO CARRO

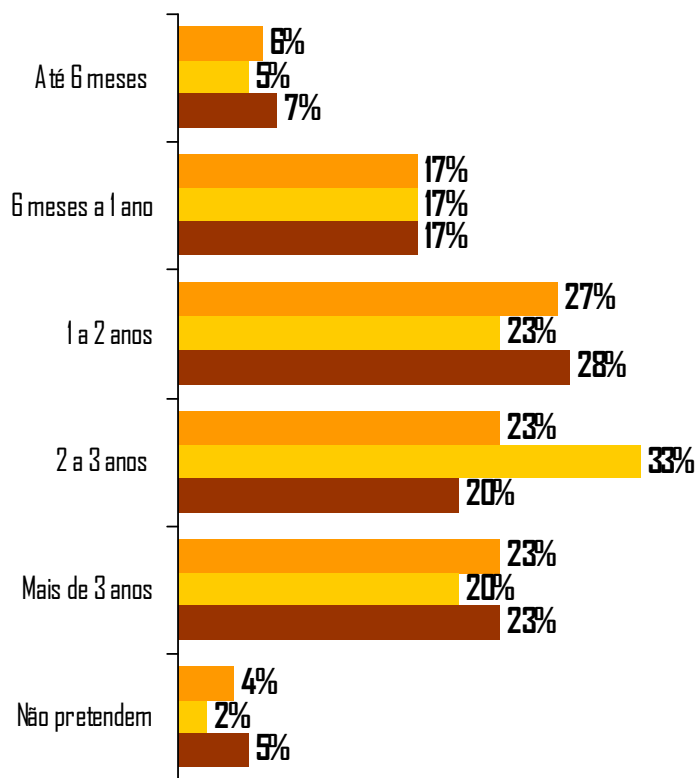


FREQUÊNCIA DE USO DO CARRO

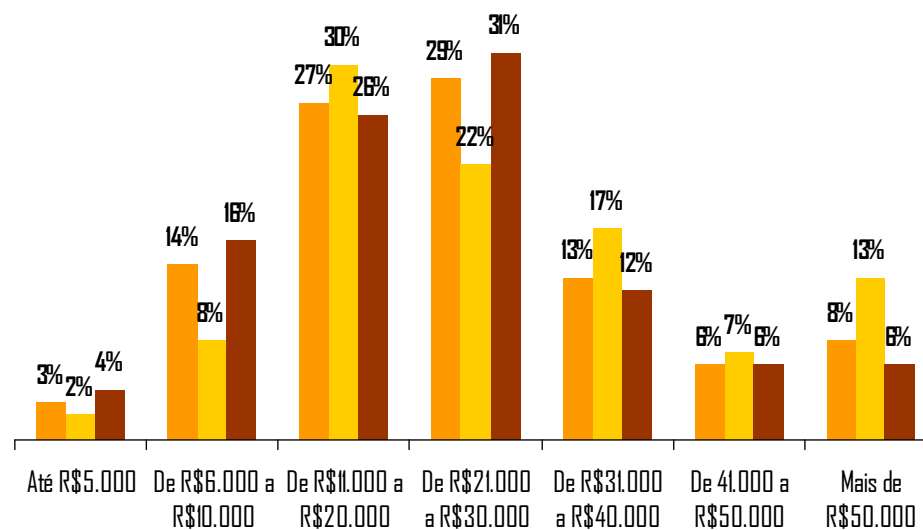


59% não utilizam outro meio de transporte com frequência.

EM QUANTO TEMPO PRETENDEM TROCAR/COMPRAR UM CARRO



QUANTO PRETENDEM GASTAR



■ Total
 ■ 16 a 17 anos
 ■ 18 a 24 anos

JÁ SABEM QUE CARRO COMPRARIAM/TROCARIAM

(Amostra total)

35%

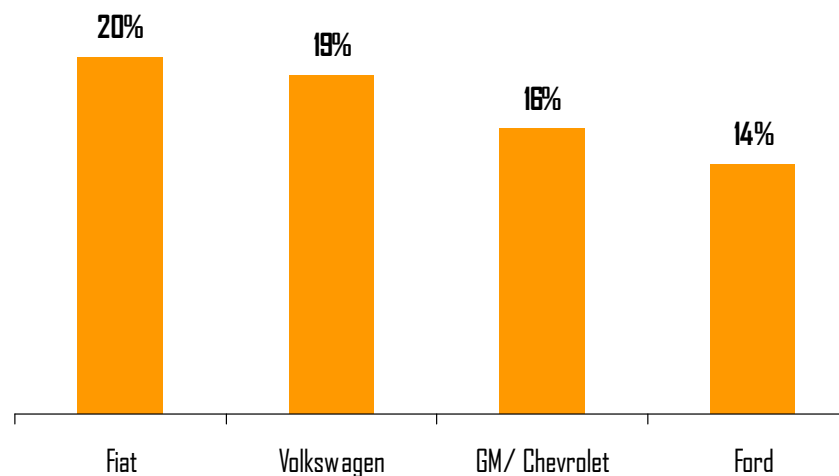
De 16 a 17 anos

39%

De 18 a 24 anos

QUAL MARCA COMPRARIAM/ POR QUAL TROCARIAM

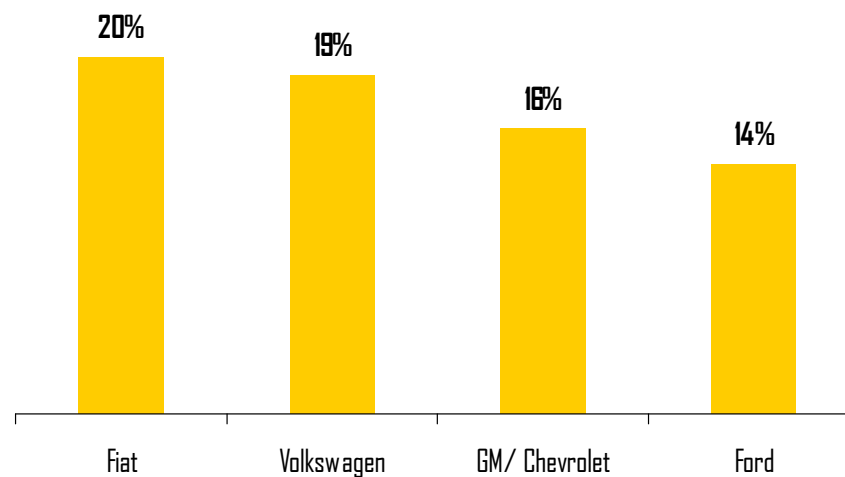
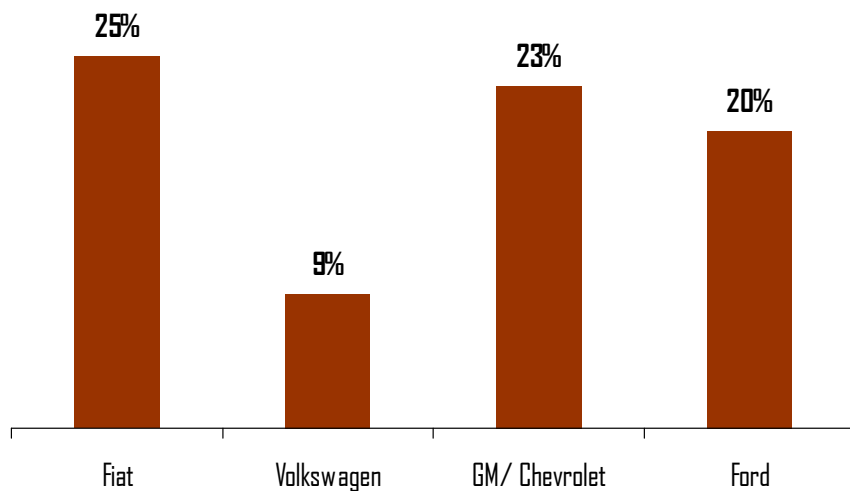
(Amostra total)



MARCA QUE POSSUEM

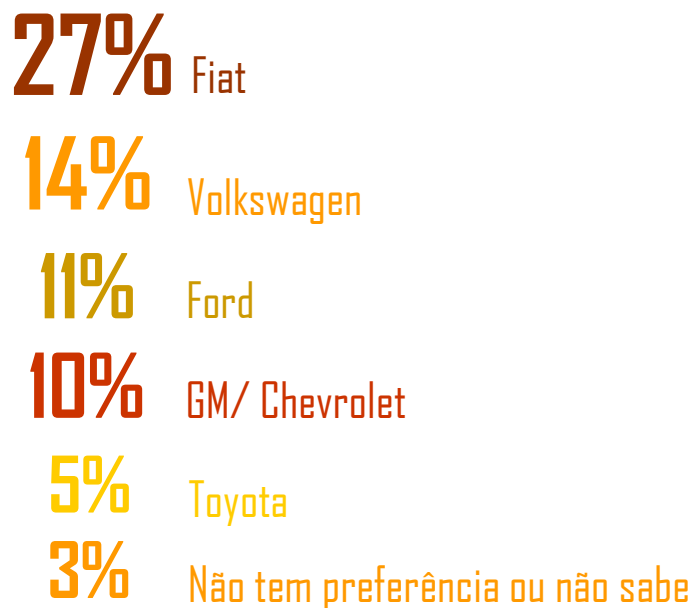


**MARCA QUE COMPRARIAM/
TROCARIAM**

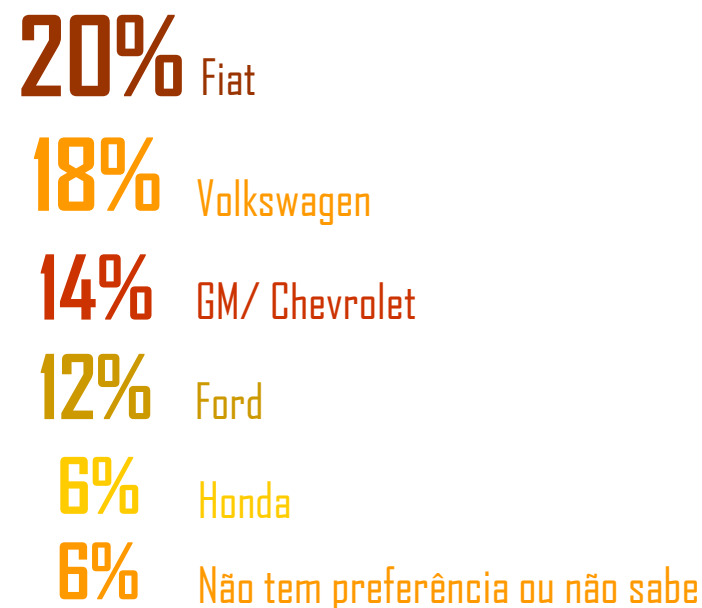


FABRICANTE PREFERIDO

16 a 17 anos

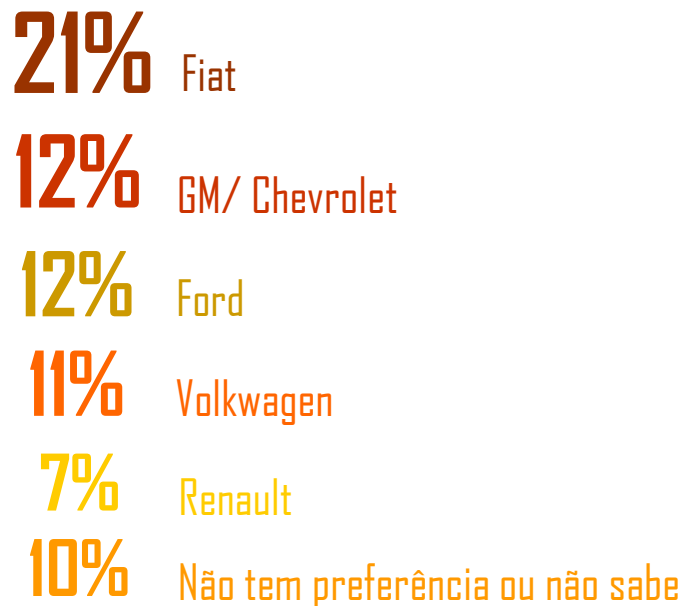


18 a 24 anos

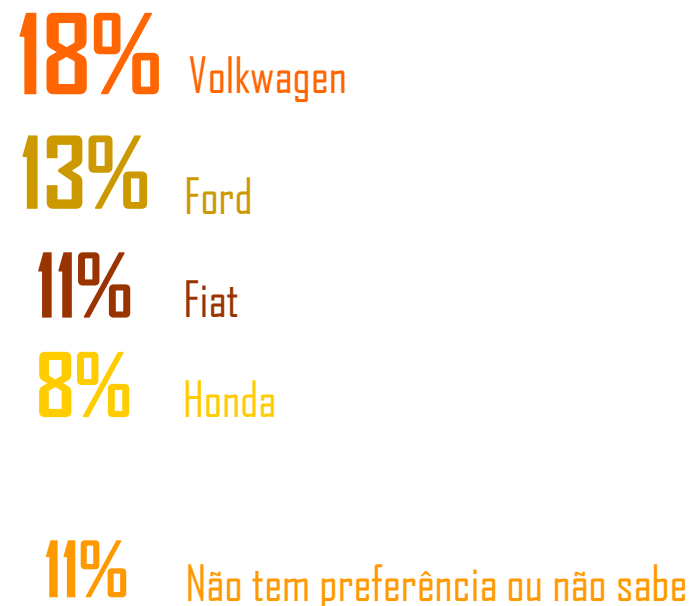


FABRICANTE MAIS ASSOCIADO A SEGURANÇA

16 a 17 anos



18 a 24 anos



FABRICANTE MAIS ASSOCIADO A MELHOR PREÇO

16 a 17 anos

45% Fiat

14% Volkswagen

11% GM/ Chevrolet

9% Ford

8% Não tem preferência ou não sabe

18 a 24 anos

44% Fiat

16% Volkswagen

11% GM/ Chevrolet

10% Ford

11% Não tem preferência ou não sabe

FABRICANTE MAIS ASSOCIADO A BELEZA

16 a 17 anos

12% Honda
7% Mercedes
7% Ferrari

7% Não tem preferência ou não sabe

18 a 24 anos

9% Honda
8% Citroën
8% Fiat
8% GM/ Chevrolet

11% Não tem preferência ou não sabe

FABRICANTE MAIS ASSOCIADO A TECNOLOGIA

16 a 17 anos

13% Citroën

8% Mercedes

7% Ferrari

7% Não tem preferência ou não sabe

18 a 24 anos

12% Honda

9% Citroën

7% Fiat

7% Kia

7% Volkswagen

11% Não tem preferência ou não sabe

FABRICANTE MAIS ASSOCIADO A AVENTURA

16 a 17 anos

20% Ford

18% Fiat

10% Mitsubishi

10% Volkswagen

6% Não tem preferência ou não sabe

18 a 24 anos

19% Fiat

17% Ford

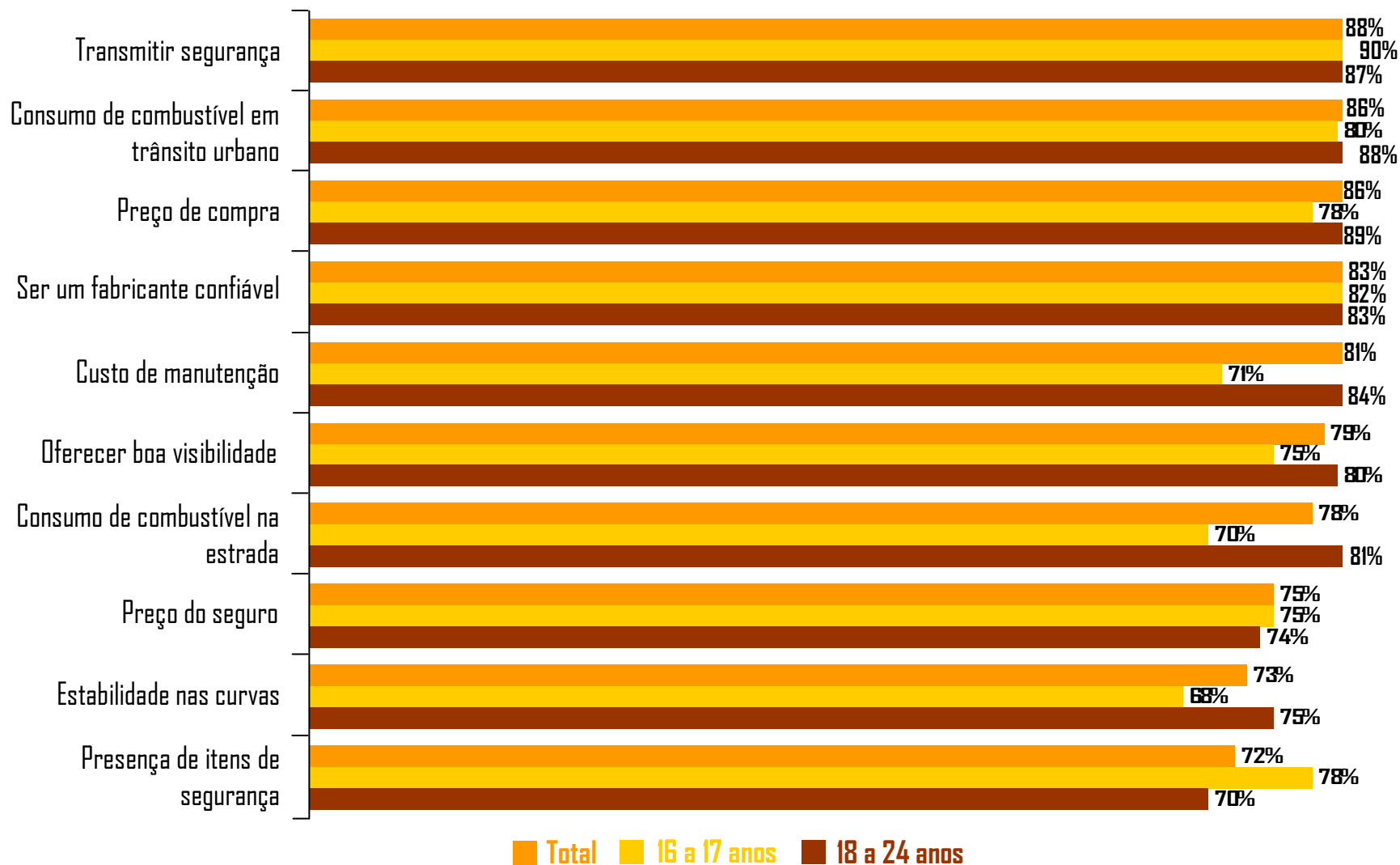
9% Volkswagen

6% Mitsubishi

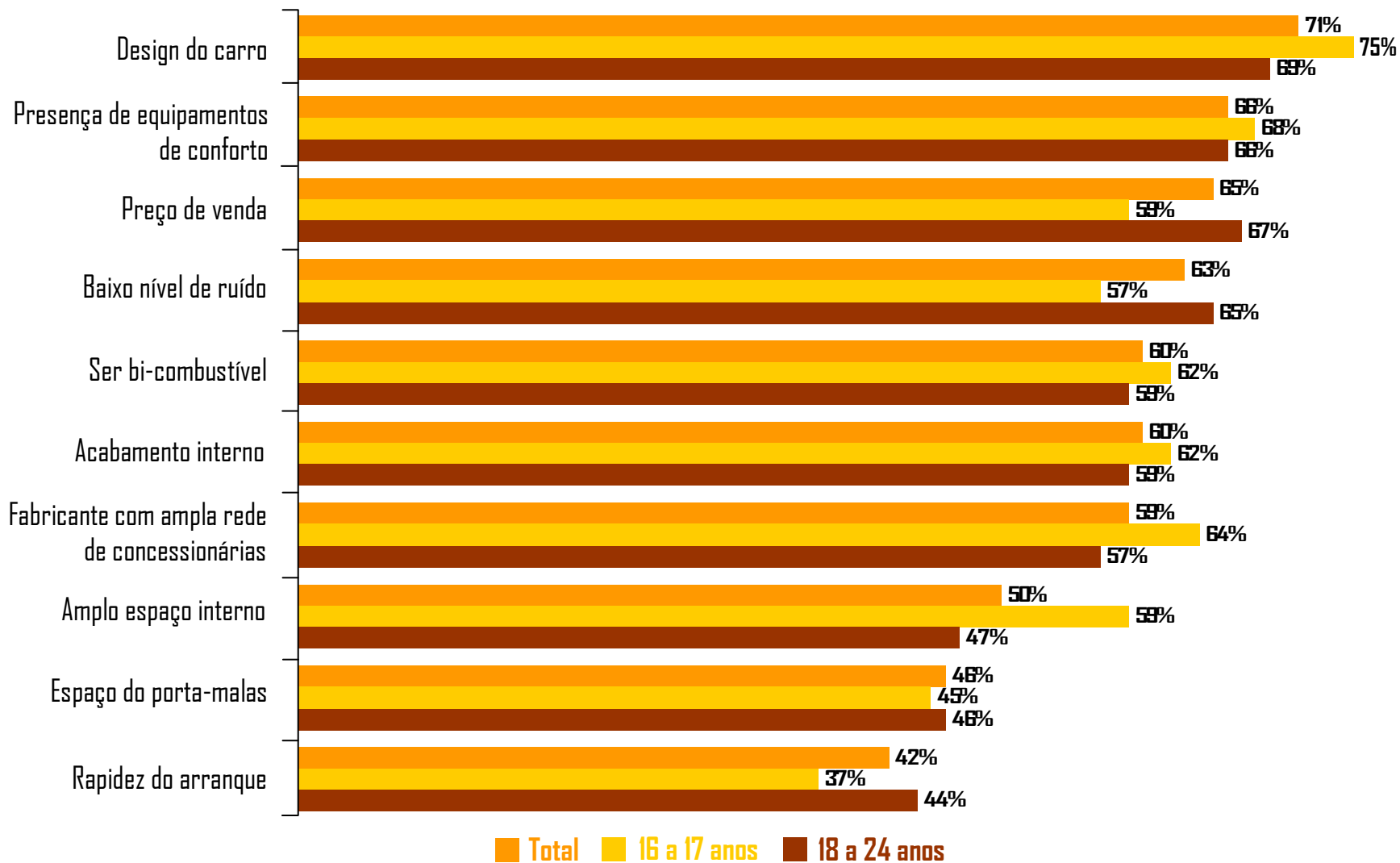
6% Toyota

11% Não tem preferência ou não sabe

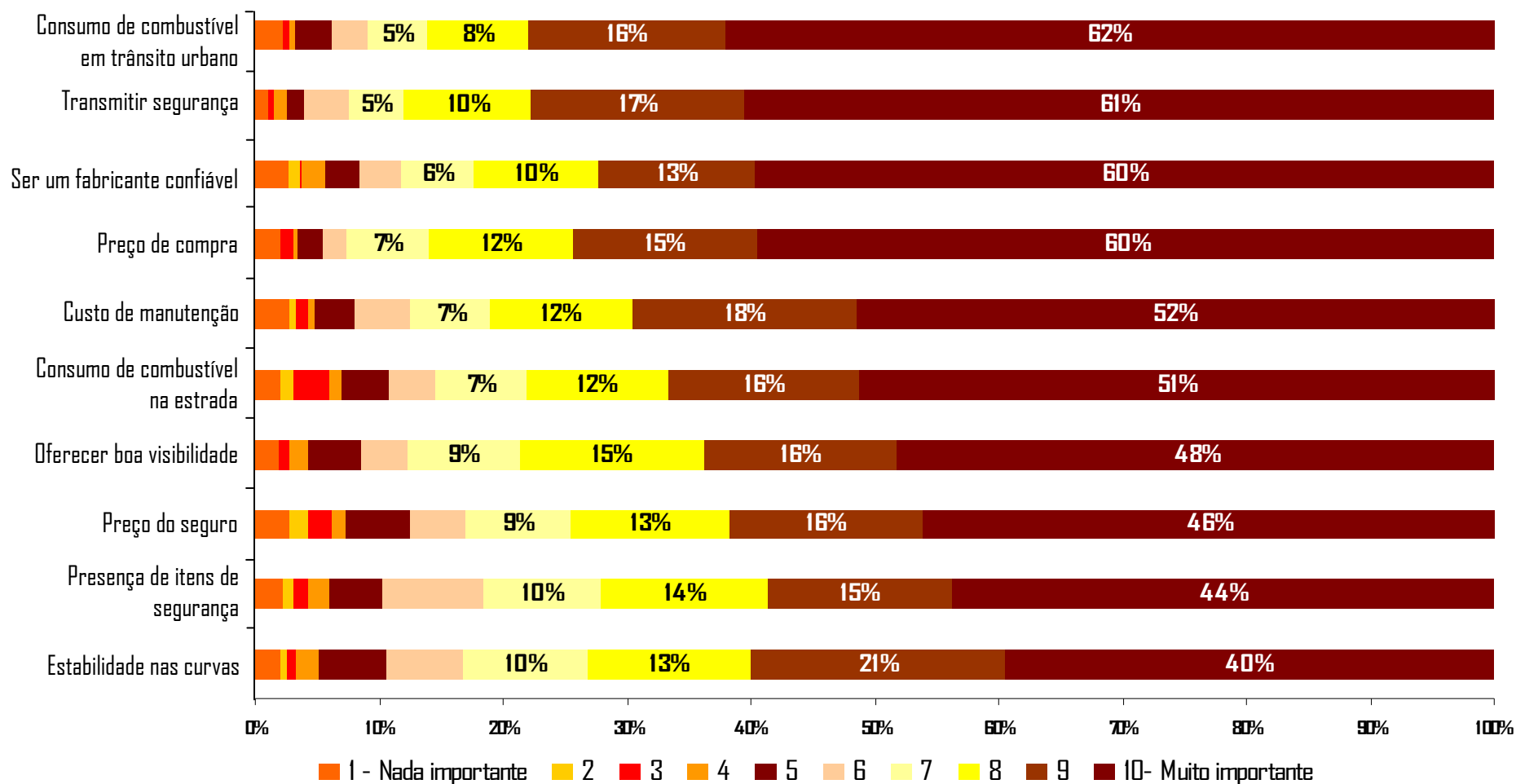
FATORES DE ESCOLHA DO CARRO



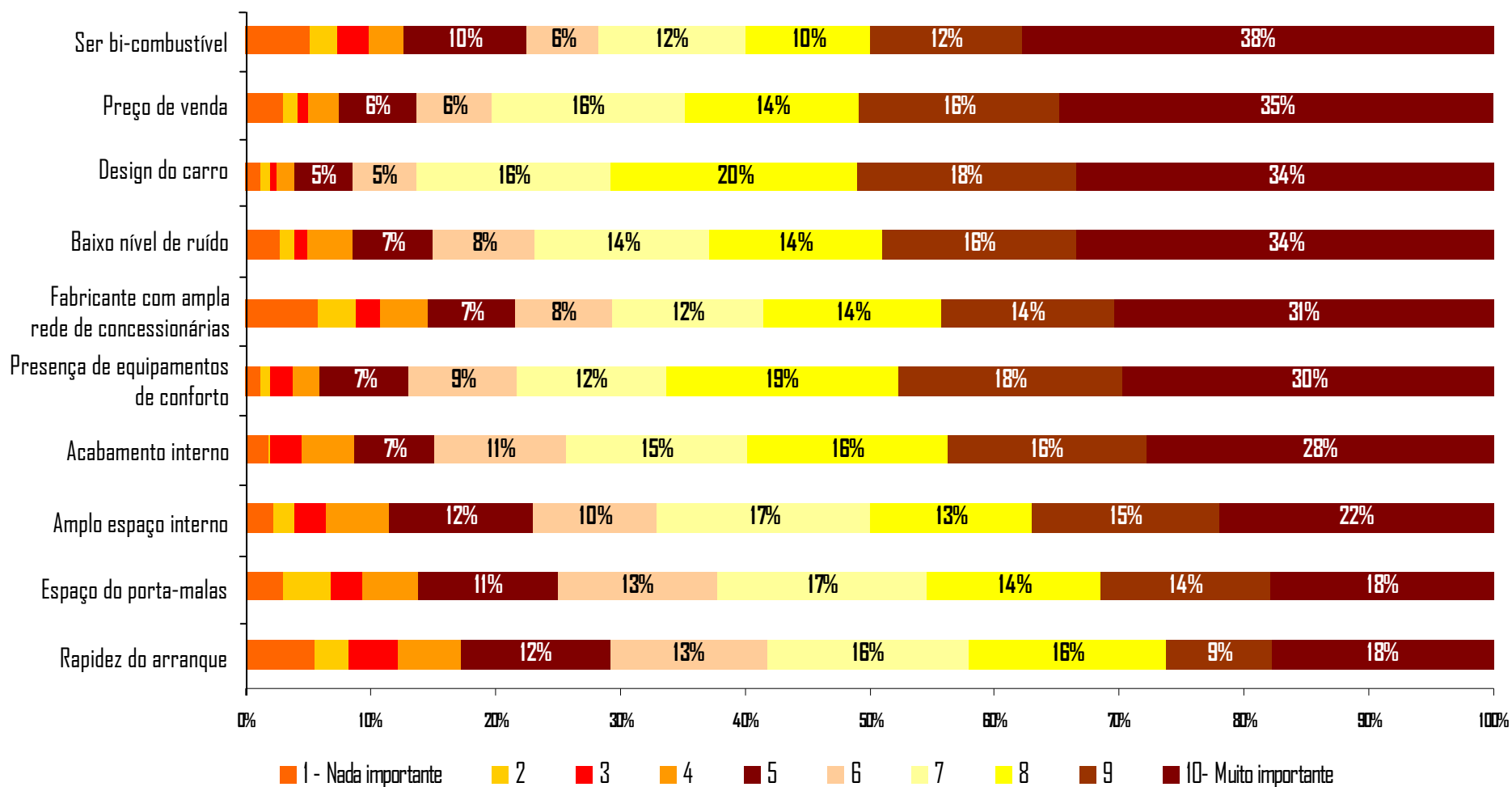
FATORES DE ESCOLHA DO CARRO



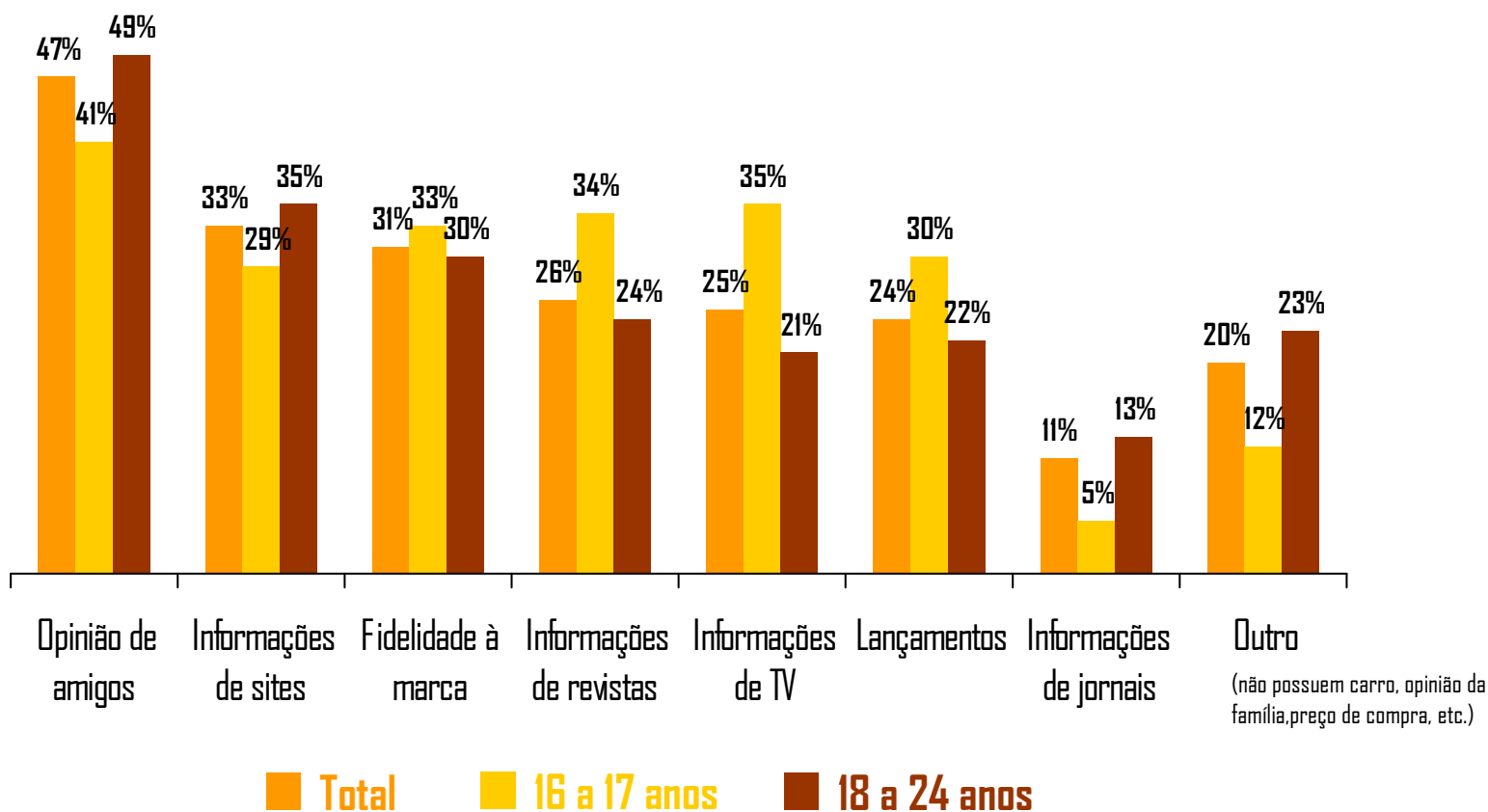
FATORES PRINCIPAIS DE ESCOLHA



FATORES SECUNDÁRIOS DE ESCOLHA



PRINCIPAIS FATORES DE DECISÃO



A INFLUÊNCIA DA REVISTA NA DECISÃO DE COMPRA

(Concordam ou Concordam totalmente)

	Total	16 a 17 anos	18 a 24 anos
Já compraram ou foram pesquisar automóveis e montadoras por propagandas que viram em revistas	46%	49%	45%
As propagandas em revista ajudam a escolher a marca do automóvel	45%	45%	45%
Costumam decidir as compras de automóveis por dicas e informações que lêem nas revistas	43%	46%	42%
As propagandas em revista influenciam suas compras de automóveis	42%	47%	41%

RESUMO

- Apesar de possuírem o veículo a pouco tempo, 55% não são o primeiro dono. O que indica a compra de carros usados, porém com pouco tempo de uso.
- A posse de carros Flex pode aumentar, apesar de somente 37% dos veículos aceitarem álcool e gasolina, 60% dos jovens consideraram um fator importante na escolha de um veículo.
- Em 61% dos casos, os pais exerceram influência direta ou indireta na escolha do carro. Em 76% dos casos, os pais tiveram participação total ou parcial no pagamento do veículo, e somente 33% escolherem o modelo do seu carro.
- 82% utilizam o veículo no mínimo 4 vezes por semana e 59% não utilizam outros meios de transporte com frequência.
- Apesar de 76% não possuírem carro, 96% (do total) têm a intenção de comprar ou trocar de carro, 67% nos próximos 3 anos.

RESUMO

- FIAT, GM/CHEVROLET, FORD e VOLKSWAGEN são as montadoras mais presentes tanto na posse quanto na intenção de compra. Também são as montadoras mais lembradas.
- Nos aspectos BELEZA e TECNOLOGIA as principais montadoras perdem sua força, destacam-se HONDA e CITROEN.
- FIAT é lembrada entre os jovens de 18 a 24 anos em todos os aspectos.
- Confiança e custo são os principais fatores considerados na escolha de um veículo. Espaço e acabamento interno são os aspectos que menos tem importância na hora da compra.
- Na hora da compra procuram todos os tipos de informações possíveis, porém a opinião de amigos e familiares aparece como o meio mais procurado na busca de informações.
- A grande maioria dos jovens tem opinião formada quanto à imagem das montadoras. Em todos os aspectos ligados a marca, é baixa a porcentagem daqueles que não tem preferência ou não sabem. Porém não há uma marca que se destaque totalmente em algum aspecto, as opiniões são divididas.

**Em caso de dúvidas ou sugestões, entre em contato pelo email
njovem@abril.com.br**

