



FAFIRE

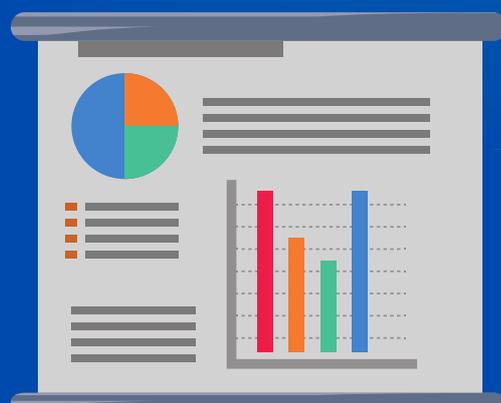
INTELIGÊNCIA DE MERCADO

*Sua fonte de pesquisas de mercado
e de opinião pública dentro da Região
Metropolitana do Recife (RMR)*



Pesquisa:

**Como está a vida dos
moradores da Região
Metropolitana do
Recife após 100 Dias
de Governo Lula?**



Faculdade Frassinetti do Recife - FAFIRE
Av. Conde da Boa Vista, nº 921 - Boa Vista - Recife/PE
CEP: 50060-002 | Telefone: (81) 2122-3562



Quem somos?

A FAFIRE Inteligência de Mercado é um Grupo de Estudos da Faculdade Frassinetti do Recife – FAFIRE, que possui, como principal objetivo, desenvolver pesquisas de mercado e de opinião pública dentro da Região Metropolitana do Recife (RMR). O grupo é formado por professores da Faculdade com expertise em diversos campos da gestão empresarial, comportamental, social e de inovação.

Partimos do princípio que conhecer o mercado e, principalmente, as expectativas e os sentimentos de uma determinada população local pode gerar informações estratégicas para os processos de escolhas dentro das esferas públicas e privadas.



Como trabalhamos?

Durante a coleta de dados, realizamos a pesquisa de campo feita diretamente com aplicação de questionários junto aos transeuntes residentes da RMR. Esta coleta, assim como sua tabulação, é realizada através de ferramentas de análise de dados, onde é desenvolvida por consultores da Projetos Jr Consultoria, Empresa Júnior formada por estudantes dos diversos cursos de graduação da FAFIRE. Na distribuição da amostra são considerados: faixa de renda familiar, nível de escolaridade, gênero e faixa etária.

A FAFIRE Inteligência de Mercado apresenta suas principais linhas de pesquisa:

- Comportamento do Consumidor
- Ciências Comportamentais
- Educação Financeira
- Tendências de Mercado





Equipe:

COORDENADOR DA FAFIRE INTELIGÊNCIA DE MERCADO:



TARCÍSIO REGIS DE SOUZA BASTOS

Graduado em Ciências Econômicas, Mestre em Administração e Desenvolvimento Rural e Doutor em Administração.

EQUIPE DE CONSULTORES DA FAFIRE INTELIGÊNCIA DE MERCADO:



ANA CRISTINA EMERENCIANO ALCOFORADO FONSECA

Psicóloga (CRP: 02-11.749), Mestre em Psicologia e formação em Psicanálise.



MOISÉS BENIGNO DA SILVA

Bacharel em Sistemas de Informações e em Gestão Financeira (CRA-PE: 07/00017), Mestre em Ciências da Computação, Especialista em Gestão da Tecnologia da Informação e Comunicação.



URANILSON CARVALHO

Economista, Mestre em Economia, Certificado em Behavioral Finance – University of Chicago (US) e em Business Analytics – University Cambridge (UK).



FELIPE FERREIRA LIMA

Graduado em Direito e Mestre em Direito (Universidade de Lisboa).



MARIA DA GRAÇAS SOARES DA COSTA

Licenciada em Letras, Especialista em Gestão de Instituições Educacionais (UCB), Mestre em Administração (CRA-PE: 43-00002, CRC-PB:008659/05) e Doutora em Educação.



FRANKLIN MAGLIANO DA CUNHA

Graduado em Ciências Biológicas, Mestre em Entomologia Agrícola e Doutor em Entomologia Agrícola.



Equipe Operacional:

PEDRO HENRIQUE MONTENEGRO ACIOLI KOURY

Graduando em Gestão Financeira

VITÓRIA MARIA DA CONCEIÇÃO

Graduanda em Psicologia

LARISSA GIOVANNA DOS SANTOS LIMA

Graduanda em Nutrição

LUCAS VINÍCIUS SANTOS COSTA

Graduando em Direito

BENJAMIM SILVA DE ARAÚJO

Graduando em Gestão Financeira

VANESSA HELENA BORBA DE CARVALHO

Graduanda em Administração

PEDRO HENRIQUE SOUZA DA SILVA

Graduando em Gestão Financeira



PROJETOS JR.
CONSULTORIA

EMPRESA JÚNIOR DA FACULDADE FAFIRE



Metodologia:

A FAFIRE inteligência de Mercado realizou a pesquisa relativa à percepção dos moradores da **Região Metropolitana de Recife (RMR)** durante o período compreendido **entre 28/03/2023 e 31/03/2023**, onde foram ouvidos **542 entrevistados** em diversos espaços do Recife.

A pergunta principal versava sobre a qualidade de vida dos entrevistados, em frente aos 100 primeiros dias do Governo Lula, com a finalidade de avaliar se o novo Governo impactou na qualidade de vida da população da Região Metropolitana de Recife (RMR).

Foi perguntado:

Após os 100 dias do Governo de Lula, como está a sua vida?

Também foi perguntado sobre variáveis socioeconômicas, tais como: Gênero, Faixa etária, Escolaridade e Faixa de Renda.

Os entrevistados possuíam as possibilidades de resposta:

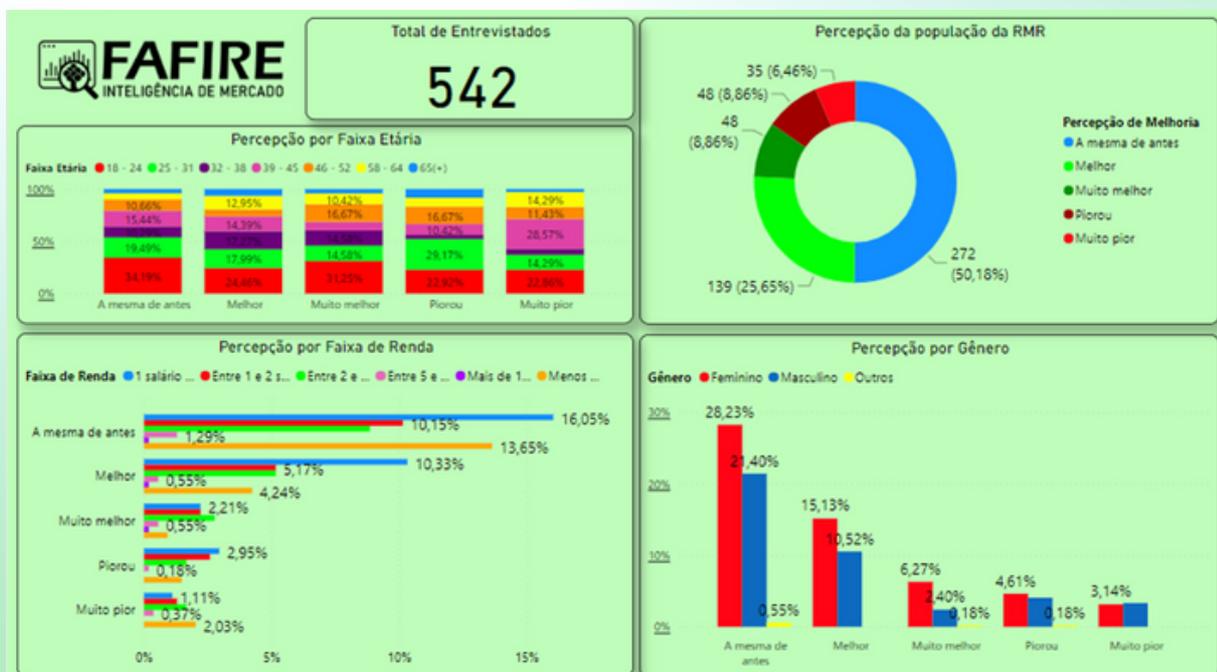
- () Muito melhor
- () Melhor
- () A mesma de antes
- () Piorou
- () Muito Pior



Resultados:

Em relação a principal pergunta da pesquisa, a imagem 1 mostra o resultado sobre a percepção do grupo avaliado em relação a sua qualidade de vida nos cem primeiros dias do governo Lula.

Imagem 01 – Dashboard de resultados da pesquisa de inteligência de mercado



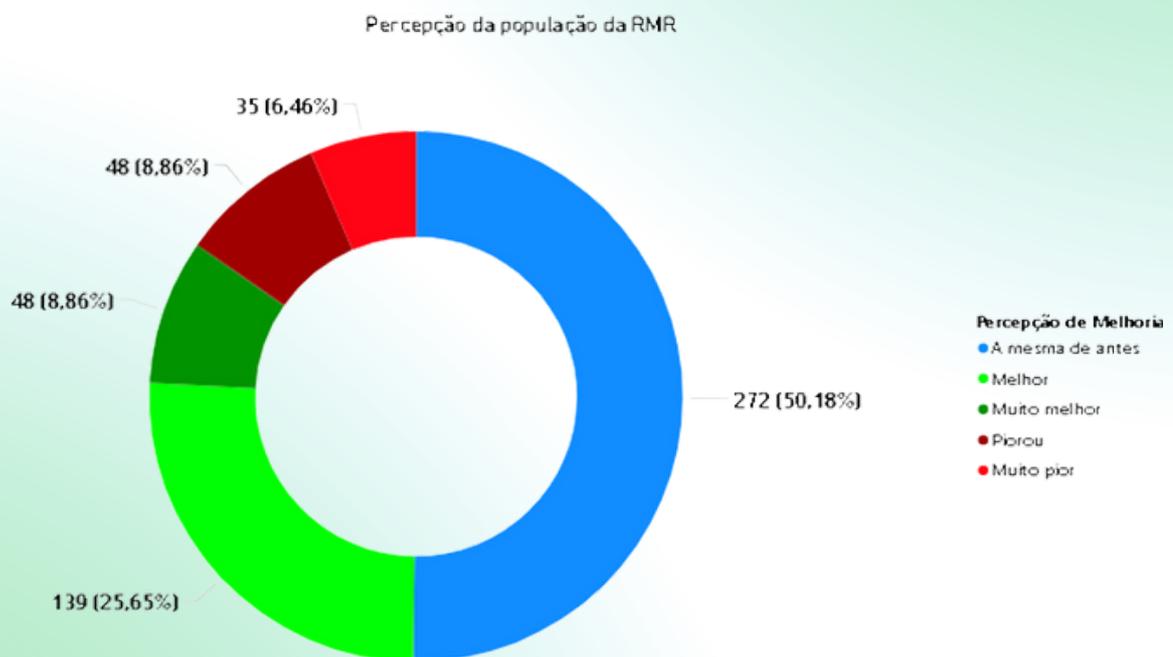
Fonte: Elaboração Própria baseada em dados primários (2023)

A Imagem 1, acima, demonstra a compilação dos resultados obtidos pela pesquisa de mercado da FAFIRE. Pode-se observar que foram feitas relações que contemplam as questões socioeconômicas e a percepção sobre os cem dias de governo. A ferramenta de Business Intelligence (BI), foi utilizada como forma de organizar e manusear os dados colhidos na pesquisa primária, a ferramenta permitiu a geração de uma dashboard interativa, onde os resultados podem ser demonstrados por perfil analisado.

Em relação ao resultado total da pesquisa, observou-se que 187 pessoas (**34,51%**), afirmaram que a sua vida **“melhorou”** ou **“melhorou muito”**. Cerca de **50,18%** dos entrevistados acreditam que a sua qualidade de vida permaneceu **“a mesma”** e aproximadamente **15,31%** responderam que a sua vida **“piorou”** ou **“piorou muito”**.

A imagem 2, abaixo, retrata o panorama geral das respostas sobre a percepção dos entrevistados em relação a sua qualidade de vida nos 100 primeiros dias de Governo Lula.

Imagem 02 – Percepção da qualidade de vida nos cem primeiros dias de Governo Lula na Região Metropolitana de Recife.



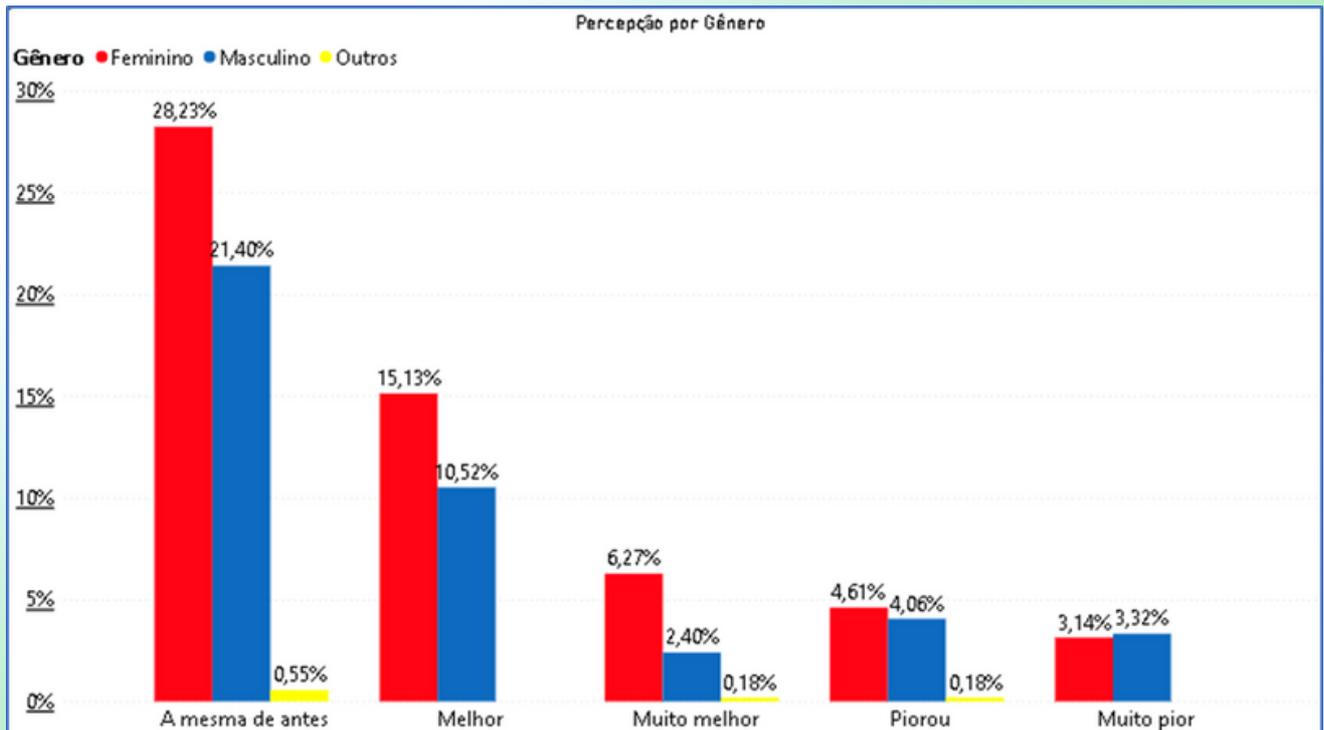
Fonte: Elaboração Própria baseada em dados primários (2023)

Em relação a distribuição por gênero, observou-se que a **maioria das respondentes foi do gênero feminino** (311), representando cerca de **57%** dos entrevistados. Observou-se, também, uma maior representatividade em todos os estratos de satisfação do gênero feminino, **menos no estrato que retrata o índice “muito pior”**.

A imagem 3, na próxima página, retrata as classificações de percepção por gênero, onde é possível identificar um maior padrão de satisfação do público feminino, nas faixas que alegaram perceber que a sua vida **“melhorou muito”, “melhorou”, “mesma coisa” e “piorou”**.

Em relação a faixa de pessoas que acreditam que a sua vida permaneceu **“a mesma coisa”**, faixa de maior observação geral na pesquisa, observou-se uma **maior representatividade do gênero feminino**.

Imagem 03 – Distribuição das informações por gênero



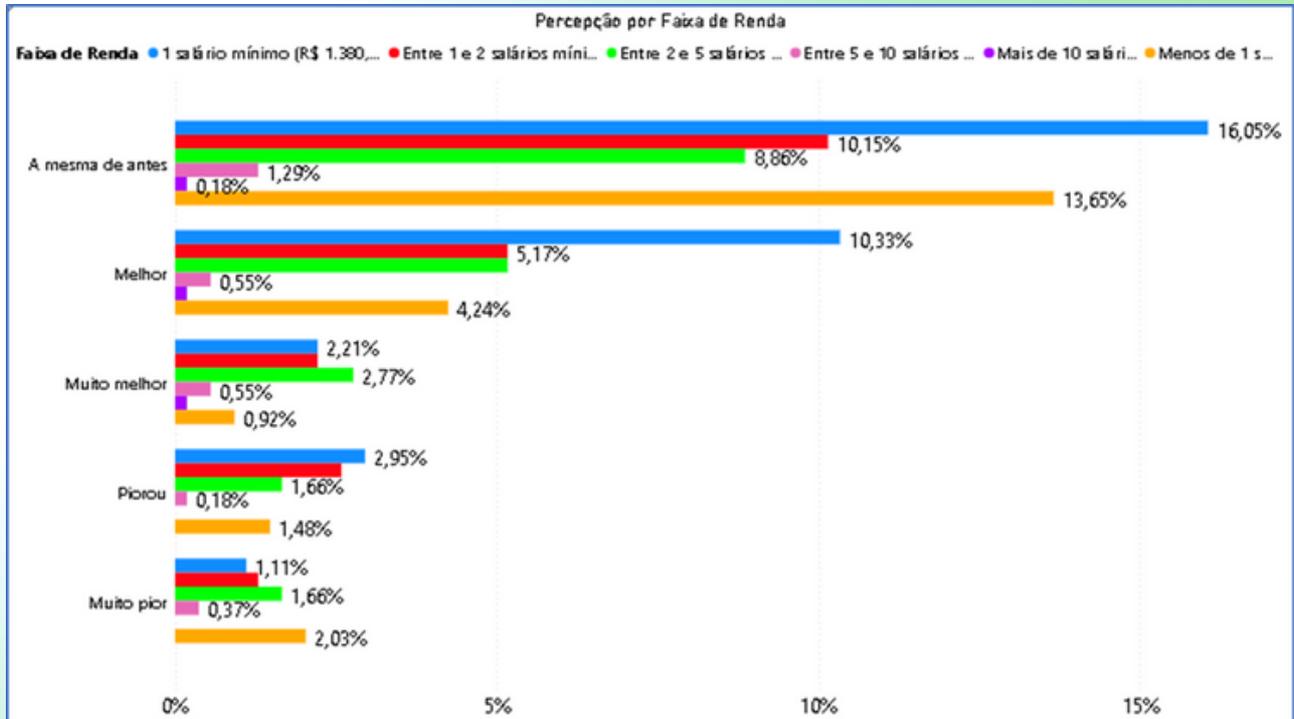
Fonte: Elaboração Própria baseada em dados primários (2023)

Quando se observou as faixas de renda estabelecidas, a faixa de renda de **até um salário mínimo**, aproximadamente **13,65%** dos respondentes acreditam que a sua vida permaneceu **“a mesma”**, neste estrato observou-se uma maior relevância das faixas de 1 salário mínimo e a faixa compreendida entre 1 e 2 salários mínimos.

Em relação ao estrato das pessoas que acreditam que a sua vida está **“melhor”**, as pessoas que recebem 1 salário mínimo obtiveram o **maior percentual (10,33%)**, seguido dos grupos de 1 e 2 salários mínimos (**5,17%**) e entre 2 e 5 salários mínimos (**5,17%**).

Em relação as faixas que acreditam que a sua vida **“piorou”** ou **“piorou muito”**, obteve-se resultados muito próximos, sendo a diferença entre todas as faixas de renda foi inferior a **3%**, mostrando uma **menor representatividade**.

Imagem 04 – Distribuição por faixas de renda



Fonte: Elaboração Própria baseada em dados primários (2023)

A imagem 05, na próxima página, nos traz a distribuição de respostas por idade, dado que nos aponta a composição da nossa amostra, bem como, a forma de percepção por faixa etária. O **público mais jovem**, de 18 até 24 anos, possui predominância nos estratos que creem que a vida continua **“a mesma de antes” (34,19%)** e que **“melhorou muito” (31,25%)**.

Já para a faixa de idade compreendida entre **25 e 31 anos**, acredita que a sua vida **“piorou”**, o resultado corresponde a **29,17%** do estrato. Em relação a faixa de idade entre **39 e 45 anos**, observou-se um padrão mais crítico de respostas, verificando-se que a vida ficou **“muito pior”** para **28,57%** dos respondentes daquele estrato.

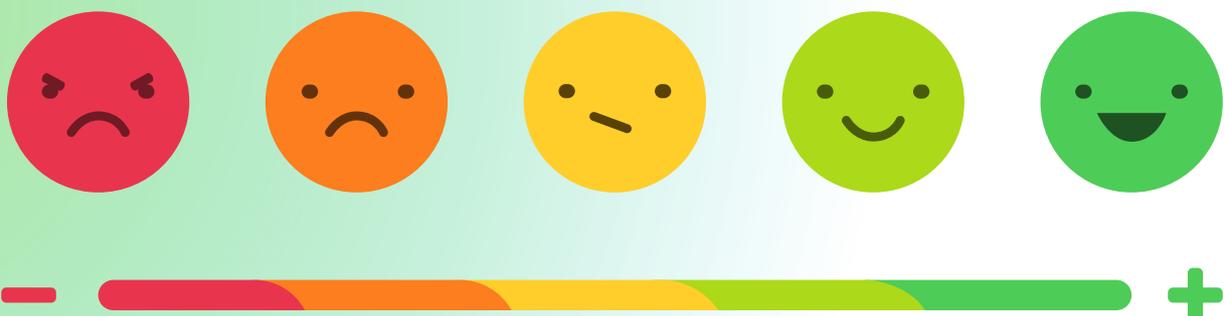
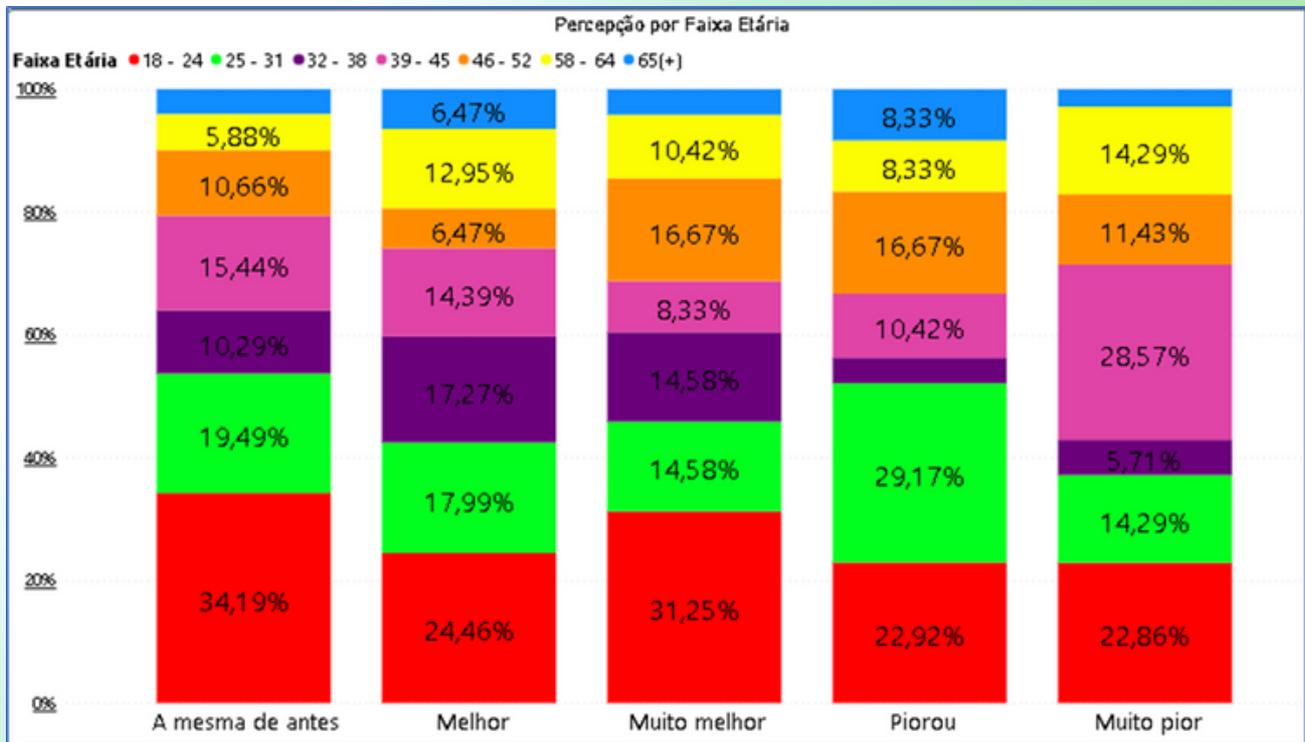


Imagem 05 – Distribuição por idade



Fonte: Elaboração Própria baseada em dados primários (2023)



Conclusões:

Ao fim da pesquisa da **FAFIRE Inteligência de Mercado**, podemos constatar:

- ✓ A vida permaneceu inalterada para aproximadamente **50%** das pessoas entrevistadas.
- ✓ Mas **34,51%** dos entrevistados afirmaram que a vida para elas "**melhorou**" ou "**melhorou muito**" nos 100 primeiros dias de governo Lula.
- ✓ A percepção das pessoas que acreditam que a vida "**melhorou**", possui **boa representatividade da faixa que recebe um salário mínimo**.
- ✓ O único estrato que os **homens são maioria** é o estrato que a percepção sobre a vida ter "**piorado muito**".



*Sua fonte de pesquisas de mercado
e de opinião pública dentro da Região
Metropolitana do Recife (RMR)*

Faculdade Frassinetti do Recife - FAFIRE
Av. Conde da Boa Vista, nº 921 - Boa Vista - Recife/PE
CEP: 50060-002 | Telefone: (81) 2122-3562

