

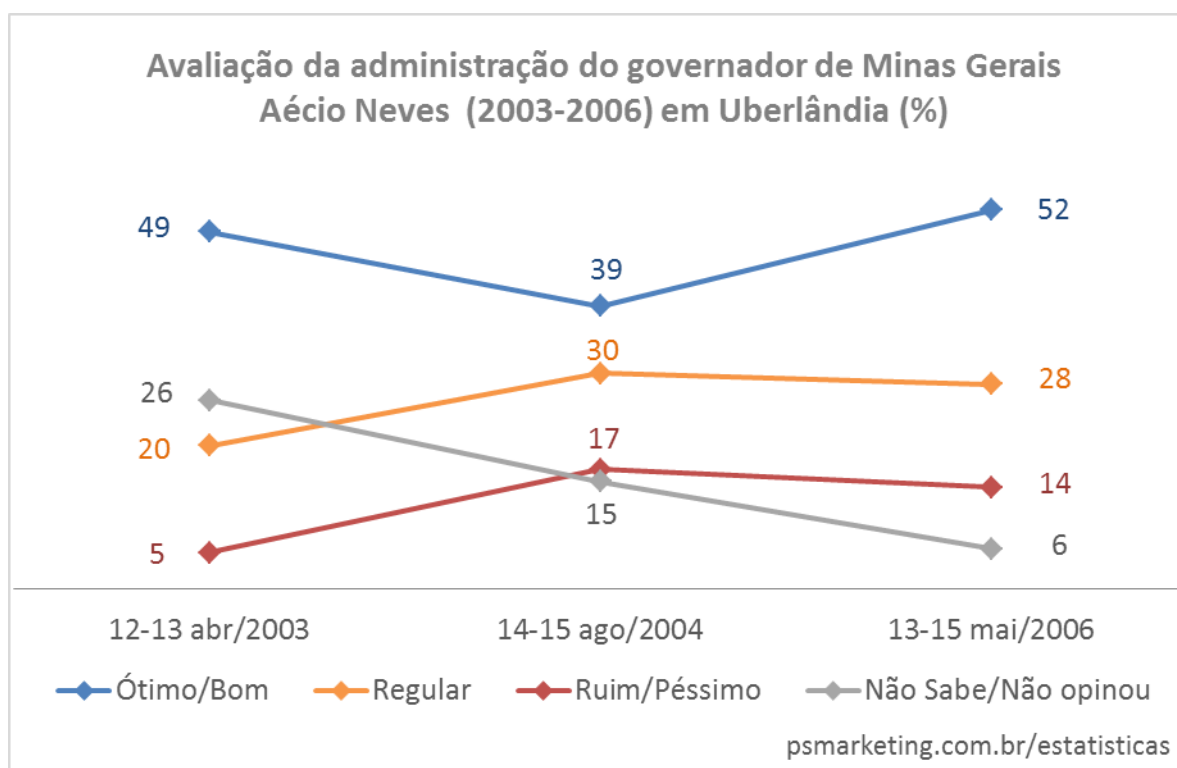
## Avaliação da administração do governador de Minas Gerais Aécio Neves em Uberlândia-MG

Aécio Neves foi eleito governador de Minas Gerais em 2002 e governou o estado de 2003 a 2006. Uma vez reeleito, permaneceu no cargo até 31 de março de 2010 quando renunciou para candidatar-se a uma vaga no senado.

O Instituto PS Marketing compilou o resultado de diversas pesquisas de opinião nas quais perguntou à população de Uberlândia-MG sobre como avaliavam a administração do então governador do estado Aécio Neves. Todas as pesquisas selecionadas para esse estudo têm a mesma metodologia e o universo pesquisado (vide seção Ficha Técnica).

### Mandato de 2003 a 2006

O governador Aécio Neves iniciou seu primeiro mandato com 49% da população avaliando seu governo como “ótimo/bom”. Esse índice apresentou uma pequena elevação e subiu para 52% ao final de seu mandato.

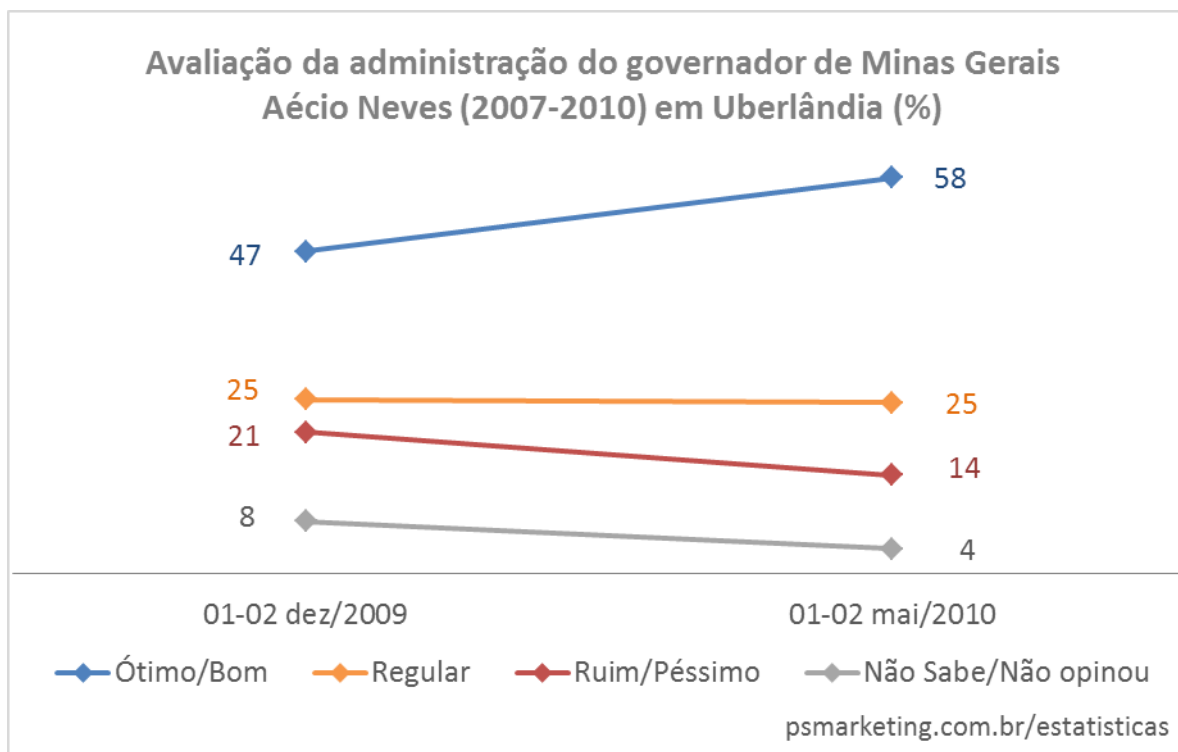


Apenas 5% da população de Uberlândia classificava sua administração como “ruim/péssimo” na primeiro levantamento realizado. Esse índice quase triplicou ao longo do primeiro mandato, subindo para 14% no último levantamento em 2006.

### Mandato de 2007 a 2010

Durante o segundo mandato do governador de Minas Gerais Aécio Neves, o **Instituto PS Marketing** realizou duas pesquisas para medir a satisfação da população de Uberlândia em relação à sua administração.

O segundo mandato encerrou-se com resultados positivos, com 58% dos habitantes de Uberlândia avaliando seu governo com os conceitos de “ótimo/bom”, o melhor índice alcançado durante seus dois mandatos como governador do estado.



O conceito “regular” manteve-se estável durante todo o período. E ao final do segundo mandato, apenas 14% avaliaram sua administração com o conceito de “ruim/péssimo”.

### Ficha técnica

Todas as pesquisas selecionadas para esse estudo possuem mesmo universo e metodologia:

- Público composto por eleitores residentes em Uberlândia, com idade acima de 16 anos.
- Foram realizadas com 400 amostras, por meio de abordagem presencial no domicílio do eleitor, caracterizando uma margem de erro padrão de 5% para mais ou para menos, com nível de confiança\* estabelecido de 95,5%. \*Significa que se fossem feitas 100 pesquisas, resguardando-se as mesmas técnicas empregadas nesse projeto, em 95 delas os resultados deverão permanecer dentro da margem de erro estabelecida.

### **Sobre o Instituto PS Marketing**

O **Instituto PS Marketing**<sup>®</sup> foi criado em 1991 para atuar como um instrumento a serviço do marketing e da inteligência de mercado, tendo como foco específico o desenvolvimento de projetos de pesquisas de mercado, de opinião pública e de clima organizacional bem como o desenvolvimento de projetos de consultoria em gestão e marketing.

Desde então, vem aprimorando seus processos e técnicas de leitura e análise da dinâmica social e das tendências de mercado, como comprovam os diagnósticos precisos dos mais diversos cenários e eventos estudados ao longo de mais de duas décadas.

Nossa missão é orientar o cliente para que suas decisões sejam tomadas de modo seguro por meio de serviços de inteligência de mercado onde a informação é tratada de modo isento, sempre lastreada por técnicas e metodologias consagradas.

**Para maiores informações:**

[www.psmarketing.com.br](http://www.psmarketing.com.br)