

PESQUISA DE DISCOVERY · RELATÓRIO DE ANÁLISE · GRUPO 2

Vida Social e Conexões

O que 174 respostas dizem sobre
satisfação, isolamento e a persona do
nosso app

**Tem gente por perto.
Falta profundidade de vínculo.**

NO RELATÓRIO

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 01 Resumo executivo | 02 O brief, ponto a ponto | 03 Quem respondeu e a persona |
| 04 O que move a satisfação | 05 O que move o isolamento | 06 Onde está a dor |
| 07 Segmentos: sobe e cai | 08 Satisfeitas × insatisfeitas | 09 Do dado ao produto |
| 10 O que não se sustentou | 11 Leituras e vozes | 12 Próximas perguntas e ficha |

O que a pesquisa mostrou

Seis números resumem a pesquisa. O resto do relatório mostra de onde cada um sai e o que fazer com eles.

RESPOSTAS

174

coleta 17-19 jun 2026

VIDA SOCIAL

3,57 /5

média · IC95 3,43-3,72

SATISFEITAS

52%

nota ≥4 · IC95 45-60%

ISOLAMENTO ALTO

46%

item 17 ≥ "às vezes" ·
IC95 39-53%

ALTA DOR

49%

insatisfeita ou isolada

MULHERES

70%

da amostra · IC95 62-
76%

Em uma frase

Tem gente por perto; o que falta é **profundidade de vínculo**. Quem se sente compreendida e tem com quem desabafar está mais satisfeita e menos isolada, e isso pesa muito mais do que renda, idade ou cidade. A dor que o produto deve atacar aparece na trajetória (**quem rareou contato**); a demografia serve pra dimensionar mercado.

O que move a satisfação

- **Qualidade do vínculo** lidera: sentir-se compreendida ($r=+0,43$) e ter confidente ($r=+0,36$).
- **Círculo em crescimento** nos últimos 3 meses anda forte com satisfação ($r=+0,40$) e é o driver que o produto mais consegue mover.
- **Renda e idade** quase não contam (não significativos).

A persona muda de figura

- **Gênero confirma**: 70% mulheres.
- **Geografia não**: só 23% da capital paulista, 53% do Paraná (viés da nossa rede).
- Quem tem a dor real é quem "**rareou contato**" (perdeu círculo ou sai pouco): 27% da amostra, 81% com alta dor.

O que alimenta o isolamento

- Quase **metade** (46%) relata isolamento alto.
- Protege quem tem **vínculo de qualidade**; nenhuma variável demográfica prediz isolamento.
- Quem está isolada busca mais **distração digital** (71% vs 48%).

Pro produto

- A dor está em **entrar e aprofundar** amizade; falta de tempo aparece igual nos dois grupos.
- **Metade das insatisfeitas já tentou** uma solução que não resolveu (vs 7% das satisfeitas).
- Atacar: quebra-gelo, grupos pequenos fixos, atividade-pretexto, continuidade.

Onde cada pergunta foi respondida

O brief da pesquisa pedia dez pontos, que a auditoria agrupa em seis blocos. A coluna "onde" aponta o capítulo deste PDF; o dashboard interativo complementa com exploração livre, recalculando tudo por filtro.

Requisito	Resposta em uma frase	Onde	Status
R4 · Métrica principal itens 9 · 11 · 14 · 21	Satisfação média 3,57/5 e 52% de satisfeitas; o Índice de Conexão (0-100, $\alpha=0,65$) resume os quatro itens em um termômetro.	cap. 01 · 12 + dashboard	respondido
R1 · Fatores ↔ satisfação correlação + modelo	Qualidade do vínculo, círculo em crescimento e presença lideram; renda e idade não contam.	cap. 04	respondido
R2 · Fatores ↔ isolamento desfecho próprio	46% relatam isolamento alto; ter confidente e sentir-se compreendida protegem, e nenhuma demográfica prediz.	cap. 05	respondido
R3 · Validação da persona mulher 25-45 · SP capital	Gênero se confirma (70%), geografia cai (23% na capital) e a dor real é comportamental: quem rareou contato.	cap. 03 · 06	respondido
R5 · R6 · R8 · Segmentos, cruzamentos e filtros	Tamanho do círculo, trajetória em 3 meses, relacionamento e faixa etária mapeados aqui; a exploração livre (11 filtros empilháveis, comparador e heatmap 2D) vive no dashboard.	cap. 07 + dashboard	respondido
R9 · R10 · Insights de produto + satisfeitas × insatisfeitas	Cinco apostas de produto saem das cinco dores que separam os grupos e do funil de soluções já tentadas.	cap. 08 · 09	respondido

Cada número deste relatório foi recalculado do CSV cru numa verificação adversarial, com correção de múltiplos testes (Holm) onde cabia. As ideias que caíram nessa checagem estão reunidas no **capítulo 10**, pra ninguém citar achado frágil em mentoria.

O que este PDF faz

Conta a história dos números: o que move satisfação e isolamento, quem é a persona de dor e o que isso pede do produto. É a peça pra quem quer a conclusão, do jeito que ela se sustenta.

O que o dashboard faz

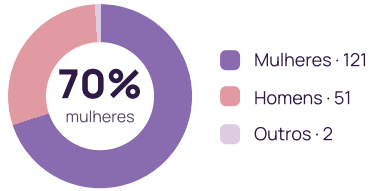
Entrega os mesmos 174 casos crus, com filtros, comparador e cruzamentos recalculando na hora. É a peça pra conferir um número, testar um recorte ou responder pergunta nova em reunião.

Quem respondeu

No Ato I a persona era mulher de 25–45 anos da capital paulista. O gênero se confirma; a geografia não. E o recorte que separa quem tem dor aparece no comportamento.

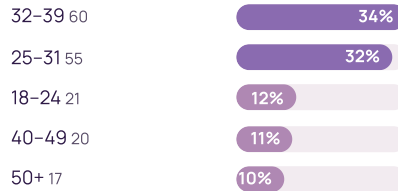
Gênero

distribuição da amostra



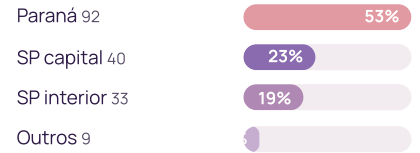
Faixa etária

alvo do brief: 25–45 anos



Região

alvo do brief: São Paulo (capital)



Veredito da persona bate em parte

gênero 121 das 174 respostas são de mulheres (70%); o recorte feminino se sustenta.

geografia Só 23% moram na capital paulista; 53% responderam do Paraná, puxados por Londrina. A pesquisa caiu na rede do grupo.

persona estrita Mulher de 25–49 morando na capital soma **22 respostas**. Pouco pra fechar qualquer conclusão sobre ela nesta onda.

persona de dor Quem **rareou contato** (círculo diminuiu ou sai pouco) cobre **27%** da amostra com **81%** de alta dor (OR 6,9). É o recorte que separa; o capítulo 06 detalha.

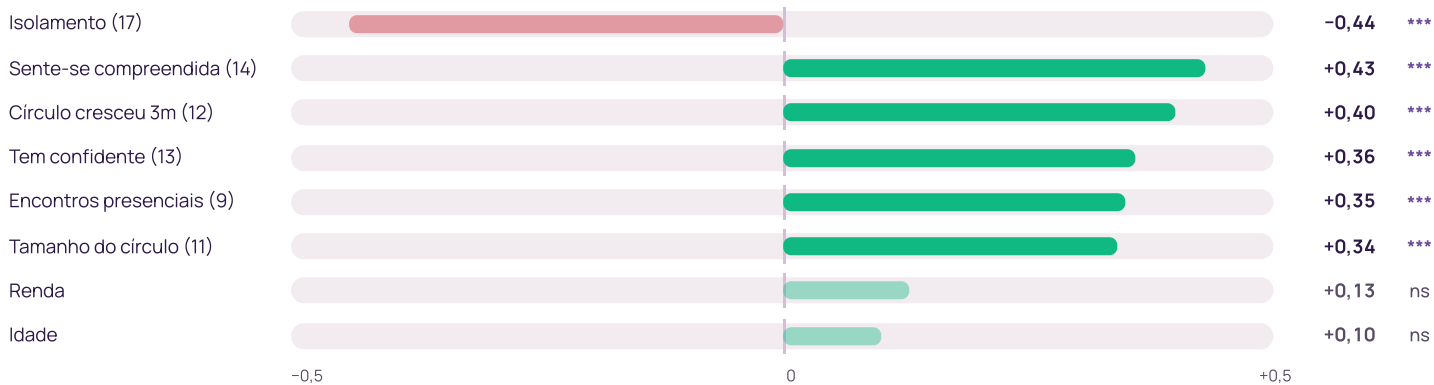
Mesmo o recorte demográfico **mulher 25–49** não separa quem tem dor (53% vs 46%, $p=0,44$): serve pra dimensionar mercado. O grupo decide: segurar São Paulo e coletar de novo na capital, ou trocar o recorte de cidade por um recorte de perfil e trajetória.

O que move a satisfação

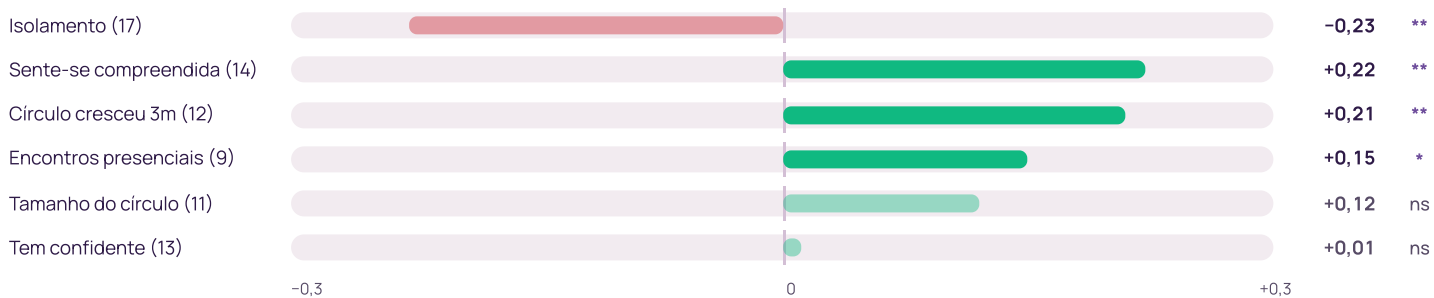
Cada item da pesquisa contra a nota de vida social (item 21). Verde sobe junto, rosa cai junto.

*** $p < 0,001$ · ** $p < 0,01$ · * $p < 0,05$ · ns = não significativo.

a. Correlação bruta: o que anda junto



b. Modelo: o que segura sozinho



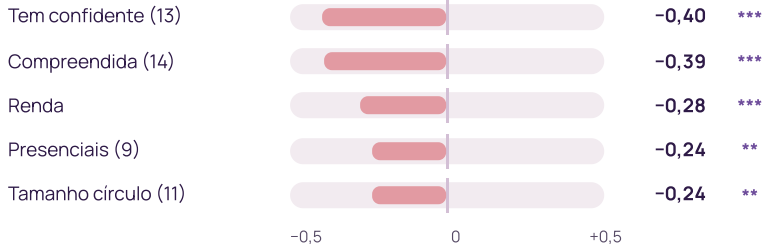
Coefficientes padronizados (OLS robusto, $n=150$, $R^2=0,40$): o efeito de cada fator controlando todos os outros. Renda (-0,04) e idade (+0,02) ficam nulas. Repare em **"tem confidente"**: forte na correlação bruta, mas cai a **ns** no modelo, porque divide a informação com "sente-se compreendida" (as duas medem o mesmo acolhimento). O que o produto consegue mover de verdade: **fazer o círculo crescer** e a pessoa **sentir-se compreendida**.

O que move o isolamento

O segundo desfecho da pesquisa, tratado como pergunta própria: o que alimenta o sentimento de isolamento e desconexão (item 17) e como ele aparece no dia a dia.

O que anda com o isolamento

correlação de cada item com o item 17; barras à esquerda protegem (caem junto)



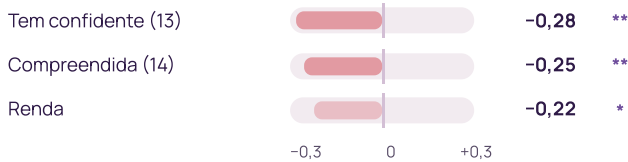
EM ISOLAMENTO ALTO

46%

80 das 174 sentem isolamento "às vezes" ou mais · IC95 39-53%

No modelo, quem segura

betas padronizados, OLS do isolamento · $R^2=0,34$



Renda é o **único sinal demográfico**, e fraco ($p=0,04$). Gênero ($p=0,67$), morar sozinha ($p=0,30$), ter parceiro ($p=0,67$) e idade ($p=0,12$) ficam todos fora.

Como o isolamento aparece

pontos percentuais a mais entre isoladas vs conectadas (item 15, todas $p_{Holm} < 0,001$)



E na falta de conexão, quem está isolada busca **distração digital**: 71% vs 48% das conectadas ($p_{Holm}=0,021$).

Demografia não explica o isolamento

No modelo completo, o que prediz menos isolamento é **ter confidente** e **sentir-se compreendida**: de novo a qualidade do vínculo, à frente de quantidade de amigos e de frequência de saída. Nenhum perfil demográfico prediz isolamento nesta amostra. E o dado da distração digital importa pro produto: **71% das isoladas respondem à solidão com tela**, justo o comportamento que um app de encontros presenciais quer substituir.

Como medimos. Item 17 em cinco níveis, de "nunca" a "sempre"; o corte de isolamento alto pega "às vezes" ou mais. O contraste dos sintomas compara os extremos da escala (iso alto × iso baixo), os mesmos grupos do painel de reação à falta de conexão.

Onde está a dor

Chance de "alta dor" (insatisfeita ou isolada) dentro de cada segmento vs o resto. OR = quantas vezes mais provável. Na amostra inteira, 49% têm alta dor.

Segmento	% com dor	OR	sig
Rareou contato (círculo ↓ ou pouca presença) · 27% da amostra	81%	6,9	***
Círculo diminuiu nos 3 meses	79%	5,6	*** passa Holm
Baixa frequência presencial Δ n=13, leia a direção	92%	14,1	**
Solteira / separada	58%	1,7	ns
Mora sozinha	53%	1,2	ns
Persona demográfica mulher 25-49	53%	1,3	ns

A persona-alvo: quem acabou de perder rede

O recorte que separa quem sofre é a **trajetória de perda de rede**. Perfil (gênero, cidade, morar sozinha, estado civil) não distingue dor: todos não significativos. A persona-alvo do produto é "**quem rareou contato**": mudou de cidade, terminou um relacionamento ou saiu de um emprego, e viu o círculo encolher. São **27% da amostra com 81% de alta dor**, chance 6,9 vezes maior que o resto. É o momento de maior dor e de maior abertura pra experimentar o app.

PRIORIDADE POR VOLUME

32-39

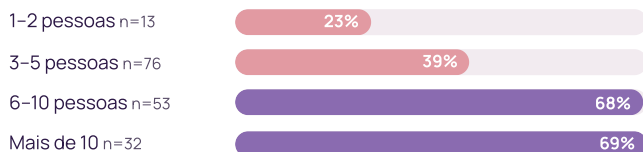
O maior grupo da amostra (n=60) e o de pior satisfação entre adultos: **43% satisfeitas**, contra 52% na média geral. A faixa sozinha não prevê dor; o volume é que faz dela o ponto de partida da aquisição.

Onde a satisfação sobe e cai

% de satisfeitas (nota ≥4) dentro de cada recorte, com o n de cada grupo. Linha de base: 52% na amostra inteira. Rosa marca os grupos abaixo da média.

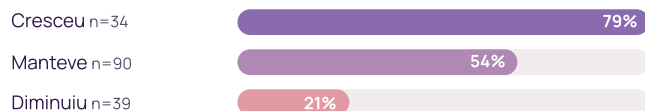
Tamanho do círculo próximo

o gradiente mais limpo da pesquisa: satisfação salta a partir de 6 pessoas



Círculo nos últimos 3 meses

a trajetória recente separa mais que qualquer perfil



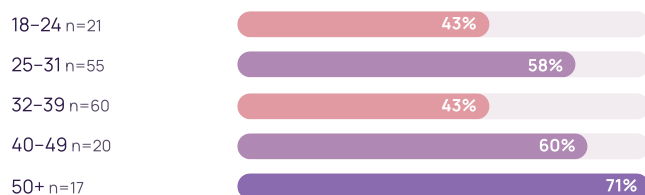
Status de relacionamento

quem tem parceria pontua mais no bruto; o efeito some controlado por vínculo

Status	% satisfeitas	n
Casada / união estável	58%	69
Namorando	57%	46
Solteira	44%	48
Separada / divorciada <small>△ n pequeno</small>	14%	7

Faixa etária

o vale fica no meio: 32-39 é o maior grupo e um dos piores em satisfação



Dois recortes que **não** separam: gênero dá sinal fraco (mulheres 48% vs homens 61%, $p=0,12$, sem significância) e região não mexe em nada (Kruskal $p=0,61$): o peso do Paraná é viés de rede, sem efeito na satisfação. Grupos de n pequeno (separadas, $n=7$) valem como pista; taxa pediria mais gente.

Quer cruzar de outro jeito?

Cada recorte desta página, e qualquer cruzamento dois a dois, dá pra explorar ao vivo no **dashboard interativo**: 11 filtros empilháveis, comparador de segmentos e heatmap, com todos os KPIs recalculando na hora. Link na última página.

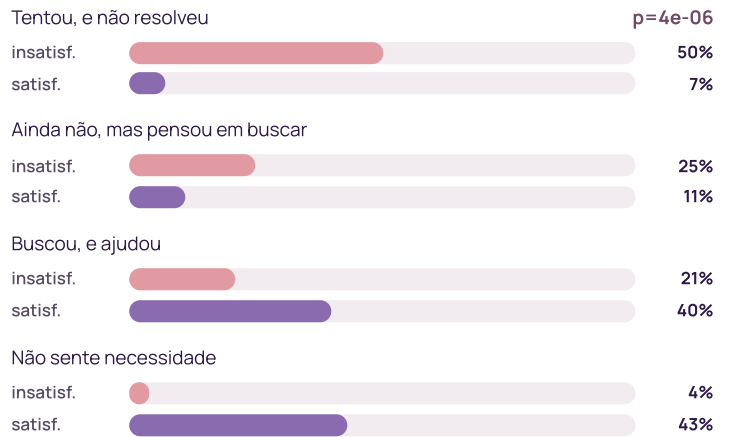
Satisfeitas × insatisfeitas

Quem deu nota ≥ 4 (n=91) contra quem deu nota ≤ 2 (n=24): quais dores e barreiras cada grupo marca, e o que cada um já fez pra resolver.

As cinco dores que separam



Já buscou solução? (item 19)

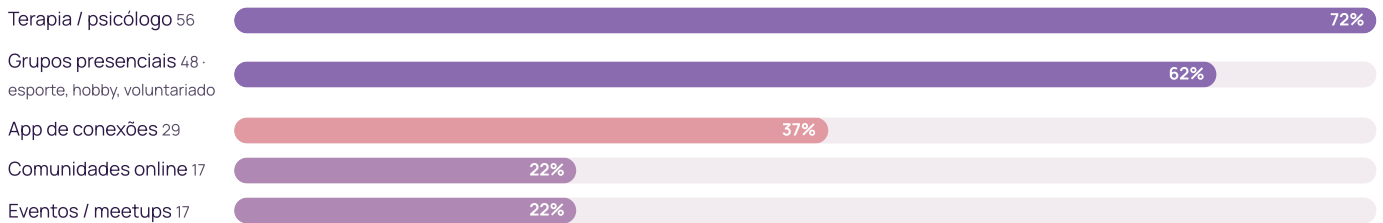


Metade das insatisfeitas **já pagou o custo de tentar algo que falhou**. A demanda existe; o que falta é uma solução que entregue. Entre as satisfeitas, 43% nem sentem necessidade.

"Falta de tempo" aparece igual nos dois grupos (52% vs 54%, ns): reclamação universal, sem poder de separar. A dor que diferencia é de **entrada e profundidade de vínculo**.

O que já tentaram (item 20)

entre as 78 pessoas que buscaram alguma solução · múltipla escolha · é o mapa da concorrência



Grupo presencial com atividade já é o 2º caminho mais tentado: a aposta da entrelaça disputa um espaço que as pessoas procuram por conta própria. O que falharam nessas tentativas fica de pauta pra próxima onda (cap. 12).

Cinco apostas e um mapa de features

À esquerda, o que os dados mandam o produto fazer. À direita, cada dor medida traduzida em formato de experiência.

1 Círculo em crescimento vira métrica-norte

É o driver acionável mais forte ($r=+0,40$, top-3 no modelo). O app precisa provar que faz o círculo da pessoa **crescer em ~3 meses**; eventos avulsos sozinhos não fecham essa conta.

2 Mirar transição e reconstrução de rede

"Círculo diminuiu" separa dor (OR 5,6, passa Holm); morar sozinha, estado civil e cidade, todos ns. Onboarding pra quem **mudou de cidade, terminou relacionamento ou saiu de emprego**.

3 Atacar entrada e profundidade, e deixar a agenda em paz

As cinco dores que separam são de vínculo; falta de tempo não separa (+3pp, ns). Vale mais **quebra-gelo, grupos pequenos fixos e atividade-pretexto** do que uma agenda cheia de micro-eventos.

4 "Dessa vez vai funcionar" como mensagem

50% das insatisfeitas já tentaram uma solução que falhou (vs 7%, $p=4e-06$). Posicionar **contra a frustração prévia**, com prova de eficácia visível.

5 Substituir tela por encontro leve

71% das isoladas respondem à falta de conexão com distração digital (vs 48%). Vira posicionamento e **métrica de impacto**: o item 18 mede se o app trocou rolagem por encontro.

Mapa dor → feature

Iniciar amizades +59pp

Quebra-gelo estruturado e anfitrião que apresenta as pessoas, em formato fechado.

Distante mesmo em grupo +58pp

Grupos pequenos, fixos e recorrentes: a mesma turma volta a cada encontro.

Falta de presencial +42pp

Cadência garantida: clube quinzenal com data marcada.

Introversão e confiar +37pp · +35pp

Atividade-pretexto (caminhada, leitura) e continuidade de curadoria pra construir confiança.

Já tentou e não resolveu 50% vs 7%

Posicionamento com prova de eficácia, falando direto com a frustração prévia.

Distração digital na solidão 71% vs 48%

Convite leve e de baixa fricção perto de casa, entrando no lugar da rolagem.

O que não se sustentou

Todos os números do relatório foram recalculados do CSV cru, com correção de múltiplos testes (Holm). Aqui ficam as ideias que caíram nessa checagem ou que pedem cuidado ao citar. Melhor a gente derrubar antes que a banca derrube.

"Círculo cresceu é o driver mais forte" refutado

No modelo padronizado é o 3º maior beta (+0,21), atrás de isolamento (-0,23) e de sentir-se compreendida (+0,22). Segue forte e é o mais acionável; o superlativo caiu.

"Recém-isolada: círculo diminuiu + mora sozinha" refutado

A hipótese do brief junta dois recortes e sobra $n=5$ ($p_{\text{Holm}}=0,70$). Cedo demais pra afirmar qualquer coisa sobre esse perfil; fica pra próxima onda.

Morar sozinha como eixo de dor refutado

Não move satisfação ($p=0,63$), nem isolamento ($p=0,30$), nem alta dor (OR 1,2, ns). Sai do discurso de persona.

Renda como driver cautela

Com satisfação, nada (Spearman $\rho=+0,10$, ns; a barra de +0,13 do cap. 04 é Pearson, também ns). No isolamento aparece um sinal fraco ($\beta=-0,22$, $p=0,04$), o único demográfico que sobrevive. Dá pra citar como hipótese; sem colocar renda no centro.

Orientação sexual cautela

Bissexuais aparecem com mais dor que heterossexuais (23% vs 12%), mas é leitura bruta, sem correção de múltiplos testes. Vale como hipótese exploratória pra próxima pesquisa.

Recortes minúsculos cautela

Separadas ($n=7$), baixa frequência presencial ($n=13$), células de cruzamento com 3 ou 4 casos: os percentuais extremos (92% de dor, 14% de satisfação) indicam direção. Citar como taxa seria esticar o dado.

Por que uma página inteira disso: numa amostra por conveniência, o risco maior é o achado bonito que não se repete. Registrar o que caiu protege as decisões de produto que os capítulos anteriores sustentam.

O que mais os dados contam

Dois sinais que não entram nos fatores principais, mas ajudam a desenhar produto e próxima pesquisa. E três vozes da amostra, nas palavras delas.

Atividade junto abre a porta

Nas respostas abertas, quem treina ou joga em grupo descreve uma vida social melhor. Uma respondente escreveu que as melhores amizades fez na academia; outra, que se não fosse o esporte responderia diferente. A atividade dá o motivo do encontro e tira o peso do "vamos marcar". Daí a aposta na **atividade-pretexto** como formato central do app.

Gênero e faixa: sinal fraco, olhar com cautela

Nesta amostra enviesada, mulheres ficam abaixo dos homens em satisfação (**48% vs 61%**), mas a diferença não passa no teste ($p=0,12$). A faixa **32-39** é a que pior se sai (43% de satisfeitas, $n=60$) e, por ser o maior grupo, já entrou como prioridade de volume no capítulo 06. Dá pra olhar, sem cravar.

" Nas palavras delas

"Tenho amizades novas, mas percebo uma certa dificuldade em solidificar e aprofundar as novas amizades."

— Respondente, 32-39 anos · nota 4/5

"Sinto que todos parecem ter uma vida social boa, menos eu. Talvez seja por conta de redes sociais e comparações."

— Mulher, 32-39 anos · nota 3/5

"Melhores amizades que fiz foi na academia, marcar de fazer esportes é algo que curto demais."

— Mulher, 32-39 anos · nota 4/5

Próximas perguntas e ficha técnica

O que esta onda deixa aberto pra próxima, e como os números daqui devem ser lidos.

→ O que falta investigar

Coleta na capital paulista

Só 23% da amostra mora em São Paulo capital, e a persona estrita soma 22 respostas. Pra sustentar ou trocar o recorte de cidade, falta uma segunda onda dirigida à capital.

"Rareou contato" causa a dor ou é consequência?

Hoje é correlação. Um acompanhamento ao longo do tempo diria se a perda de rede vem antes da insatisfação, o que muda o gatilho de onboarding do app.

Disposição a pagar

A pesquisa mede dor e demanda, sem tocar em preço. Falta saber quanto a persona de dor pagaria por encontros curados e com que frequência.

Concorrência além de app e terapia

Metade das insatisfeitas tentou algo que não resolveu, mas não mapeamos bem o quê. Vale listar meetups, clubes e comunidades, e por que falharam.

i. Como lemos os dados

Confiabilidade do índice

O Índice de Conexão (itens 9-11-14-21) tem **Cronbach $\alpha = 0,65$** : os quatro itens andam juntos de forma moderada. A avaliação geral e o sentir-se compreendida puxam mais; a frequência presencial é a que menos cola. E o item 21 entra no índice e é a própria satisfação, circularidade conhecida. Dá pra usar como termômetro.

Testes usados

Pearson nos gráficos de correlação (caps. 04 e 05), com **Spearman** de robustez ($\Delta \leq 0,04$, mesmo ranking). **Holm** pra corrigir múltiplos testes, **Wilson** nos intervalos de %, **OLS** com erro robusto nos modelos e **Fisher** nos cruzamentos.

Limite da amostra

174 respostas por conveniência, da rede do grupo (dai o peso do Paraná: 53%). Valem como direção pra investigar e desenhar produto, sem virar estimativa da população. Recortes de n pequeno são pista.

Explore os dados ao vivo

O dashboard interativo tem os 174 casos, 11 filtros empilháveis (incluindo trajetória de rede, orientação e tamanho do círculo), comparador de segmentos e heatmap de cruzamentos, com todos os KPIs recalculando por filtro: entrelaca.sitez.com.br

