

NOTA Técnica

PESQUISA 156: SEGUNDA PESQUISA DE HÁBITOS DE CIRCULAÇÃO DOS MORADORES DO DISTRITO FEDERAL

Brasília-DF, novembro de 2022

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

Ibaneis Rocha
Governador

Paco Britto
Vice-Governador

**SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E
ADMINISTRAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL - SEPLAD**

Ney Ferraz Júnior
Secretário

**INSTITUTO DE PESQUISA E ESTATÍSTICA
DO DISTRITO FEDERAL - IPEDF Codeplan**

Jeansley Lima
Diretor-Presidente

Sônia Gontijo Chagas Gonzaga
Diretora de Desenvolvimento Institucional

Renata Florentino de Faria Santos
Diretora de Estudos e Políticas Ambientais e Territoriais

Daienne Amaral Machado
Diretora de Estudos e Políticas Sociais

Clarissa Jahns Schlabit
Diretora de Estatística e Pesquisas Socioeconômicas

EQUIPE RESPONSÁVEL

DIRETORIA DE ESTATÍSTICA E PESQUISAS SOCIOECONÔMICAS - DIEPS

- Clarissa Jahns Schlabitx - Diretora

Coordenação de Estudos e Avaliação de Políticas Socioeconômicas - CEAPS/DIEPS

- Rafael Richter Oliveira da Silva - Coordenador

Gerência de Avaliação de Políticas Socioeconômicas GEAPS/CEAPS/DIEPS

- João Pedro Cardoso Dias - Gerente
- Henrique de Mello de Assunção - Assistente (até setembro/2022)

Revisão e copidesque

Heloisa Faria Herdy - Ascom

Editoração Eletrônica

Maurício Suda - Ascom

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. METODOLOGIA	8
3. ANÁLISE	9
3.1. Características dos entrevistados	9
3.2. Hábitos.....	11
3.2.1. Recuperação	11
3.2.2. Hábitos e características dos entrevistados	14
3.3. Trabalho.....	17
3.4. Hábitos virtuais	19
3.5. Mobilidade	21
4. CONCLUSÃO	25
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26

1. INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19 afetou a forma como as pessoas organizam suas vidas, alterando a maneira que se relacionam, trabalham e consomem na sociedade. Os impactos foram sentidos por toda a sociedade, mas de formas e intensidades diferentes de acordo com as características pessoais e sociais de cada um. Além da própria crise sanitária, parte dessa alteração se deu como resposta às medidas de prevenção à Covid-19 realizadas pelo governo, e impostas com o objetivo de reduzir o dano causado pela doença.

Esta nota compara os hábitos de circulação da população em diferentes momentos da pandemia, com o objetivo de se levantarem informações sobre as mudanças de comportamento provocadas pela crise sanitária. Para isso, este trabalho se utiliza de duas pesquisas telefônicas realizadas em parceria com a Central 156 para criar uma análise a partir de três períodos distintos: pré-pandemia e os meses de abril de 2021 e de junho de 2022. Os dois primeiros períodos citados foram coletados a partir da pesquisa 156 realizada em abril de 2021. A consulta realizada entre maio e junho de 2022, foi feita com os mesmos pesquisados em abril de 2021, o que permite uma análise mais precisa da mudança de hábitos.

A trabalho captou uma recuperação dos hábitos de visitação em relação ao período da primeira pesquisa, mas não identificou recuperação das médias de visitação em relação ao período pré-pandemia em nenhum dos setores analisados. A recuperação em relação à primeira consulta mostrou-se percentualmente maior no grupo dos empreendimentos comerciais e no grupo de locais/estabelecimentos sociais e religiosos. A recuperação foi distinta entre os sexos, as faixas de idade e as diferentes modalidades de trabalho dos entrevistados.

Dentro da análise foi realizada uma comparação dos desvios percentuais da média de circulação captados pela pesquisa, com os desvios na mobilidade disponibilizados pela empresa Google por meio de georreferenciamento.¹ São também analisadas as mudanças nas proporções de entrevistados desocupados, em trabalho presencial, remoto e híbrido.

Além desta Introdução, a seção de Metodologia aborda o modo de captação dos dados e o ferramental utilizado para as análises. Os resultados e suas interpretações são expostos na seção de análise. As considerações finais são feitas na conclusão da Nota Técnica.

¹ Mais informações em <https://www.google.com/covid19/mobility/>

2. METODOLOGIA

A pesquisa de hábitos tem como objetivo avaliar como a população do Distrito Federal respondeu à pandemia e às medidas de combate à doença. A avaliação das mudanças de hábitos da população, já foi realizada anteriormente em Nota Técnica Codeplan (2021). O presente estudo é, então, uma sequência deste trabalho.

A avaliação anterior entrevistou 4.569 pessoas onde perguntou sobre renda, região de moradia, sexo, faixa etária e referentes a trabalho, como status de emprego e modalidade de função. Essa pesquisa, explorada em Codeplan (2021), comparou as frequências de visitação a diversos ambientes “durante” e “antes” da pandemia. Em 2022, uma nova consulta foi realizada com os entrevistados da pesquisa anterior. Dos 4.569 entrevistados da primeira pesquisa, 910 responderam a segunda – cerca de 20%. Por isso, ressalta-se que não é possível extrair conclusões estatisticamente significantes sobre todas as variáveis demográficas coletadas, limitando-se apenas à comparações agregadas dos dados.

Perguntou-se, em ambas as pesquisas, sobre a frequência de visitação em alguns ambientes, com o objetivo de observar as mudanças nos hábitos em cada tipo de serviço ou negócio. Os ambientes pesquisados foram divididos em:

- Serviços Essenciais: farmácias, mercados/supermercados e padarias;
- Estabelecimentos Comerciais: bares ou restaurantes, comércio, shoppings ou galerias, salões de beleza ou barbeiros;
- Setor Financeiro: bancos e casas lotéricas;
- Setor de Esportes e Lazer: academias, parques e shows/concertos/eventos culturais;
- Setor Social e Religioso: templos religiosos e casa de amigos e familiares.

Além disso, a segunda pesquisa explorou outras informações, como hábitos relacionados à transição digital de compras, educação e entretenimento com perguntas do tipo Concordo/Discordo. A pesquisa também realizou as perguntas sobre sexo, faixa de idade e condição de trabalho feitas na primeira pesquisa.

Um ponto importante é que alguns resultados replicados nesta nota com referências aos períodos coletados na primeira pesquisa de hábitos de circulação, não são idênticos aos reproduzidos em Codeplan (2021). Isso ocorre porque a nota citada considerou todo o universo de respondentes daquela coleta, enquanto esta nota considera apenas aqueles de ambas as pesquisas.

A avaliação dos dados foi realizada utilizando o *software R* (R Core Team, 2022), com os pacotes *data.table* (DOWLE e SRINIVASAN, 2021), *readxl* (WICKHAM e JENNIFER, 2022), *dplyr* (WICKHAM *et al.* 2022), *maggritr* (BACHE e WICKHAM 2022), *stringr* (WICKHAM, 2022) e *purrr* (HENRY e WICKHAM, 2020) sendo usado para manipulação dos dados. E o pacote *ggplot* (WICKHAM, 2016) para criação dos gráficos.

3. ANÁLISE

3.1. Características dos entrevistados

A avaliação dos hábitos de circulação da população do Distrito Federal foi realizada em **duas etapas**, obtendo o padrão de hábitos para as diferentes categorias de análise em **três períodos diferentes**. A primeira pesquisa, realizada em abril de 2021, obteve dados de hábitos para os períodos anteriores à pandemia e “durante” a pandemia² (CODEPLAN, 2022). A segunda, realizada entre 6 de maio e 15 de junho de 2022, obteve respostas apenas para o período de realização da pesquisa, em um momento de arrefecimento das taxas de casos e óbitos.

Como mostrado na seção anterior, a primeira pesquisa obteve 4.569 respostas válidas. A segunda, alcançou a marca de 910 entrevistados – todos respondentes da pesquisa anterior, ou seja, um subconjunto da primeira. Destaca-se que a expectativa inicial era de que todos os que responderam à primeira pesquisa, participassem da segunda. Porém, dos 4.569 somente 910 aceitaram participar. Isso pode afetar os resultados obtidos, uma vez que os participantes da segunda pesquisa os dados não foram obtidos a partir de um processo aleatório.

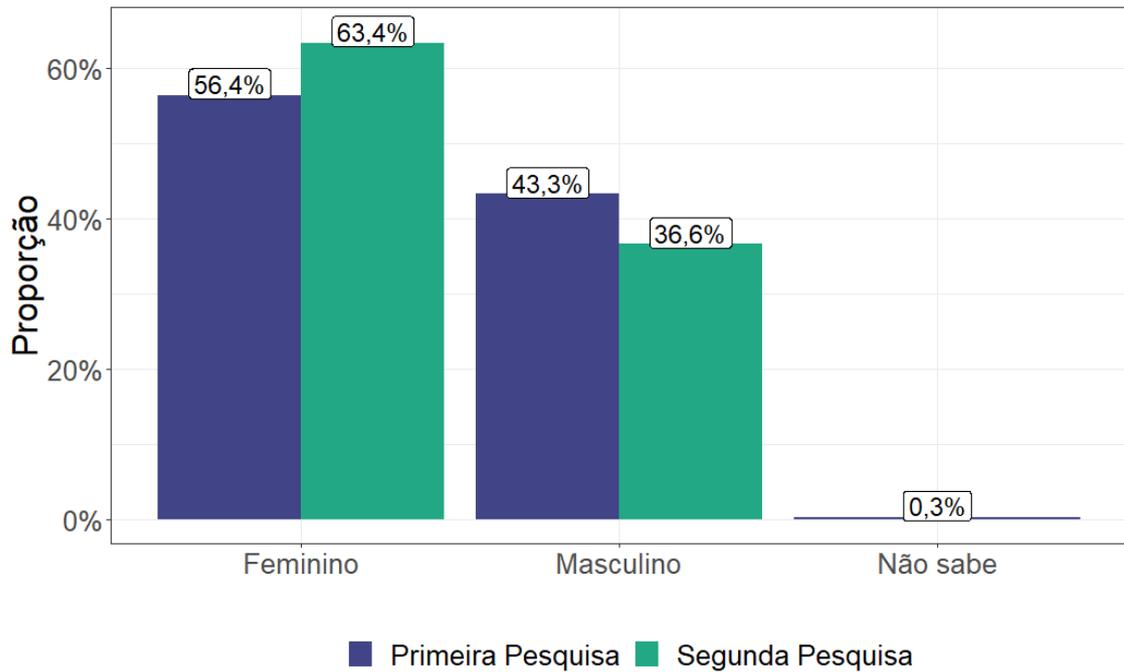
Na primeira pesquisa, havia 1.947 homens (42,61%), 2.542 mulheres (55,64%), com 15 entrevistados não sabendo o sexo deles (0,33%) e 65 não tendo respostas válidas (1,42%). Na segunda, observou-se 577 mulheres (63,40%) e 333 homens (36,59%). Essas proporções são estatisticamente diferentes entre as duas pesquisas, descartando-se a hipótese de que essa diferença seja derivada apenas de um processo aleatório. As proporções podem ser observadas na Figura 1.

Após essa consideração, nota-se que, em relação à faixa etária, há um envelhecimento da amostra. Na primeira pesquisa, observa-se um formato em “U” invertido, com a população adulta (35 a 44 anos) sendo o principal grupo de entrevistados, enquanto os mais jovens e os mais velhos ficam subcobertos nas respostas. Já na segunda pesquisa, há um deslocamento para direita da distribuição, com o principal grupo passando a ser 45 a 59 anos e com uma redução da participação dos grupos mais jovens (até 35 anos). A distribuição da faixa etária pode ser vista na Figura 2.

A segunda consulta, contou com um grupo de pessoas mais velhas, inclusive, o teste qui-quadrado de distribuição de categorias não segue a mesma distribuição entre as pesquisas (p-valor < 1%). Desta forma, podemos considerar que a diferença da distribuição de idade entre as pesquisas não é decorrente somente do processo de amostragem.

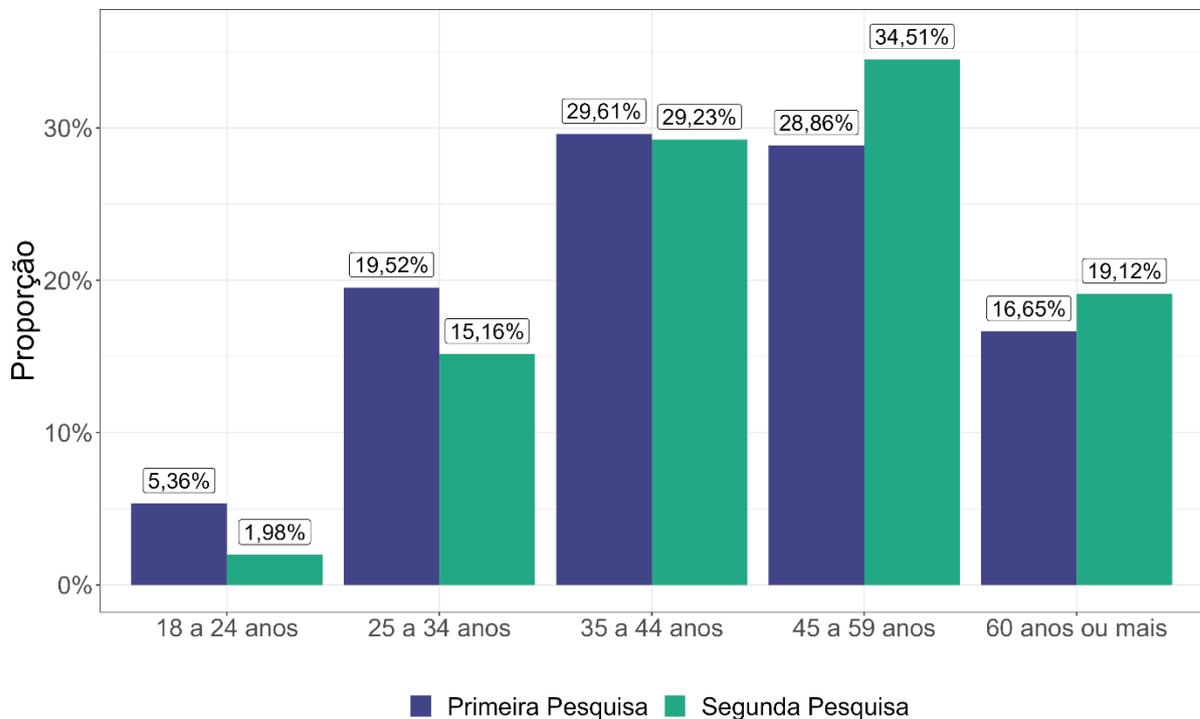
² Enquanto se reconhece que diferentes indivíduos podem ter uma percepção diferente sobre “antes” e “durante” a pandemia, tomaram-se precauções na formulação do questionário, para que os entrevistados tivessem períodos temporais semelhantes em mente.

Figura 1 - Distribuição por sexo das pesquisas de hábitos



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Figura 2 - Faixa etária das pesquisas de hábitos



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

A seção a seguir passa a analisar os resultados comparados entre as pesquisas. Cabe a menção de que, deste ponto em diante, as análises são feitas somente com os mesmos 910 entrevistados das duas pesquisas para permitir uma análise mais acurada dos resultados. Isto é, deste ponto em diante, deve-se ter em mente que a distribuição demográfica dos respondentes é a da segunda pesquisa.

3.2. Hábitos

3.2.1. Recuperação

Considerando as características dos respondentes e as limitações da amostra levantadas na seção anterior, destaca-se que o principal fenômeno observado pela pesquisa foi a recuperação da frequência de atividades dos entrevistados – como era esperado. Na primeira pesquisa, registrou-se uma queda de visitação nas atividades entre o período anterior à pandemia e o mês de abril de 2021. Na segunda, nota-se que a recuperação foi generalizada, mas não se registrou totalmente as frequências anteriores à pandemia. Dessa forma, os dados coletados indicam um novo patamar de frequência de visitação menor do que o observado antes da crise sanitária.

Esse comportamento resultou, para a maioria dos ambientes pesquisados, um formato em “U” nas frequências. Como mostra a Figura 3, o nível de visitação caiu no período de abril de 2021 em todos os ambientes, crescendo novamente na segunda pesquisa. Esse crescimento elevou a visitação aos diferentes ambientes. Porém, comparativamente ao período anterior à pandemia, a frequência ficou entre 47,50 e 87,70% dos níveis anteriores à pandemia, como fica explicitado na Tabela 2 – reproduzida adiante após algumas considerações desta Nota.

Ainda que todos os setores tenham recuperado visitas, não se observa um feito homogêneo entre os diferentes ambientes, já que alguns avançaram para níveis mais próximos dos pré-pandemia, enquanto outros se mantiveram significativamente abaixo desse nível. Antes de explorar essas diferenças nas recuperações, apresentam-se as frequências entre os três períodos coletados na Figura 3.

Figura 3 - Média de visitação mensal por categoria e período



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Embora se observe um aumento em todas as categorias, isso não implica que podemos descartar a hipótese de que esse crescimento, tenha ocorrido apenas no retorno das respostas, ou seja, por um viés de resposta. De modo a dar maior robustez aos resultados encontrados, realizou-se um teste de diferença de médias entre o resultado de cada categoria para os períodos “abril/21” e “junho/22”. Os percentuais desse teste podem ser encontrados na Tabela 1.

Tabela 1 - Teste de diferença de média de frequência por localidade, segunda pesquisa em relação à primeira

Localidade	Diferença	p-valor
Academia	2,15	0,00%
Comércio fora de shopping	2,13	0,00%
Casa de amigos ou familiares	2,09	0,00%
Bares ou restaurantes	1,89	0,00%
Padaria	1,82	0,01%
Templo religioso ou culto	1,66	0,00%
Mercado ou supermercado	1,59	0,00%
Shopping Center ou galeria	1,01	0,00%
Farmácia	0,48	1,08%
Lotéricas	0,43	3,80%
Bancos	0,27	6,71%
Parques	0,03	88,66%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Com isso, relata-se que há uma diferença estatisticamente significativa entre as médias dos períodos, indicando efetivamente uma mudança de hábitos. Apenas duas categorias, parques e bancos, dentre as quatorze pesquisadas, não tiveram uma diferença de média estatisticamente significativa ao nível de 5%.

Esses resultados corroboram com a hipótese de que os hábitos da população foram afetados pela crise sanitária e, mais recentemente, se recuperaram com o alívio das medidas de combate à Covid-19 e com o arrefecimento da pandemia.

Após essas considerações, avalia-se, então, as heterogeneidades observadas entre os diferentes ambientes, que são sumarizadas na Tabela 2. Em termos de empreendimentos comerciais,³ nota-se uma recuperação do comércio em diversos setores. Comércio fora de Shopping tiveram um aumento de visitação de 91,10% em relação ao período de abril de 2021, alcançando 75,60% do nível pré-pandemia. Da mesma forma, as visitas a Bares e Restaurantes aumentaram na comparação com o período de coleta da primeira pesquisa, em 131,60%. Ainda assim, o setor ainda não se aproximou do nível pré-crise, alcançando 62,90% da visitação anterior. Por último, citam-se os Shoppings ou Galerias, que foram fortemente impactados pela crise sanitária. Apesar de uma forte recuperação – aumento de mais de 144% em comparação com o mês de abril de 2021 -, a visitação aos Shoppings ou Galerias é de apenas 47,50% do nível pré-pandêmico, indicando uma mudança significativa de visitação ao ambiente.

³ Definidos como Bares ou Restaurantes, Comércio fora de Shopping e/ou Shopping Center ou Galeria.

Tabela 2 - Frequências mensais e variações de frequência nos ambientes pesquisados

Setor	Ambiente	Frequência mensal			Variação [1] para [2]	Variação [2] para [3]	Nível Atual em Relação ao Nível Pré-Pandemia [3]/[1]
		Pré Pandemia [1]	Abril/21 [2]	Junho/22 [3]			
Empreendimentos Comerciais	Bares ou Restaurantes	5,28	1,44	3,33	-72,80%	131,60%	62,90%
	Comércio fora de Shopping	5,92	2,34	4,48	-60,40%	91,10%	75,60%
	Shopping Center ou Galeria	3,61	0,70	1,71	-80,60%	144,20%	47,50%
Esporte e Lazer	Parques	3,49	1,66	1,69	-52,40%	1,90%	48,40%
	Academia	8,57	2,96	5,11	-65,42%	72,58%	59,68%
Serviços Essenciais	Farmácia	3,62	2,67	3,15	-26,30%	17,80%	86,90%
	Mercado ou supermercado	8,13	5,53	7,13	-31,90%	28,80%	87,70%
	Padaria	12,21	7,85	9,68	-35,70%	23,20%	79,20%
Serviços Financeiros	Bancos	2,02	0,90	1,17	-55,40%	29,90%	57,90%
	Lotéricas	2,68	1,45	1,87	-45,90%	29,40%	70,00%
Social e Religioso	Casa de amigos ou familiares	7,01	3,17	5,26	-54,80%	66,00%	75,00%
	Templo religioso ou culto	4,67	1,95	3,61	-58,20%	84,90%	77,30%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

O setor de Serviços Essenciais⁴ apresenta um aumento de visitação menor do que o setor de Ambientes Comerciais. Isso ocorre, sobretudo, por causa da menor queda percentual na visitação durante a pandemia, já que a natureza desse setor fez com que as medidas de restrição fossem menos intensas. E também porque a procura por esses serviços é mais estável (e essencial). Ainda assim, percebe-se um aumento de 17,80% de visitas às Farmácias, fazendo com que esse ambiente alcançasse 86,90% da frequência anterior à pandemia. Nessa linha, os Mercados alcançaram uma marca similar, chegando a 87,70% do nível pré-crise após uma recuperação de 28,80% entre 2021 e 2022. No caso das Padarias, registra-se uma recuperação de 23,20% em 2022, colocando o setor em um patamar de 79,20% do nível anterior à crise. Destaca-se que as Farmácias tiveram uma baixa queda proporcional quando comparadas aos outros setores, explicando o menor aumento percentual dentro desse setor.

No setor Social e Religioso,⁵ se observa uma significativa recuperação, apesar de os níveis pré-pandemia não terem sido resgatados até o momento da pesquisa. De fato, os ambientes sociais foram fortemente impactados durante a pandemia, como se observa com

⁴ Composto pelas Farmácias, mercados ou supermercados e padarias.

⁵ Composto pelos grupos de Casa de Amigos ou Familiares e Templos.

a diminuição de visitação entre antes e durante a coleta da primeira pesquisa de mais de 50% para ambos os grupos que compõem o setor. No caso das visitas em Casa de Amigos ou Familiares, nota-se um aumento de 66% com relação ao nível de abril do ano anterior, levando o setor para um patamar de 75% do nível pré-pandemia. Os Templos por sua vez, tiveram um aumento ainda mais expressivo – 84,90%. Com isso, o setor chegou em 77,30% do nível anterior. Se observa, com esses números, que apesar de uma forte recuperação na visitação no setor Social e Religioso, ainda não se alcançou nem mesmo 80% do que se tinha antes da pandemia, indicando uma mudança importante nos hábitos de circulação dos entrevistados referente a esse setor.

No caso do setor de Esporte e Lazer,⁶ nota-se uma diferença entre os ambientes pesquisados. As Academias seguiram um padrão similar ao de Ambientes Comerciais, já que tiveram uma redução de visitação maior do que 60% em abril de 2021, como se observa no setor citado para todos os ambientes pesquisados. Essa redução, porém, foi amenizada por um aumento de 72,58% na visitação às Academias. Com isso, o nível de visitação se encontra em 59,68% do nível pré-pandemia. Por outro lado, a visitação aos Parques passou por uma redução de 52,40% entre os períodos pré-pandemia e a coleta da primeira pesquisa. No entanto, não se observa recuperação nesse ambiente, mantendo-se a visitação no período maio/22 no mesmo patamar do nível pandêmico, entre os entrevistados.

Por fim, o setor de Serviços Financeiros⁷ apresentou uma forte queda – maior que 45% - em uma base de visitação já reduzida durante a pandemia. A recuperação, no entanto, foi pouco expressiva tanto para a visitação aos Bancos, quanto em Lotéricas. De fato, o primeiro grupo tem 57,90% da visitação que tinha antes da pandemia, enquanto o segundo alcançou 70% da marca anterior. Como ponderado em Codeplan (2021), isso pode se correlacionar ao fato de que os serviços financeiros eletrônicos, como o internet *banking* e o PIX, tenham reduzido a necessidade de presença física em agências bancárias e lotéricas.

3.2.2. Hábitos e características dos entrevistados

Após a observação do padrão de recuperação das atividades, avaliou-se como essa recuperação ocorreu nas diferentes características pessoais avaliadas, já que fatores como sexo, faixa etária e tipo de trabalho podem influenciar nos hábitos da população.

Em relação ao sexo, observa-se que entrevistados do sexo masculino tiveram uma recuperação de 32,26% em seus hábitos de visitação, ou seja, a frequência de visitação às diferentes localidades aumentou 32,26% da queda observada na primeira pesquisa. No caso das mulheres, a recuperação das entrevistadas foi de 30,95%. A queda na frequência de visitação em diferentes localidades da população feminina foi superior à da população masculina. Em geral, as mulheres reduziram em 3,05% o número de suas visitas mensais nas diferentes localidades, enquanto os homens as reduziram em 2,62%. A recuperação absoluta, ou seja, a diferença absoluta entre as médias de abril de 2021 e junho de 2022, foi de 0,79% para mulheres e 1% para homens. Os resultados podem ser vistos na Tabela 3.

⁶ Composto pelas Academias e pelos Parques.

⁷ Composto por Bancos e Lotéricas.

Tabela 3 - Recuperação dos hábitos de visitação por sexo (comparação entre as frequências mensais de visitação para cada grupo)

Sexo	Frequência mensal			Variação [1] para [2]	Variação [2] para [3]	Nível Atual em Relação ao Nível Pré-Pandemia [3]/[1]
	Pré Pandemia [1]	Abril/21 [2]	Junho/22 [3]			
Feminino	5,51	2,46	3,25	-55,44%	32,26%	58,94%
Masculino	5,85	3,23	4,23	-44,80%	30,95%	72,29%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Há uma diferença importante entre os sexos. A queda entre as mulheres foi maior, sugerindo que seus hábitos foram mais afetados pela pandemia. Além disso, também mostra que a recuperação foi inferior aos dos homens, e isso indica maiores efeitos de longo prazo entre as mulheres. Testes de diferença de média da queda e da recuperação foram realizados para homens e mulheres e as diferenças das médias, foram consideradas estatisticamente significativas para ambos. Vê-se que enquanto os homens atingiram 72,29% da média pré-crise, as mulheres atingiram menos de 60% da média de visitas do período anterior à pandemia.

A pandemia afetou de maneira diversa as várias faixas etárias, sendo que foi mais letal aos mais velhos e menos danosa aos jovens. Sendo assim, espera-se que o impacto negativo da pandemia nos hábitos dos mais velhos seja maior que entre os mais jovens. Isso de fato ocorreu com a população idosa entrevistada, tendo a maior queda percentual de frequência das faixas etárias avaliadas – com diminuição de 57,62%. Outro ponto importante é que a população idosa já tinha a menor frequência de visitação entre os grupos avaliados (5,03%), o que pode aumentar ainda mais o custo de redução dos seus hábitos de visitação.

A categoria com a segunda maior redução percentual de frequência foi a da população de 45 a 59 anos (-52,26%) e, a terceira maior queda foi a dos entrevistados de 35 a 44 anos (-48,86%). Uma hipótese para isso é que, essas categorias, possivelmente têm variações de maior magnitude por serem grupos que participam mais ativamente do mercado de trabalho. E, portanto, têm maior frequência de atividades fora de casa e, por conseguinte, maior circulação. Desse modo, o distanciamento teria impacto maior nas faixas que naturalmente saem mais de casa. A categoria com a menor queda de visitas em relação à base inicial é a dos jovens. Isso pode ser, em grande parte, decorrente do menor risco de sintomas graves desta faixa etária em conjunto com uma menor frequência inicial de visitação. As características da recuperação por faixa etária podem ser vistas na Tabela 4.

Tabela 4 - Recuperação dos hábitos por faixa etária (comparação entre as frequências mensais de visitação para cada grupo)

Faixa Etária	Frequência mensal			Variação [1] para [2]	Variação [2] para [3]	Nível Atual em Relação ao Nível Pré-Pandemia [3]/[1]
	Pré Pandemia [1]	Abril/21 [2]	Junho/22 [3]			
18 a 24 anos	5,24	2,97	4,82	-43,32%	62,27%	91,98%
25 a 34 anos	5,77	2,96	4,15	-48,58%	39,83%	71,90%
35 a 44 anos	5,90	3,02	3,85	-48,86%	27,67%	65,29%
45 a 59 anos	5,70	2,72	3,33	-52,26%	22,43%	58,45%
60 anos ou mais	5,03	2,13	3,16	-57,62%	48,39%	62,88%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

A recuperação da frequência de visitas segue um padrão de “U”, com a recuperação mais baixa entre o grupo intermediário 35 a 59 anos, e maior entre os jovens e idosos. O padrão discrepante é dos idosos, de 60 anos ou mais, que registraram uma recuperação mais alta do que a da população adulta. Uma possível razão é do efeito do perfil da amostra de respondentes: não foi possível rejeitar a hipótese de que as diferenças observadas entre a recuperação do grupo de 60 anos ou mais e os outros grupos, sejam fruto da amostragem. Entretanto, a diferença da recuperação entre os jovens de 18 a 24 anos com todos os outros grupos é estatisticamente significativa ao nível de 10%.

A última característica a ser observada é a condição de trabalho. Sabe-se que parte da população aderiu ao trabalho remoto, tanto na modalidade híbrida, quanto na totalmente remota. Espera-se, com isso, que a frequência de visitação a alguns ambientes seja afetada, já que as pessoas reduzem suas saídas de casa com o teletrabalho.

Observa-se que, antes da pandemia, não havia diferença na frequência de visitação a diferentes ambientes entre os trabalhadores em diferentes modalidades de trabalho, que apresentavam média de frequência de visitação muito similares, como mostra a Tabela 5. Entretanto, há uma clara diferença entre os que trabalham e os que não trabalham.

Tabela 5 - Recuperação dos hábitos por condição de trabalho (comparação entre as frequências mensais)

Condição de Trabalho	Frequência mensal			Variação [1] para [2]	Variação [2] para [3]	Nível Atual em Relação ao Nível Pré-Pandemia [3]/[1]
	Pré Pandemia [1]	Abril/21 [2]	Junho/22 [3]			
Não	5,16	2,15	2,94	-58,35%	36,79%	56,98%
Sim, alguns dias na residência e outros fora	-	-	4,08	-	-	-
Sim, apenas na residência ou em teletrabalho	5,96	2,67	3,34	-55,17%	25,17%	56,12%
Sim, fora da residência	5,82	3,41	4,03	-41,38%	18,26%	69,32%

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156
 Nota: A opção só foi inserida na segunda pesquisa.;

A queda absoluta na frequência de visitação foi mais pronunciada entre aqueles que trabalhavam na residência ou faziam teletrabalho. A média de visitas do grupo foi de 5,96% para 2,67%, representando uma queda absoluta de 3,29% e uma queda percentual de 55,17%. A adoção repentina do teletrabalho e consequentemente uma brusca alteração de rotina por várias pessoas, deve ter sido um fator contributivo para a magnitude da redução. Em contraste a essa realidade, os trabalhadores que mantiveram o trabalho presencial foram os de menor queda na sua frequência de visitação (-41,38%), possivelmente devido à manutenção de parte de suas rotinas.

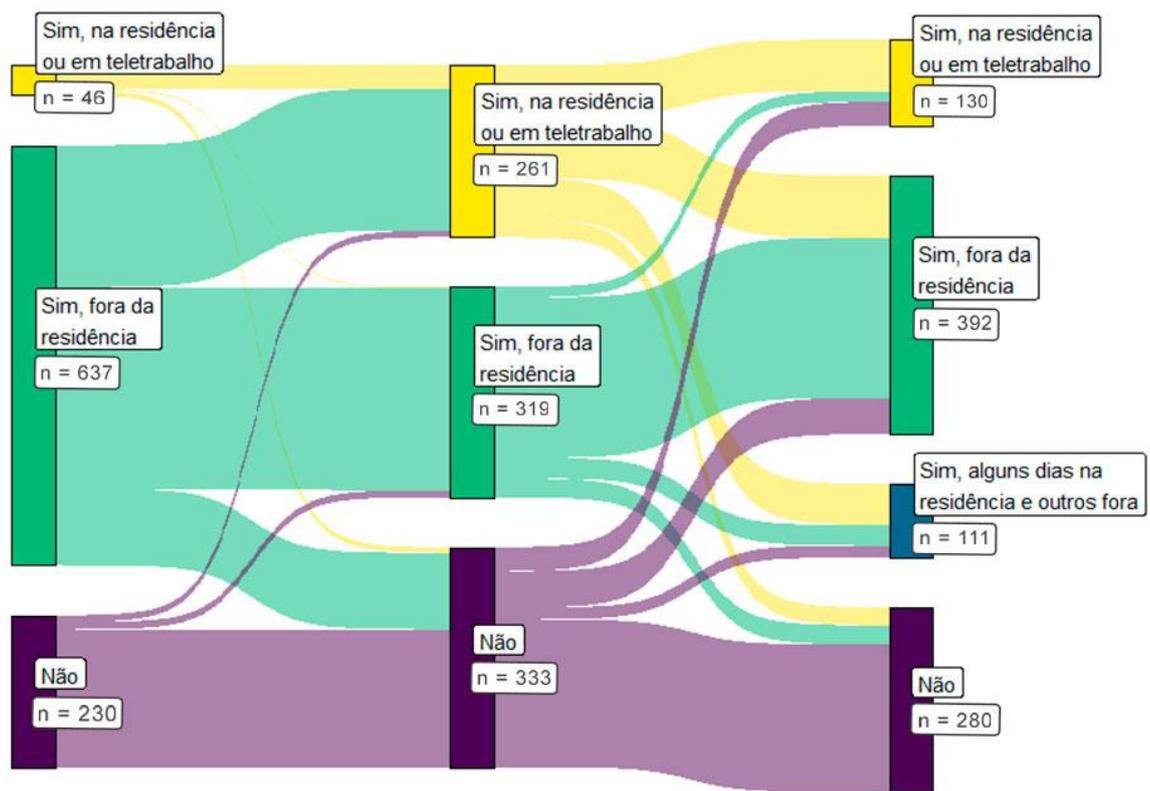
A recuperação percentual da frequência de visitas é liderada pelos indivíduos que não tinham trabalho no segundo período (36,79%), tendo também a maior recuperação absoluta das médias (de 2,15 para 2,94, representando um aumento de 0,79%). Os entrevistados que mantiveram trabalho presencial durante a segunda pesquisa, foram os que obtiveram a menor recuperação absoluta (de 3,41, para 4,03, aumento de 0,62%), sendo um resultado esperado, posto que o grupo apresentou a menor queda.

3.3. Trabalho

Como se sabe, a pandemia alterou as dinâmicas do mercado de trabalho, com efeitos de curto e longo prazos. Nem todos os trabalhadores que perderam seus empregos durante a pandemia, conseguiram se reinserir no mercado de trabalho. Simultaneamente, nem todos os trabalhadores cujos empregos entraram em regimes de teletrabalho durante os períodos de distanciamento, voltaram a trabalhar presencialmente com o arrefecimento dos casos e óbitos.

Na Figura 4, pode-se observar o contingente de entrevistados em cada situação de trabalho para os três períodos analisados.⁸ O número de entrevistados que respondeu não estar trabalhando, se elevou no mês de abril de 2021 com relação ao período pré-pandemia. A mudança de 230 entrevistados para 333 representa um aumento aproximado de 44,78%. O número de entrevistados que respondeu não estar trabalhando durante a segunda pesquisa (junho/22) foi de 280, acima do número encontrado no período pré-pandemia em 21,74%.

Figura 4 - Trabalho antes da pandemia e durante as pesquisas



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

⁸ Os fluxos do diagrama de Sankey da Figura 4 são independentes, ou seja, não se trata de uma análise de cada entrevistado em cada um dos períodos. O diagrama demonstra visualmente a relação de fluxo entre duas variáveis (dois períodos). Devido à presença de telefones repetidos na amostra, o diagrama apresenta 913 observações em cada período.

Assim como os hábitos de circulação, os dados sugerem que o total dos entrevistados que estavam trabalhando no momento da segunda pesquisa, não voltou aos patamares vistos no período anterior à COVID-19. A Figura 4 permite observar que uma pequena fração dos entrevistados que não trabalhavam no período pré-crise, passaram a trabalhar durante a pandemia, dividindo-se entre o trabalho fora da residência, na residência ou em regime de teletrabalho.

Dentre os que responderam estar trabalhando no período pré-pandemia, houve aumento dos que trabalhavam em casa – de 46 para 261, um aumento de 467%. E ainda a redução do número de trabalhadores que em funções fora da residência de 637 para 319. Já uma fração considerável dos entrevistados que trabalhavam fora de casa, passou para o trabalho na residência, com uma fração de pessoas sem ocupação.

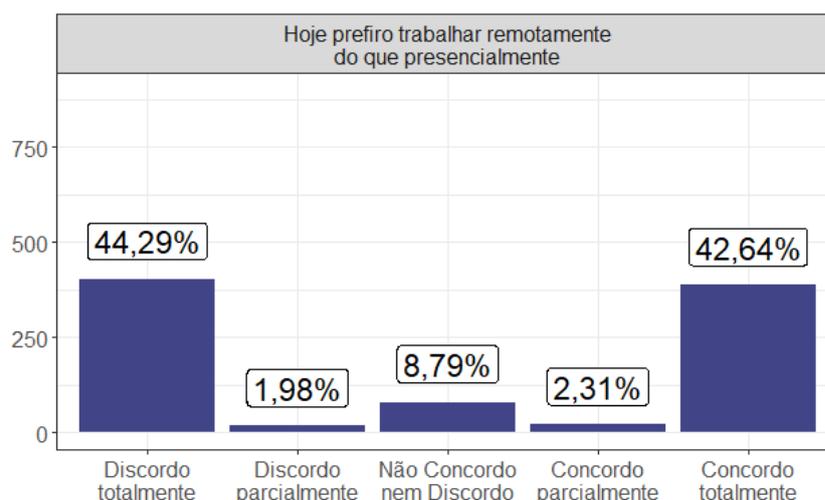
Analisando as respostas da segunda pesquisa em relação à primeira, o número de entrevistados trabalhando fora da residência aumentou, mas não atingiu os níveis anteriores à pandemia. A maior parte dos trabalhadores que trabalhavam fora de suas residências na primeira pesquisa, continuaram o trabalho, de modo que o aumento desta modalidade veio principalmente de quem estava em teletrabalho e voltou ao presencial. Mas também de entrevistados que não estavam ocupados e passaram a trabalhar de forma presencial.

Para os trabalhadores que durante a primeira pesquisa responderam estar em teletrabalho na residência, houve uma segmentação expressiva das respostas. O número de entrevistados que estavam em teletrabalho na segunda pesquisa foi de 130, representando uma redução de aproximadamente 50,19% em relação à primeira pesquisa. Subtrai-se que uma fração considerável dos que antes estavam em teletrabalho, passaram a trabalhar presencialmente. É possível supor que se tratam de trabalhadores que migraram para regimes de teletrabalho por conta da pandemia, mas que após a redução das taxas de casos e óbitos, optaram pelo retorno das atividades presenciais ou às atividades exercidas que demandaram um retorno para o regime de trabalho fora da residência. Outra fração expressiva saiu do trabalho totalmente remoto para regimes híbridos.

A implementação impositiva do teletrabalho, porém, dividiu as opiniões dos entrevistados sobre modalidades de trabalho não presencial. Sabe-se que o trabalho remoto frequentemente reduz os custos de transporte e de alimentação, além de gerar mais flexibilidade. Simultaneamente, o teletrabalho também pode gerar insatisfações quando os ambientes de trabalho e de descanso se misturam.

Na Figura 5, 44,29% dos entrevistados discordaram totalmente do trabalho remoto, enquanto 42,64% responderam preferir o remoto ao presencial. Ressaltam-se os baixos percentuais de respostas entre os extremos, com 8,79% dos entrevistados não concordando e nem discordando. Há, portanto, uma clara diferença entre os trabalhadores em termos de preferência pelo teletrabalho representada por dois grandes grupos de rejeição e aceitação da modalidade. A partir das Figuras 4 e 5, pode-se conjecturar que houve mudança nas preferências entre os tipos de regimes de trabalho, por parte dos entrevistados. Há a hipótese de que uma parte dos trabalhadores que foram obrigados a aderir a um modelo de trabalho remoto, se adaptou à modalidade e pode ter optado por continuar trabalhando remotamente. Simultaneamente, outra parcela de entrevistados pode não ter se adaptado bem ao teletrabalho (ou houve insatisfação por parte dos empregadores), de modo que o trabalho presencial foi retomado assim que possível.

Figura 5 - Preferência dos entrevistados pelo teletrabalho



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

3.4. Hábitos virtuais

Diferentemente do trabalho anterior, a segunda pesquisa inseriu perguntas do tipo Concordo/Discordo focadas em hábitos relacionados aos usos da internet e de aplicativos. As questões visam averiguar se os entrevistados passaram a utilizar mais os meios eletrônicos após a necessidade de suspensão das atividades presenciais em decorrência da pandemia. A Figura 5 contempla os resultados das perguntas na linha Discordo/Concordo.

Com base na Figura 6, observou-se que 46,92% dos entrevistados concordaram totalmente que realizavam mais compras em sites online atualmente, do que antes da pandemia. Enquanto 33,63% discordaram totalmente dessa afirmação. Os que concordam parcialmente ou totalmente são 55,05%, sugerindo que a pandemia estimulou as compras via internet de vários produtos. Não se exclui a possibilidade de que esse fator influencie na menor visitação aos ambientes comerciais.

Apesar do grande percentual de entrevistados que utiliza aplicativos e sites online para compras, essa tendência não se estende para os produtos de supermercado. Somente 8,46% dos entrevistados concordam completamente e 2,20% parcialmente. Eles fazem mais compras de supermercado por aplicativo do que presencialmente, enquanto 79,89% não o fazem (discordam totalmente). Isso indica que as idas a mercados e supermercados, ainda não passaram por uma transição digital similar a que ocorreu em outros setores, ainda sendo dependente de espaços físicos para compras.

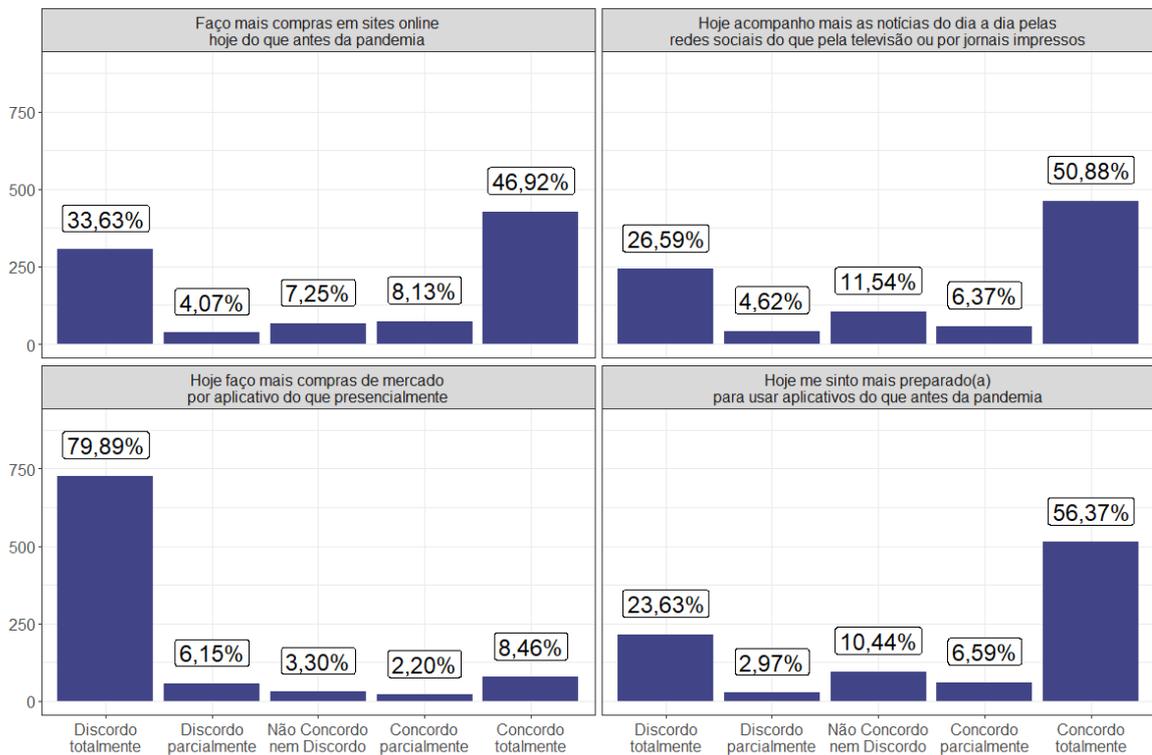
Em relação ao consumo de notícias, 50,88% dos entrevistados responderam concordar totalmente com a afirmação de que se utilizam mais de redes sociais do que de telejornais e jornais impressos para se informar. Sendo que 6,37% concordam parcialmente e, 11,54%, nem concordam nem discordam. Mais de 30% dos entrevistados discordam total ou parcialmente, o que sugere que tais entrevistados ainda usem mais os jornais impressos ou televisivos para se informar. Isso indica que as redes sociais se configuram como um importante meio de informação para os entrevistados, ainda que se observe alguma preferência para mídias mais tradicionais por uma fatia importante dos entrevistados.

Um dos pontos mais importantes na pesquisa foi a investigação sobre o uso de aplicativos, que são um dos principais canais para realização de compras online, porque

possibilitam a posse de documentos/comprovantes virtuais, como o Conecte SUS Cidadão e a Carteira Nacional de Habilitação. Eles também cobrem a realização de operações de pagamentos, recebimentos, e transferências e o uso de redes sociais. Com relação ao uso de aplicativos, mais da metade dos entrevistados (56,37%) concordam totalmente que se sentem mais preparados para utilizá-los do que antes da pandemia. Somados os que concordam total e parcialmente, o percentual de entrevistados foi de 62,96%. Uma hipótese para isso é que a pandemia pode ter criado um “efeito de aprendizado” em que pessoas passaram a usar mais aplicativos no dia a dia e aprimoraram o seu uso. Uma outra hipótese, não excludente, é que as empresas e o próprio governo se esforçaram em fornecer produtos e serviços pelo meio digital, incentivando a população a usar essas ferramentas. No entanto, 10,44% da amostra não concordam nem discordam que se sentem mais preparados para usar meios digitais do que antes da pandemia. E 29,6% dos entrevistados discordam total ou parcialmente dessa afirmação.

Dentro do contexto dos hábitos virtuais da população, a pesquisa também perguntou aos entrevistados sobre a conclusão de cursos online e assinatura de serviços de *streaming* de filmes ou séries (Netflix, HBO Max, Prime Video, etc.) no contexto da pandemia. Assim, 337 entrevistados – 37,03% do total – alegaram ter concluído algum curso online durante a pandemia. Cerca de 6,7% dos entrevistados começaram, mas não concluíram nenhum curso e, 56,15% (511 entrevistados), não iniciaram, nem finalizaram cursos online por meio virtual. As respostas sobre realização de cursos podem ser encontradas na Tabela 6.

Figura 6 - Hábitos virtuais



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Tabela 6 - Realização de cursos online durante a pandemia

Conclui algum curso online por meio virtual	Entrevistados
Sim	337
Não	511
Comecei mas não concluí	61
Não sabe/Não respondeu	1

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

Quanto aos serviços de *streaming*, subentende-se que com o distanciamento em decorrência da pandemia, possivelmente ocorreu alguma substituição de visitas a cinemas - fonte de aglomeração - pela assinatura desses programas. É comum que um consumidor assine mais de uma fonte de *streaming*, por isso as respostas de “Sim” implicam que o entrevistado assinou um novo acesso, mesmo que já possuísse outro. E as respostas “Não” significam que o entrevistado não assinou um serviço durante a pandemia e não possuía nenhum outro. Essa diferenciação é importante ao se ponderar que os acessos ao *streaming* abrangem muito mais do que séries e filmes, incluindo também músicas e outras opções, sobretudo de áudio e vídeo.

O número de entrevistados que assinaram um novo serviço de *streaming* durante a pandemia foi de 162, correspondendo a 17,80% do total de entrevistados. Além disso, 500 entrevistados (54,95%) já possuíam algum serviço e não assinaram um novo, e 247 entrevistados (27,14%) não possuíam e não assinaram acessos a de filmes e séries.

Tabela 7 - Assinatura de serviços de *streaming*

Assinou serviço de <i>streaming</i> de filmes e séries	Entrevistados
Sim	162
Não	247
Já possuía	500
Não sabe/Não respondeu	1

Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156

3.5. Mobilidade

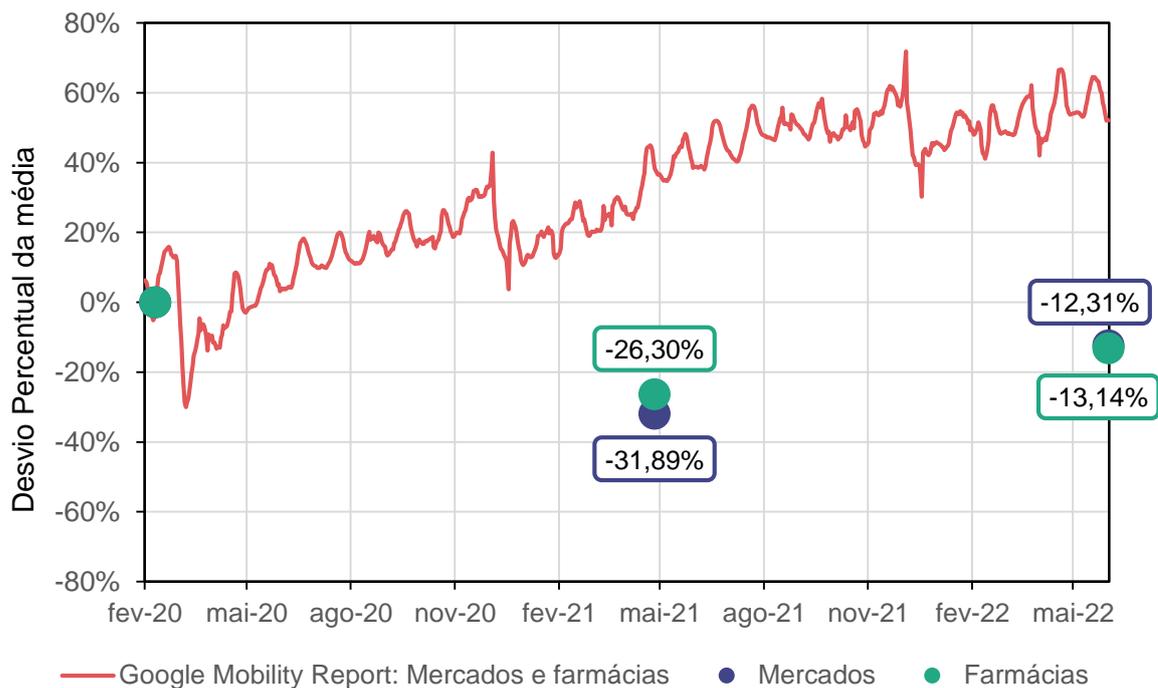
A frequência de visitação pode ser analisada conjuntamente com dados georreferenciados de mobilidade da população do Distrito Federal. A empresa norte-americana Google desenvolveu uma base de dados de mobilidade para diferentes grupos de locais com categorias semelhantes no contexto da pandemia. Os dados expressam o desvio percentual da média de circulação considerada “normal” para cada lugar.⁹ As Figuras 7, 8 e 9 agrupam dados da pesquisa com os dados de mobilidade por semelhança de locais. Para consonância do formato dos dados, foi realizado o desvio percentual da média de circulação dos entrevistados em relação ao período anterior à pandemia. Compreendeu-se como período “Pré-Pandemia” o início do mês de fevereiro de 2020; os percentuais da primeira e segundas pesquisas estão dispostos no fim do período de coleta dos dados de cada trabalho.

⁹ Segundo o relatório de mobilidade da comunidade da Google, o referencial para a mobilidade normal seria o valor mediano do período de cinco semanas (3 de janeiro a 6 de fevereiro de 2020). Mais informações em <https://www.google.com/covid19/mobility/>

Na comparação com o momento imediatamente anterior à crise sanitária, a média móvel de 7 dias do índice de mobilidade para os mercados e farmácias, apresenta comportamento com sazonalidade, porém crescente com o passar dos meses. Em maio de 2021, o índice estava próximo aos 40% e em junho de 2022, atingiu valores superiores a 50%. Em contrapartida, os desvios da média de circulação da Pesquisa 156, apresentaram queda nos dois locais e nas duas consultas. O índice para os mercados atingiu -31,90% na primeira pesquisa e -12,30% na segunda. Já o índice para farmácias foi de -26,30% em maio de 2021 e -12,98% em junho de 2022. Ressalta-se que os desvios das médias de circulação de mercados e farmácias são bastante próximos, o que corrobora com a escolha do índice de mobilidade de agrupar os locais em um mesmo índice.

É evidente que mesmo se tratando de índices que nominalmente se referem aos mesmos tipos de estabelecimentos, existem diferenças metodológicas consideráveis entre os dados obtidos pela Pesquisa 156 e o georreferenciamento realizado pela empresa Google. A pesquisa telefônica conta com as respostas de uma parte da população para a frequência mensal de visitas aos estabelecimentos, enquanto os dados de mobilidade da big tech partem do uso da localização dos aparelhos eletrônicos para estimar mudanças no número de visitantes e/ou tempo gasto nos diferentes estabelecimentos.

Figura 7 - Desvio Percentual da média de visitas a parques e farmácias x *Google Mobility Report* Mercados e Farmácias

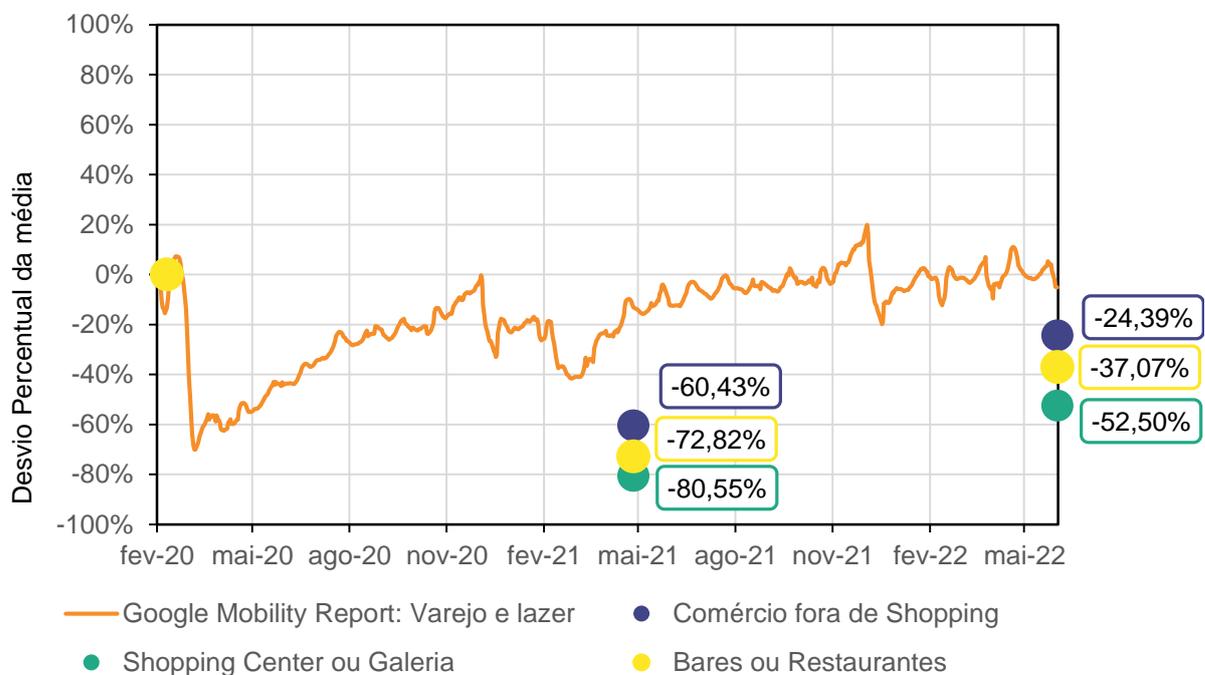


Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156 e os dados de mobilidade da *Google Mobility Report*

As diferenças entre os dois índices podem ser vistas também dentro da seara do Varejo e Lazer, cujo índice de mobilidade compreende as tendências de circulação de lugares como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas. O índice apresenta forte queda no início da pandemia, e recuperação ao longo dos meses. Há um componente sazonal, com alta da mobilidade durante o mês de dezembro e, a partir do ano de 2022, o índice passou a ficar mais próximo de zero, ou seja, do valor de referência pré-pandemia.

Como já exposto, as diferenças metodológicas impossibilitam análises comparativas mais profundas que possam explicar as diferenças nas tendências dos dois índices. Em um momento de tendência de crescimento do índice de mobilidade, os desvios das médias calculadas o para comércio fora de shoppings, bares/restaurantes e nos shoppings, tiveram quedas expressivas na data da primeira pesquisa. O comércio fora de shoppings caiu cerca de 60,40%, a frequência a bares e restaurantes 72,80% e a de circulação em shoppings teve a maior queda, de 80,60%. Analisando os valores da segunda pesquisa em relação ao período anterior à pandemia, tem-se que a posição das frequências em relação à magnitude da queda se manteve, apesar do valor dos três níveis terem se elevado. O nível de frequência do comércio fora de shopping registrou variação de -24,32%, bares e restaurantes apresentaram -36,93% e a frequência dos shoppings mostrou 52,63% de queda em relação ao período pré-pandemia. Como exposto na seção de recuperação, a circulação dos entrevistados subiu na comparação com a primeira pesquisa, mas não atingiu ainda os valores relatados para o período anterior ao coronavírus.

Figura 8 - Desvio percentual da média de visitas de estabelecimentos comerciais x Google Mobility Report Varejo e Lazer



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156 e os dados de mobilidade da Google Mobility Report

A Figura 9 agrupa o desvio em relação à média pré-pandemia da circulação dos entrevistados em parques com o índice de mobilidade da Google para parques (parques nacionais, praias públicas, marinas, parques para cães, praças e jardins públicos). É possível notar que o índice de mobilidade aponta para uma queda abrupta próxima aos 70% nas visitas no início da pandemia. Vê-se outra baixa expressiva durante o mês de fevereiro de 2021, seguida de uma recuperação e aparente retorno aos níveis de circulação pré-pandemia. Em contrapartida, o desvio da média em relação à circulação dos entrevistados em relação ao período pré-pandemia, se manteve aproximadamente constante nas duas pesquisas, atingindo -52,40 na primeira e -51,58 % na segunda.

Figura 9 - Desvio percentual da média de visitas a parques x *Google Mobility Report* Parques



Fonte: Elaboração própria a partir de dados das pesquisas realizadas pela Central 156 e os dados de mobilidade da *Google Mobility Report*

4. CONCLUSÃO

O presente estudo deu continuidade ao esforço da Codeplan (2021) para avaliar os hábitos de circulação da população do Distrito Federal ainda sobre a influência da pandemia, porém com o arrefecimento dos casos e óbitos. Para isso, foi retomado o contato com as mesmas pessoas da pesquisa realizada em abril de 2021, para observar a recuperação da frequência de visitação dos entrevistados em diferentes lugares.

Constatou-se uma recuperação significativa em quase todos os locais avaliados em relação à pesquisa anterior. Contudo, não foram superados os índices de visitas anteriores à pandemia. Observou-se, também, que a recuperação foi heterogênea, com níveis mais altos (maiores do que 50%) em locais como templos religiosos, comércio, mercados e casas de amigos/familiares; mas também houve recuperações menores (abaixo de 35%) em locais como shoppings, lotéricas, bancos e parques.

Observou-se uma maior queda e menor recuperação na circulação das mulheres em relação aos homens, corroborando com a hipótese de que os hábitos das mulheres foram mais afetados pela pandemia e que essa mudança pode ter efeitos de mais longo prazo. Também ficou evidente a diferença na queda e na recuperação dos hábitos de circulação entre as faixas de idade, sendo que as mais ativas no mercado de trabalho, tiveram as maiores quedas nos hábitos de visitação, enquanto a faixa de idade dos jovens teve a maior resposta positiva.

O fator trabalho também é relevante para a queda e recuperação na frequência de visitação. A queda na média de visitação foi maior entre as pessoas que realizavam teletrabalho e menor entre aqueles em trabalho presencial. A recuperação foi liderada pelos entrevistados que tinham trabalho híbrido no segundo período. E a menor é encontrada entre os que não tinham trabalho. Analisando os dados das duas pesquisas, foram também observadas movimentações relevantes de entrevistados que perderam o emprego e continuaram sem trabalho, além de profissionais que mudaram de regime de trabalho temporário ou permanente. O regime de trabalho dividiu as opiniões dos entrevistados entre os que preferem o trabalho presencial e aqueles que se adaptaram melhor ao teletrabalho.

Os entrevistados também demonstraram mudanças de hábitos referentes ao uso da internet e aplicativos para compras e notícias. Mas foi menor a porcentagem de entrevistados alegando usar aplicativos para compras de supermercado. Fatias significativas dos entrevistados responderam ter feito cursos online durante a pandemia e assinado serviços de *streaming* de filmes e séries.

O estudo analisou ainda os desvios das médias de circulação em relação ao período pré-pandemia, captados pelas duas pesquisas com os desvios percentuais na mobilidade detalhados por georreferenciamento. Mostrou-se diferenças metodológicas e a análise gráfico-comparativa dos dois índices, agrupando por semelhanças entre os estabelecimentos descritos.

Sinteticamente, a presente pesquisa contribui para a análise dos efeitos da pandemia sobre os hábitos em dois diferentes períodos. Os dados corroboraram com as expectativas de recuperação dos hábitos de visitação com relação à pesquisa anterior, além de indicar mudanças no sentido de uma maior integração com plataformas e serviços virtuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHE, S.M.; WICKHAM, H. **magrittr**: A Forward-Pipe Operator for R. 2022.
- DOWLE, M.; SRINIVASAN, A. **data.table**: Extension of `data.frame`. 2021.
- HENRY, L.; WICKHAM, H. **purrr**: Functional Programming Tools. 2020.
- R Core Team. **R**: A Language and Environment for Statistical Computing. Viena: R Foundation for Statistical Computing, 2022.
- CODEPLAN. **Pesquisa de Hábitos de Circulação dos Moradores do Distrito Federal**. Nota Técnica Codeplan, 2022.
- WICKHAM, H. **ggplot2**: Elegant Graphics for Data Analysis. Springer-Verlag New York, 2016.
- WICKHAM, H. **stringr**: Simple, Consistent Wrappers for Common String Operations. 2022.
- WICKHAM, H.; JENNIFER, B. **readxl**: Read Excel Files. 2022.
- WICKHAM, H. *et al.* **dplyr**: A Grammar of Data Manipulation. 2022.

Instituto de Pesquisa e Estatística do Distrito Federal - IPEDF Codeplan

Setor de Administração Municipal
SAM, Bloco H, Setores Complementares
Ed. Sede Codeplan
CEP: 70620-080 - Brasília-DF
Fone: (0xx61) 3342-2222
www.ipe.df.gov.br
ipe@ipe.df.gov.br