

NOTA Técnica

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

Brasília-DF, março de 2023

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

Ibaneis Rocha
Governador

Celina Leão
Vice-Governadora

**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**

Manoel Clementino Barros Neto
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
- Alisson Carlos da Costa Silva - Assistente

Gerência de Avaliação de Políticas Socioeconômicas - GEAPS/CEAPS/DIEPS

- João Pedro Cardoso Dias - Gerente

Gerência de Estudos e Políticas Socioeconômicas - GEEPS/CEAPS/DIEPS

- Vinicius Quintanilha Nunes - Gerente

Revisão e copidesque

Eliane Menezes - Ascom

Editoração Eletrônica

Maurício Suda - Ascom

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. METODOLOGIA	9
3. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	12
3.1. Características dos indivíduos.....	12
3.2. Trabalho e Rendimento	13
3.3. Mobilidade	15
3.3.1. Média de visitação a estabelecimentos por faixa etária	15
3.3.2. Média de visitação a estabelecimentos por sexo	15
3.3.3. Média de visitação a estabelecimentos por rendimento mensal familiar	16
3.3.4. Média de visitação a estabelecimentos pela modalidade de trabalho exercida	17
3.4. Presença digital	18
3.4.1. Comportamento online/virtual dos entrevistados nas compras, notícias e trabalho	19
3.4.2. Compras online de eletroeletrônicos e eletrodomésticos por faixa de rendimento domiciliar	20
3.4.3. Modalidade de trabalho por faixa de rendimento domiciliar.....	21
3.4.4. Preferência pela modalidade de trabalho.....	22
3.4.5. Uso de redes sociais por faixa etária	23
3.4.6. Acompanhamento de notícias via aplicativos.....	24
3.4.7. Dificuldades no uso de aplicativos para acesso a serviços públicos e privados	25
4. CONCLUSÃO	27
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29

1. INTRODUÇÃO

Com o objetivo de avaliar os impactos da pandemia da COVID-19 nos hábitos da população, as duas primeiras edições da Pesquisa de Hábitos mensuraram a redução na circulação de pessoas a partir da frequência de visitas em locais específicos, antes e durante a pandemia.

Reconhecendo que a pandemia representa um marco no processo de transformações iniciado antes mesmo do surgimento da COVID-19, ao mesmo tempo em que se compreende que esse processo tem continuidade, a terceira edição da Pesquisa de Hábitos deixa de ter como foco os efeitos causados pela Pandemia e dá início a uma nova série de pesquisas que busca retratar e compreender a dinâmica relacionada à mobilidade da população, à forma de trabalho e ao padrão de consumo. Além disso, esta edição traz um bloco de questões relacionadas aos hábitos digitais que avaliam a presença da população nas redes sociais, bem como hábitos de consumo por meio de aplicativos.

Os resultados mostraram que as médias de visitação mensal variam para os diferentes setores pesquisados conforme características demográficas. Por exemplo, percebe-se que a população mais jovem concentra as maiores médias de visitação em alguns ambientes.

Analisadas as médias de visitação por grupos de rendimento familiar, os resultados revelam uma desigualdade existente entre os mais ricos e os mais pobres em relação ao acesso a determinados espaços. Estabelecimentos classificados como do setor “Esporte e Lazer” apresentam médias de visitação para a classe de renda mais elevadas que chegam a ser mais que o quádruplo do observado para a classe de renda mais baixa.

Em relação à modalidade de trabalho, notou-se que indivíduos que trabalham fora de casa apresentam frequência de visitação mais elevada do que aqueles que exercem suas atividades na modalidade de Teletrabalho.

A presença da população nas redes sociais, a forma de uso dos diversos aplicativos, bem como o nível de dificuldade em lidar com ferramentas digitais estão relacionados à idade e à renda dos indivíduos.

Esta pesquisa serve como instrumento necessário para a compreensão do comportamento da população, contribuindo para a elaboração de políticas públicas por gestores públicos oferecendo informações sobre a dinâmica observada em estabelecimentos de diversos setores, a forma de uso e o perfil de usuários de redes sociais e aplicativos de compras, informações úteis para quem deseja empreender.

Esta nota é composta das seguintes partes: No Capítulo 2, é apresentada a metodologia empregada na coleta e análise de dados. No Capítulo 3, tem-se a análise dos resultados obtidos, com as seguintes seções:

- Características dos indivíduos: Descrição das variáveis sexo, estrutura etária;
- Trabalho e rendimento: Caracterização da população segundo a modalidade de trabalho exercida e segundo o rendimento familiar;

- Mobilidade: Análise das médias de visitação segundo as características demográficas e socioeconômicas;
- Presença digital: Análise do uso de redes sociais e aplicativos.

Por fim, no Capítulo 4, é apresentada a conclusão do trabalho com uma discussão abordando os principais resultados obtidos na Pesquisa. E, ao final da nota, são listadas as principais referências bibliográficas adotadas.

2. METODOLOGIA

Diferente das edições anteriores, esta edição não tem como objetivo avaliar os impactos relacionados à pandemia da COVID-19, mas avaliar os padrões de comportamento da população do Distrito Federal no período compreendido entre 1º de agosto a 13 de outubro de 2022 quando o questionário foi aplicado. Como novidade, foi inserido um bloco de questões relacionadas aos hábitos digitais que avaliam a presença da população nas redes sociais, bem como aos hábitos de consumo por meio de aplicativos.

A Pesquisa de Hábitos tem como população-alvo o conjunto de pessoas com 18 anos ou mais residentes no Distrito Federal. A Pesquisa foi executada por meio de ligações telefônicas realizadas pela Central 156, considerando uma amostra de 30.866 números de telefones, selecionada de uma lista gerada a partir de três cadastros:

- Cadastro de Habilitados do Detran - DF;
- Cadastro de registros de usuários dos serviços do 156;
- Cadastro de candidatos a beneficiários dos programas habitacionais da Codhab.

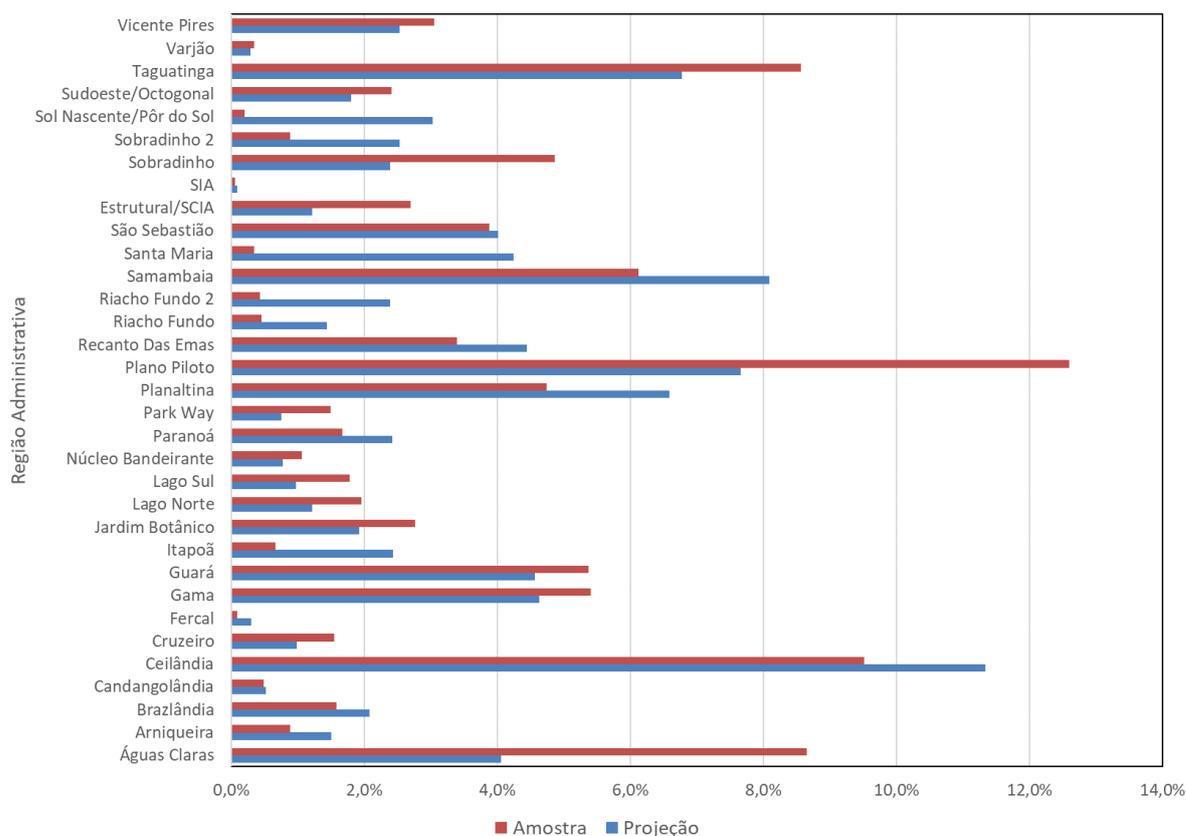
Com a amostra selecionada, buscou-se manter a representatividade das Regiões Administrativas (RA), considerando uma alocação proporcional ao tamanho da população observado para cada RA nas projeções elaboradas pela Codeplan. A Figura 1 apresenta a distribuição da população por RA e a dos entrevistados por local de moradia declarado.

É perceptível que há uma super-representação para algumas regiões consideradas de alta renda e sub-representação para algumas regiões de baixa renda. Esse fato está associado às características dos cadastros que, além de contemplarem mais indivíduos de regiões consideradas de alta renda, podem apresentar níveis de atualização diferenciados por Região Administrativa. O uso de pesos amostrais ameniza os possíveis vieses relacionados a essa distorção, justificando seu uso neste estudo.

Dessa forma, os resultados apresentados a partir deste ponto foram produzidos considerando a aplicação de pesos, possibilitando, assim, a realização de inferência para o total da população.

A amostra selecionada para esta edição é independente das amostras utilizadas nas duas primeiras edições e tem cadastro de indivíduos diferente daquele já utilizado, o que limita as comparações de resultados entre as diferentes edições.

Figura 1 - Distribuição da projeção x amostra - Comparações em cada RA



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

Do total da amostra, foram entrevistadas 3.748 pessoas no Distrito Federal para as quais foi aplicado um questionário composto pelos seguintes blocos: no 1º bloco, foram realizadas perguntas sobre faixa etária, sexo e questões referentes à situação e à modalidade de trabalho (se está ou não desempregado, se trabalha em regime híbrido, teletrabalho ou totalmente presencial). No 2º bloco, questiona-se os entrevistados sobre quais foram os seus hábitos de visitação em um mês nos seguintes tipos de serviços:

- Empreendimentos Comerciais: Bares ou Restaurantes (trabalho), Bares ou Restaurantes (lazer), Comércio fora de Shopping, Salões de beleza ou barbeiros, Shopping center ou Galeria;
- Esporte e Lazer: Academia, Estúdios de Ginástica ou lutas; Espaços culturais não musicais; Parques; Shows ou eventos culturais;
- Serviços Essenciais: Farmácia, Feiras de Hortifruti, Mercado ou Supermercado e Padaria;
- Social e Religioso: Casa de amigos ou familiares, Templo religioso ou cultos.

O terceiro bloco traz questões relacionadas aos hábitos digitais e tem como objetivo avaliar o comportamento dos entrevistados em relação aos hábitos de compras online e uso de redes sociais, além de analisar o grau de dificuldade que os entrevistados encontram ao acessar aplicativos de serviços públicos ou privados. As questões deste bloco estão relacionadas aos seguintes temas:

- Redes sociais usadas no mês;
- Compras de supermercados via online;

- Compras de eletrodomésticos via online;
- Grau de dificuldade no uso de aplicativos para acesso de serviços públicos e privados;
- Acompanhamento de notícias;
- Preferência por regime de trabalho (presencial, híbrido ou teletrabalho).

No último bloco, foram realizadas perguntas pontuais sobre em qual região administrativa (RA) o entrevistado mora e qual é o seu rendimento domiciliar/familiar. Esta última questão possibilita a avaliação da hipótese de que os hábitos dos indivíduos estão relacionados ao nível de renda familiar.

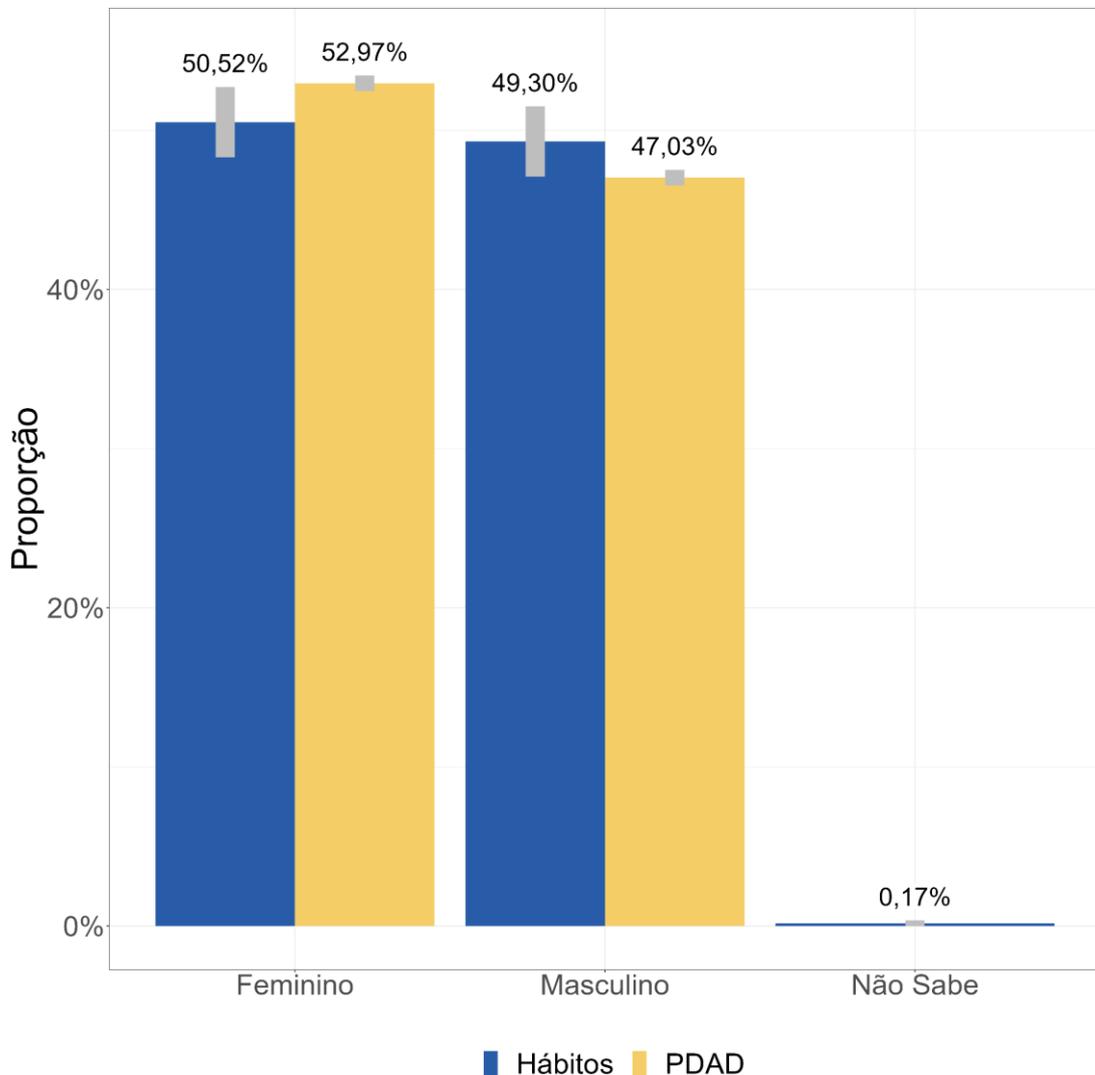
A avaliação dos dados foi realizada utilizando o *software R* (R Core Team, 2022), com os pacotes *data.table* (DOWLE e SRINIVASAN, 2021), *janitor* (FIRKE, 2019), *readxl* (WICKHAM e JENNIFER, 2022), *dplyr* (WICKHAM *et al.* 2022), *maggritr* (BACHE e WICKHAM 2022), *stringr* (WICKHAM, 2022), *purrr* (HENRY e WICKHAM, 2020) e *tidyverse* (WICKHAM *et al.*, 2016) usado para limpeza e manipulação dos dados e o pacote *ggplot* (WICKHAM, 2016) para criação dos gráficos.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1. Características dos indivíduos

A distribuição dos indivíduos por sexo mostra que 49,30% são homens, 50,50%, mulheres e 0,20% não teve seu gênero identificado. A Figura 2 mostra que a distribuição dos indivíduos com 18 anos ou captada pela Pesquisa de Hábitos se aproxima da observada pela PDAD 2021.

Figura 2 - Sexo



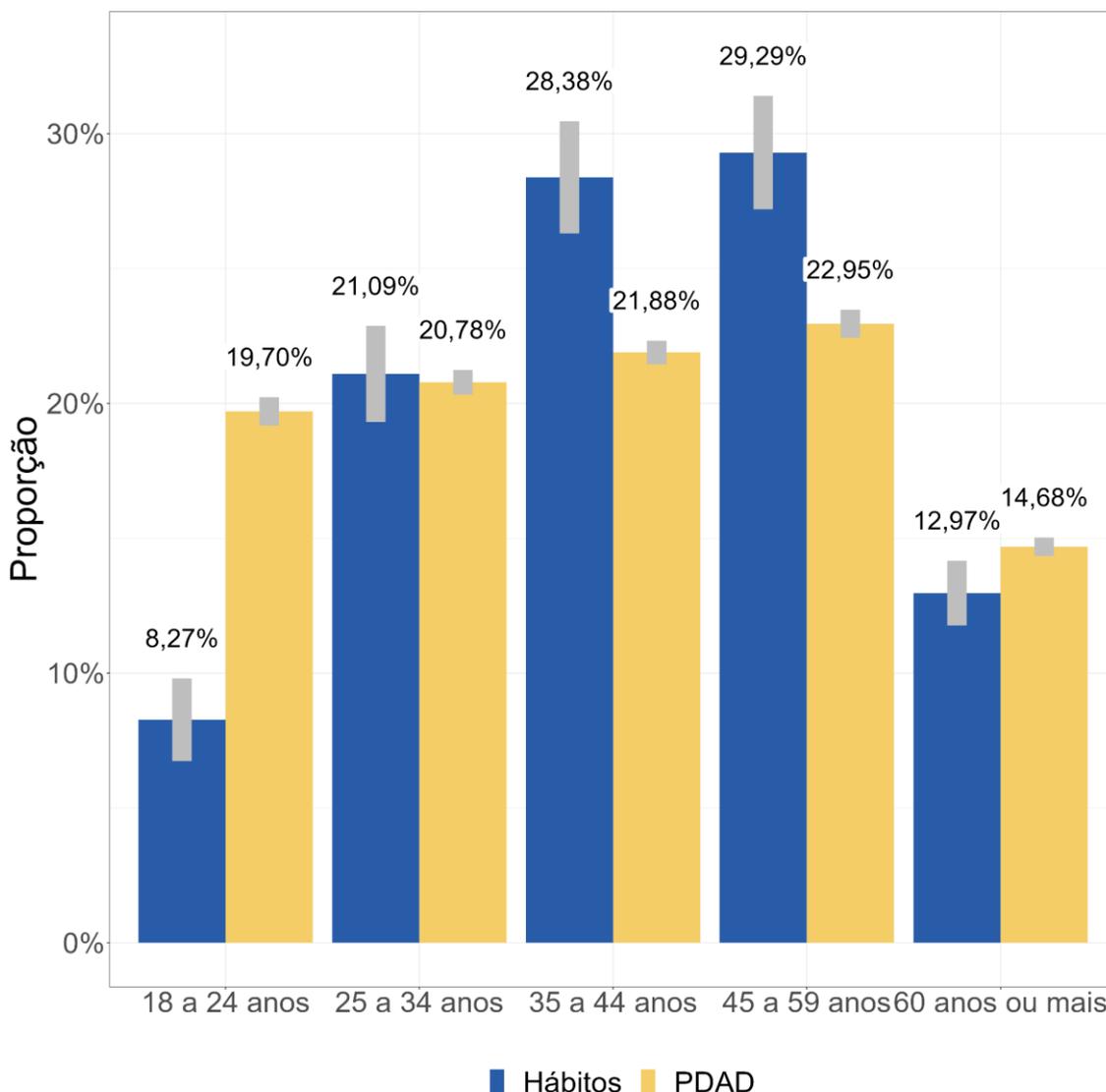
Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

Em relação à faixa etária, a análise da Figura 3 revela que 8,27% têm entre 18 a 24 anos e 21,90%, entre 25 a 34 anos, enquanto os que possuem idade entre 35 a 44 anos representam 28,38% do total da população. O maior grupo etário observado é o da faixa entre 45 a 59 anos, com 29,29% do total. Os indivíduos com 60 anos ou mais figuram com

12,97% do total. Percebe-se que a distribuição por faixa etária na Pesquisa de Hábitos se distancia da distribuição observada na PDAD 2021, principalmente na faixa “18 a 24 anos”. Isso pode estar relacionado às características do cadastro utilizado para a seleção da amostra, uma vez que boa parte desse cadastro é composta pela lista de habilitados do Detran - DF e por candidatos e beneficiários dos programas habitacionais da Codhab.

Como existe a exigência de maioridade, tanto para o processo de habilitação quanto para a inscrição nos programas da Codhab, espera-se que seja menor a participação de indivíduos dessa faixa etária nesses cadastros.

Figura 3 - Faixa etária

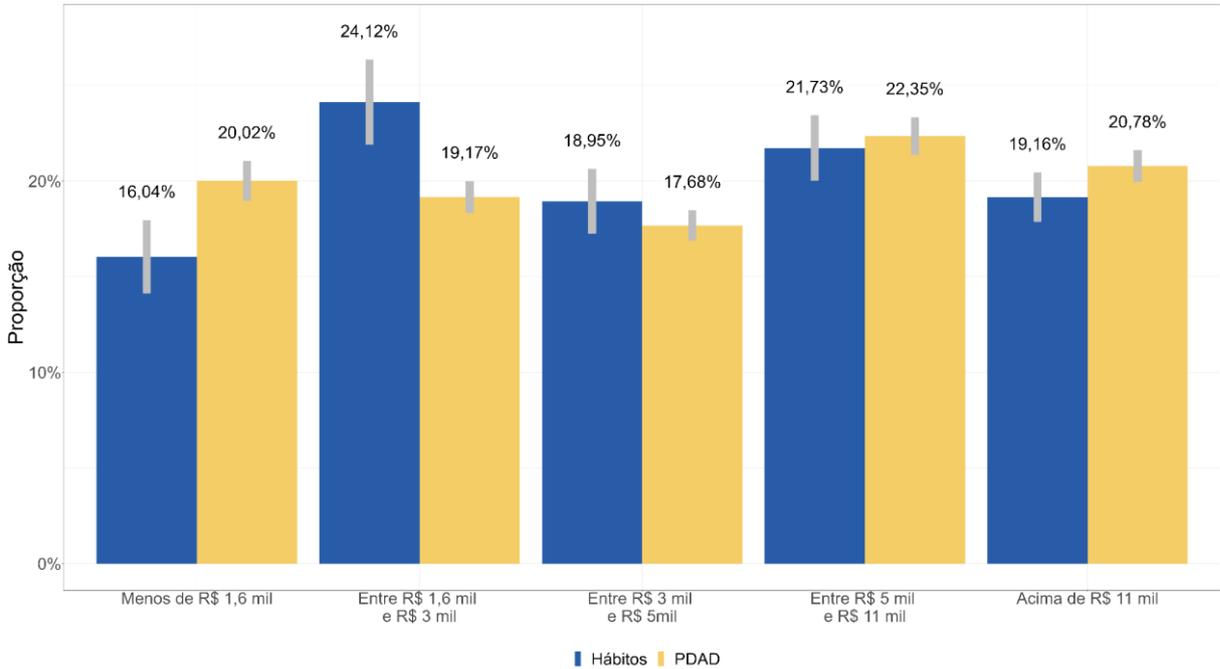


Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.2. Trabalho e Rendimento

Observando os grupos de rendimento familiar, nota-se que quase metade (49,13%) possui renda de até R\$ 5 mil (Figura 4). O grupo mais expressivo é o dos que possuem rendimentos entre R\$ 1,6 mil a R\$ 3 mil, que são 20,05% do total da população. A categoria com os rendimentos mais elevados, os que recebem acima de R\$ 11 mil, representa 15,93%. Por fim, 16,89% dos entrevistados não responderam sobre esse tópico.

Figura 4 - Rendimento domiciliar dos entrevistados

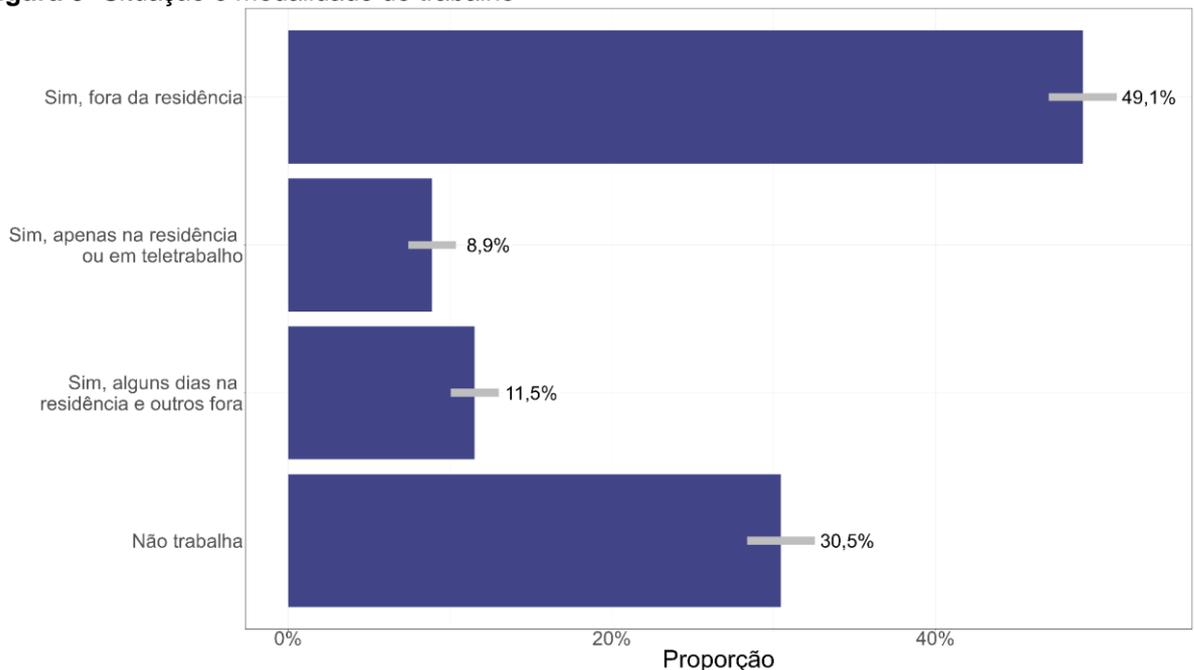


Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

Os entrevistados também foram perguntados sobre situação e modalidade de trabalho. A questão elaborada tinha como objetivo identificar se os indivíduos trabalhavam ou não, bem como se exercem suas atividades laborais em regime totalmente presencial, híbrido ou em teletrabalho.

Entre os respondentes, 30,50% não trabalham, 11,50% trabalham alguns dias na residência e outros, fora, e 8,9% trabalham apenas na residência ou em regime de teletrabalho (Figura 5). E 49,10% trabalham sob regime totalmente presencial.

Figura 5 - Situação e modalidade de trabalho



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

É importante ressaltar que a categoria “não trabalha” não pode ser interpretada como desemprego, pois a forma de elaboração da questão não permite a distinção entre aqueles que de fato estão em busca de atividade remunerada daqueles que são considerados inativos.

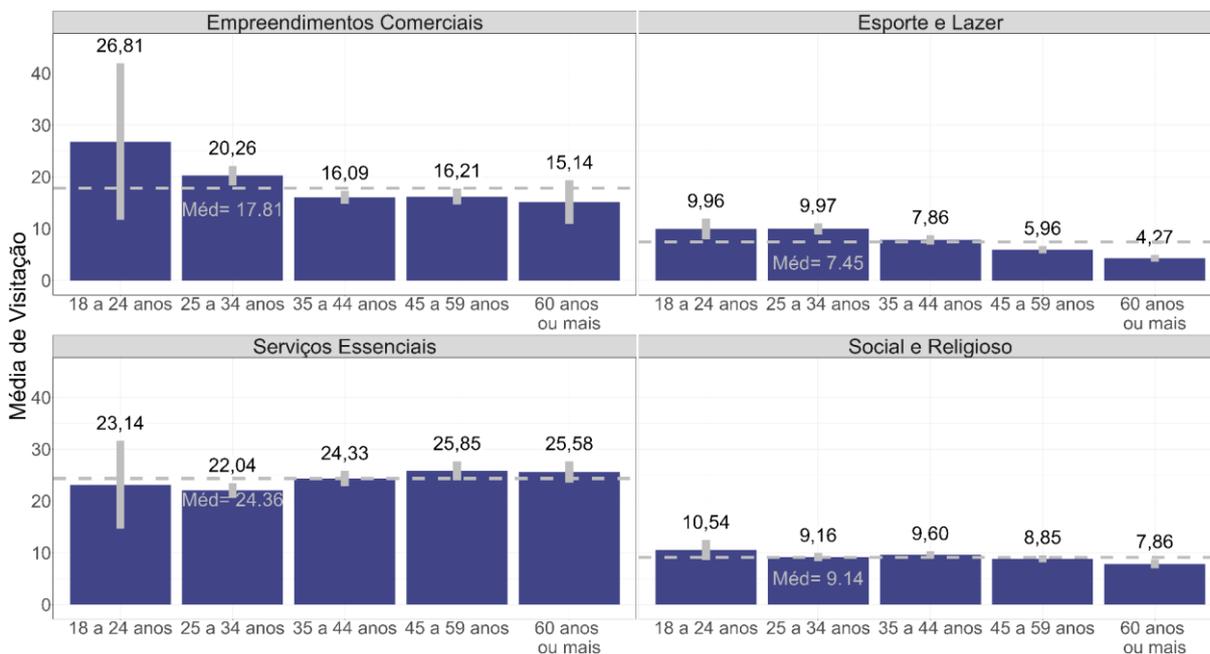
3.3. Mobilidade

Nesta seção, será avaliada a mobilidade em estabelecimentos dos quatro setores examinados neste estudo. Para tal, foram observadas as médias de visitação mensal dos indivíduos considerando as seguintes variáveis: faixa etária, sexo, rendimento domiciliar e modalidade de trabalho. Na Seção 2, é apresentada a lista dos tipos de estabelecimentos que compõem cada um dos setores avaliados.

3.3.1. Média de visitação a estabelecimentos por faixa etária

No recorte por faixa etária, nota-se que os mais jovens, aqueles com idades entre 18 a 34 anos, apresentam as médias de visitação mais elevadas em três dos quatro setores avaliados (Figura 6). A média de visitação mensal a estabelecimentos do setor “Empreendimentos Comerciais” é de 26,81 e 20,26 para as faixas etárias “18 a 24 anos” e “25 a 34 anos”, respectivamente. Essas médias são superiores à média total de 17,81 visitas registradas para o setor. O mesmo comportamento é observado para o setor “Esporte e Lazer”, em que foram registradas médias de visitação de 9,96 e 9,97, para as mesmas faixas etárias, respectivamente, enquanto a média para o setor foi de 7,45.

Figura 6 - Média de visitação mensal por faixa etária



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.3.2. Média de visitação a estabelecimentos por sexo

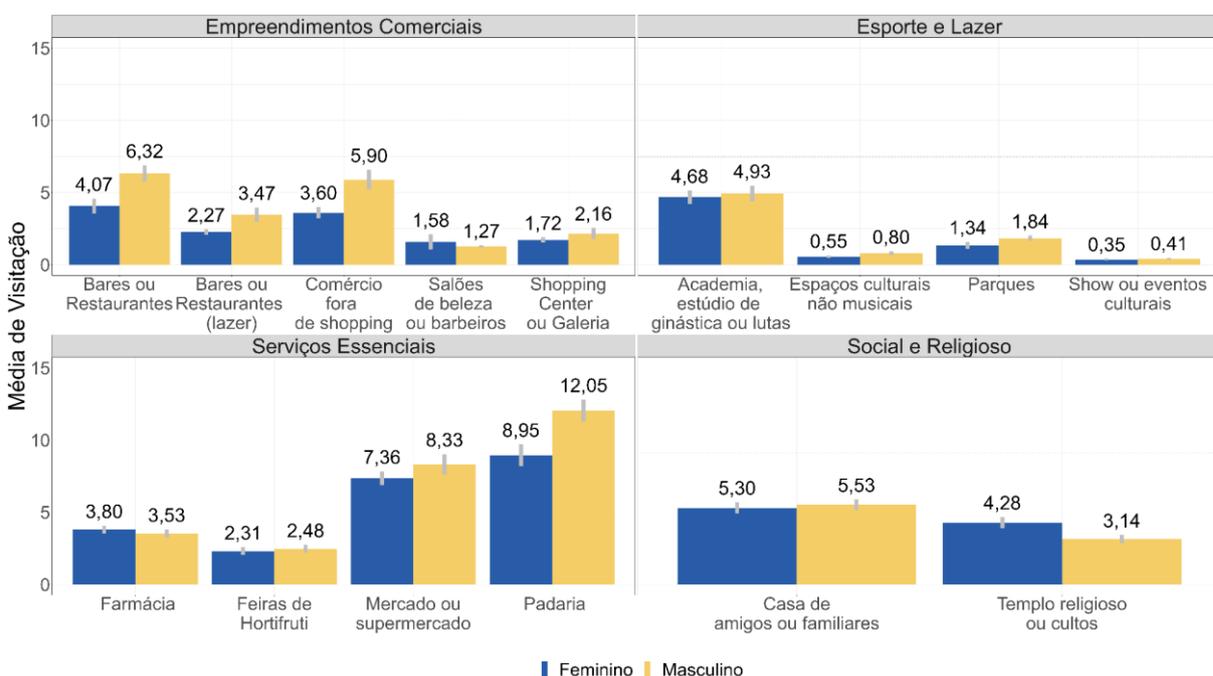
A análise da Figura 7 mostra que o público feminino só possui médias de visitação mensal mais altas que a do masculino em Salões de beleza ou barbeiros (Empreendimentos

Comerciais), Farmácias (Serviços Essenciais) e em Templo religioso ou cultos (Social e Religioso).

Para os demais tipos de estabelecimentos, as médias registradas para os homens são maiores, com diferenças mais acentuadas em Bares ou Restaurantes (6,32 para os homens contra 4,07 para as mulheres), Comércio fora de shopping (5,90 contra 3,60) e Padarias (12,05 contra 8,95).

Existem duas hipóteses que podem ser levantadas e ajudam a entender o porquê dessa diferença. Uma hipótese seria a maior restrição da participação feminina ocasionada pela maior carga de trabalho nas jornadas duplas, principalmente em serviços domésticos e cuidados com os filhos, o que reduz o tempo disponível das mulheres para outras atividades (CODEPLAN, 2022 b), enquanto a outra seria a média salarial das mulheres ser mais baixa.

Figura 7 - Média de visitação mensal por sexo



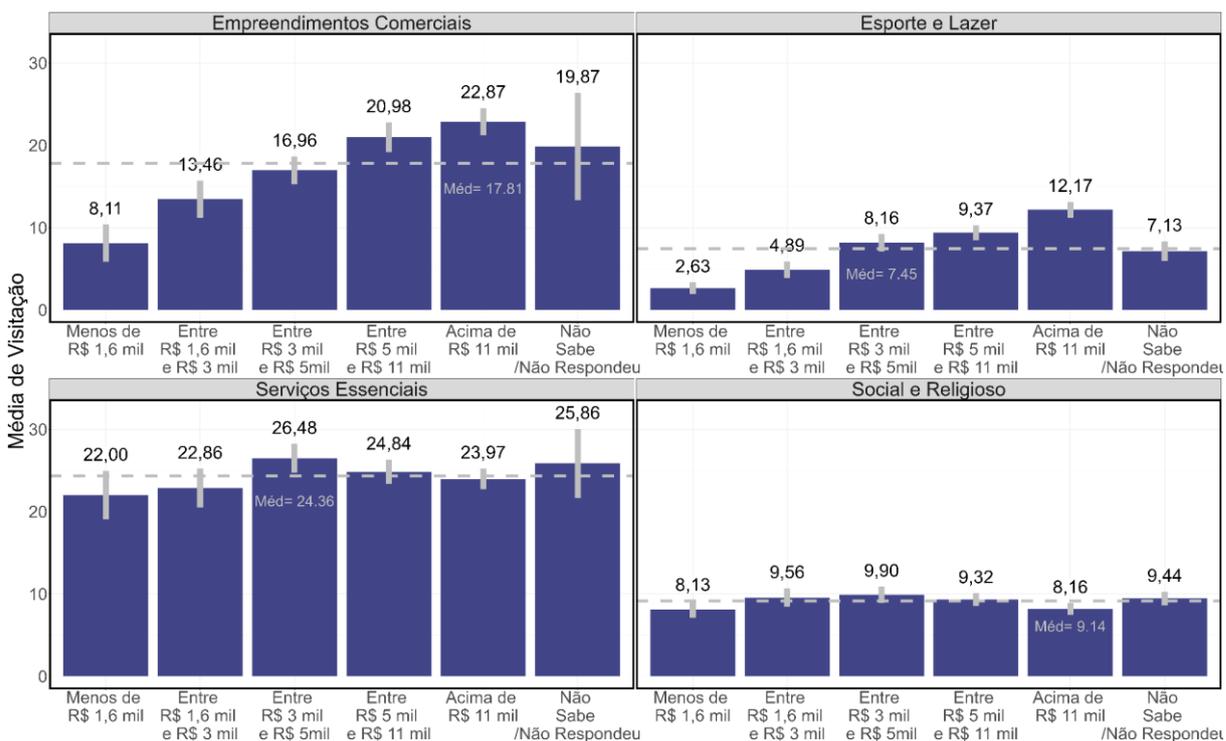
Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.3.3. Média de visitação a estabelecimentos por rendimento mensal familiar

Quando os dados das médias de visitação mensal são cruzados com as informações de rendimento familiar, nota-se que quanto maior a faixa de renda, maior será a média de visitação mensal (Figura 8). No setor de Empreendimentos Comerciais, a média de visitação dos indivíduos com rendimento superior a R\$ 11 mil é mais que o dobro do observado para os que ganham até R\$ 1,6 mil (22,87 contra 8,11, respectivamente).

Já para o setor “Esportes e Lazer”, essa relação entre os grupos de maior e menor renda chega a ser mais que o quádruplo ou quase cinco vezes maior (12,17 contra 2,63, respectivamente). Para “Serviços Essenciais”, apesar de as diferenças serem menos acentuadas e com os resultados apresentando maior homogeneidade em relação à média total (24,36), os indivíduos com rendimentos entre R\$ 3 mil a R\$ 5 mil possuem a maior média mensal observada (24,48). No setor “Social e Religioso”, os resultados das médias ficaram parecidos e próximos da média mensal total (9,14), com resultados um pouco abaixo nas classes de menor (8,13) e maior renda familiar (8,16).

Figura 8 - Média de visitação mensal por rendimento domiciliar



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.3.4. Média de visitação a estabelecimentos pela modalidade de trabalho exercida

Também foi elaborado um recorte das médias de visitação mensal aos serviços citados nesta nota técnica para as diferentes modalidades de trabalho. Os resultados indicam que aqueles que declararam trabalhar em regime totalmente presencial - só trabalham fora de suas residências - apresentaram médias de visitação mensal superiores em Serviços Essenciais e Social e Religioso.

Quanto aos setores de Empreendimentos Comerciais e Esportes e Lazer, as médias de visitação mensal são maiores entre aqueles que estão em teletrabalho e/ou exercem suas atividades laborais na própria residência e também entre os indivíduos que trabalham em regime híbrido, porém menores entre os que não trabalham (Tabela 1).

Esse resultado pode ser reflexo do observado na *Seção 3.2. Trabalho e Rendimento*, onde verificou-se que a proporção de indivíduos em teletrabalho ou regime híbrido é maior para a categoria de renda mais elevada. No entanto tal resultado também pode indicar os efeitos do teletrabalho na qualidade de vida (PANTOJA; ANDRADE; OLIVEIRA, 2020), uma vez que essa modalidade de trabalho traria maior disponibilidade de tempo para o indivíduo.

Ainda assim, entre aqueles que não trabalham, chama a atenção que a média de visitação mensal em Social e Religioso ficou bem próxima daquelas observadas para o grupo dos que trabalham fora da residência (9,38 contra 9,41).

Tabela 1 - Médias de visitação distribuídas por estabelecimento e médias de visitação total por setores ou serviços - recorte por situação e modalidade de trabalho

Setores ou Serviços	Estabelecimento	Não trabalha	Sim, alguns dias na residência e outros fora	Sim, apenas na residência ou em teletrabalho	Sim, fora da residência
Serviços Essenciais	Mercado ou supermercado	7,52	7,68	7,65	8,09
	Feiras de Hortifruti	2,38	2,16	1,85	2,55
	Padaria	9,75	9,28	8,79	11,5
	Farmácia	3,52	3,52	3,07	3,9
	Total do setor	23,17	22,65	21,36	26,04
Empreendimentos Comerciais	Shopping Center ou Galeria	1,39	2,13	2,21	2,18
	Comércio fora de shopping	3,6	5,29	4,99	5,25
	Bares ou Restaurantes	0	5,46	0	5,35
	Bares ou Restaurantes (lazer)	1,94	3,59	2,79	3,27
	Salões de beleza ou barbeiros	0,93	1,57	1,36	1,71
	Total do setor	10	18,05	17,86	17,76
Esportes e Lazer	Academia, estúdio de ginástica ou lutas	3,11	7,45	6,92	4,86
	Show ou eventos culturais	0,22	0,55	0,46	0,43
	Espaços culturais não musicais	0,44	0,98	0,56	0,76
	Parques	1,26	2,64	1,82	1,49
	Total do setor	5,03	11,62	9,75	7,56
Social e Religioso	Templo religioso ou cultos	4,09	3,02	3,08	3,76
	Casa de amigos ou familiares	5,28	5,36	4,69	5,64
	Total do setor	9,38	8,38	7,77	9,41

Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4. Presença digital

Nesta seção é abordado o tema relacionado aos hábitos digitais da população, com o objetivo de avaliar a sua presença em redes sociais, o uso de aplicativos para compras online de alimentos e bens de consumo no geral, o grau de dificuldade no acesso a serviços públicos e privados pela internet, bem como a forma de acompanhamento de notícias. Como nos tópicos anteriores, são considerados os recortes envolvendo sexo, faixa etária e rendimento domiciliar.

As questões apresentam uma escala que o entrevistado utiliza para expressar seu nível de concordância com as seguintes frases:

- *“Faço mais compras de supermercados (alimentos, bebidas, itens de limpeza) por meio de comércio.”*
- *“Faço mais compras de eletroeletrônicos e eletrodomésticos por meio de comércio eletrônico (sites ou aplicativos) do que presencialmente.”*
- *“Tenho dificuldade de usar aplicativos e sites para acessar serviços públicos e privados.”*
- *“Acompanho mais as notícias do dia a dia pelas redes sociais do que pela televisão ou por jornais.”*
- *“Prefiro trabalhar de modo remoto a presencialmente.”*

Foi solicitado aos entrevistados que, para cada afirmativa, fosse atribuída uma pontuação em uma escala que varia de um até cinco conforme a descrição apresentada abaixo:

- 1: *Discordo totalmente;*
- 2: *Discordo parcialmente;*
- 3: *Não concordo nem discordo;*
- 4: *Concordo parcialmente; e*
- 5: *Concordo totalmente.*

3.4.1. Comportamento online/virtual dos entrevistados nas compras, notícias e trabalho

Em relação à forma de compra de equipamentos eletroeletrônicos e eletrodomésticos, os resultados mostram que há uma certa divisão entre os que discordam totalmente (41,47%) e os que concordam totalmente (36,17%) sobre a realização de compras desses produtos por meio de comércio eletrônico. Ainda assim, 45,3% dos entrevistados indicam comprar mais esses produtos pelo meio digital, mostrando a relevância do comércio eletrônico para esse segmento de compras (Figura 9).

A realização de compras online em supermercados parece não chamar tanta atenção da população, pois o percentual dos que discordam totalmente ficou em 73,14%. De fato, apenas 14,43% concordam total ou parcialmente que preferem as compras por meio eletrônico ao virtual. Esse comportamento difere totalmente do observado no comércio de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, por exemplo.

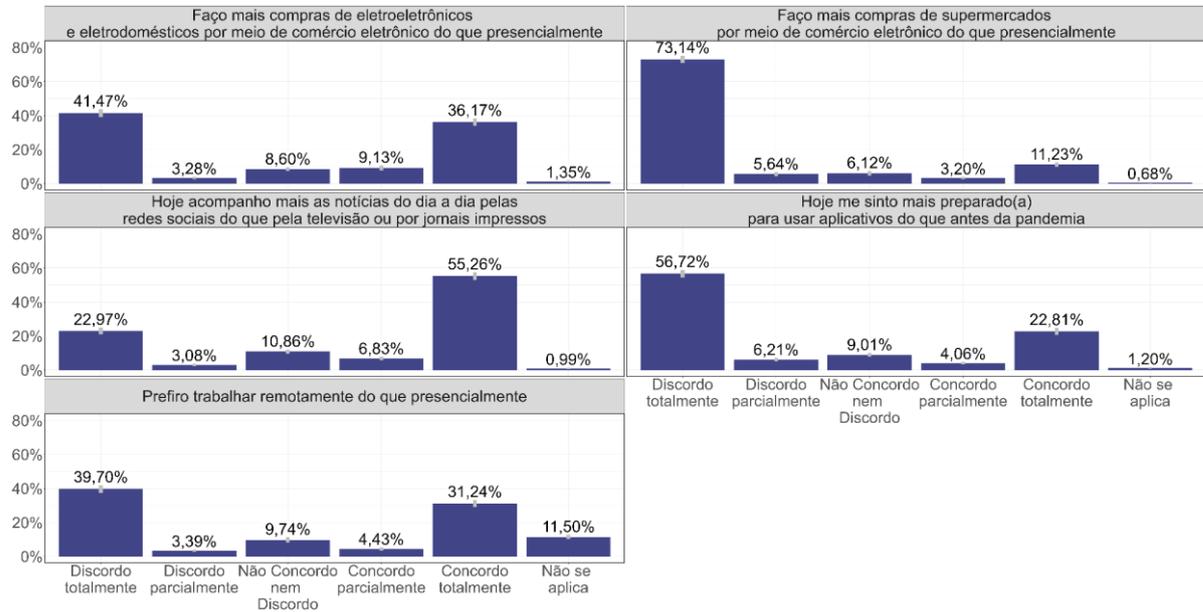
A maioria dos indivíduos prefere acompanhar notícias pelas redes sociais a acompanhar pelas mídias tradicionais (55,26%). Esse percentual é quase o dobro do observado para os que discordam e que preferem ver notícias pelos meios tradicionais (22,97%). Como será visto mais adiante, 86,49% são usuários de ao menos uma rede social, permitindo o consumo de notícias por meio das redes.

Em relação à habilidade no uso de aplicativos, 56,72% alegam que apresentam dificuldades no acesso. Como será visto na *Subseção 3.4.6. Acompanhamento de notícias via aplicativos*, o percentual dos que declaram ter dificuldades relacionadas ao uso de aplicativos é maior conforme se aumenta a faixa etária.

Já sobre trabalho remoto, quase 43% não prefere essa modalidade de trabalho, ante os 35,67% que preferem. Na próxima seção será apresentada a análise em que verificou-se

a preferência pela modalidade de trabalho, de acordo com a modalidade exercida e a faixa de rendimento familiar.

Figura 9 - uso de internet para compras, notícias e trabalho

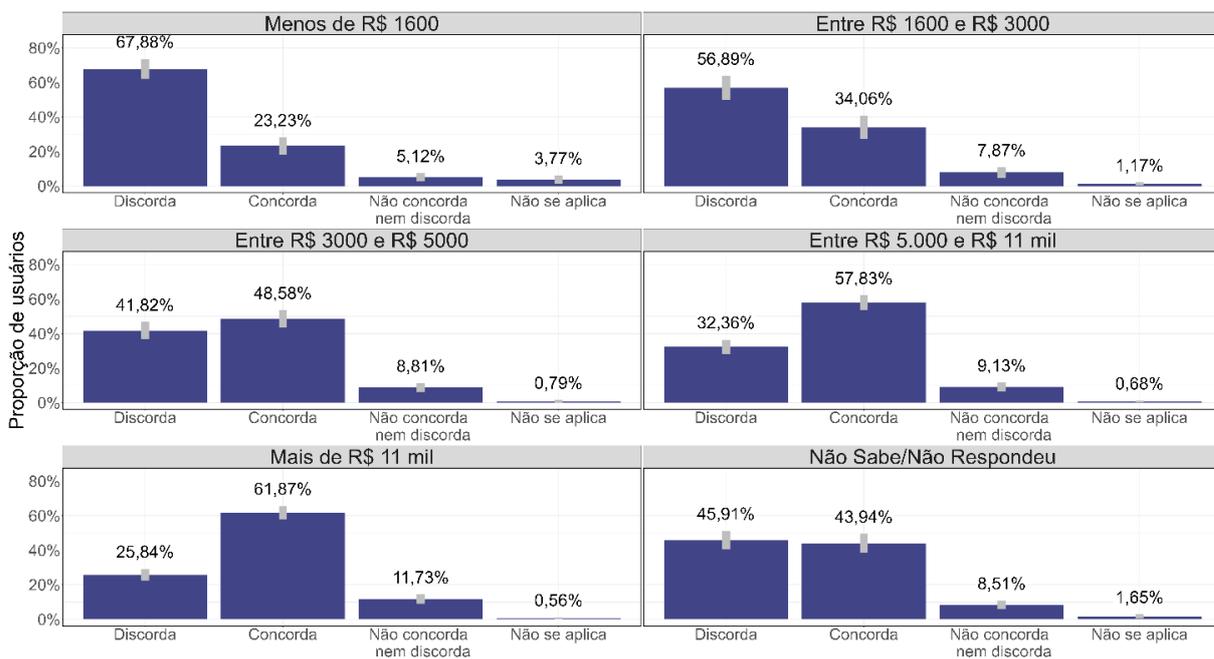


Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.2. Compras online de eletroeletrônicos e eletrodomésticos por faixa de rendimento domiciliar

Quando analisadas as informações sobre preferência por compras online de eletroeletrônicos e eletrodomésticos fazendo em função do rendimento domiciliar, nota-se que há uma redução gradativa no percentual de discordância à medida que se avança o nível de renda (Figura 10). Isto é, quanto maior é a faixa de rendimento domiciliar, maior é a proporção dos que preferem as compras online destes produtos. Na alta renda (acima de R\$ 11 mil), a diferença dos que concordam para os que discordam é 2,4 vezes maior (61,87% contra 25,84%).

Figura 10 - Faça mais compras de eletroeletrônicos e eletrodomésticos por meio de comércio eletrônico do que presencialmente - recorte por rendimento familiar



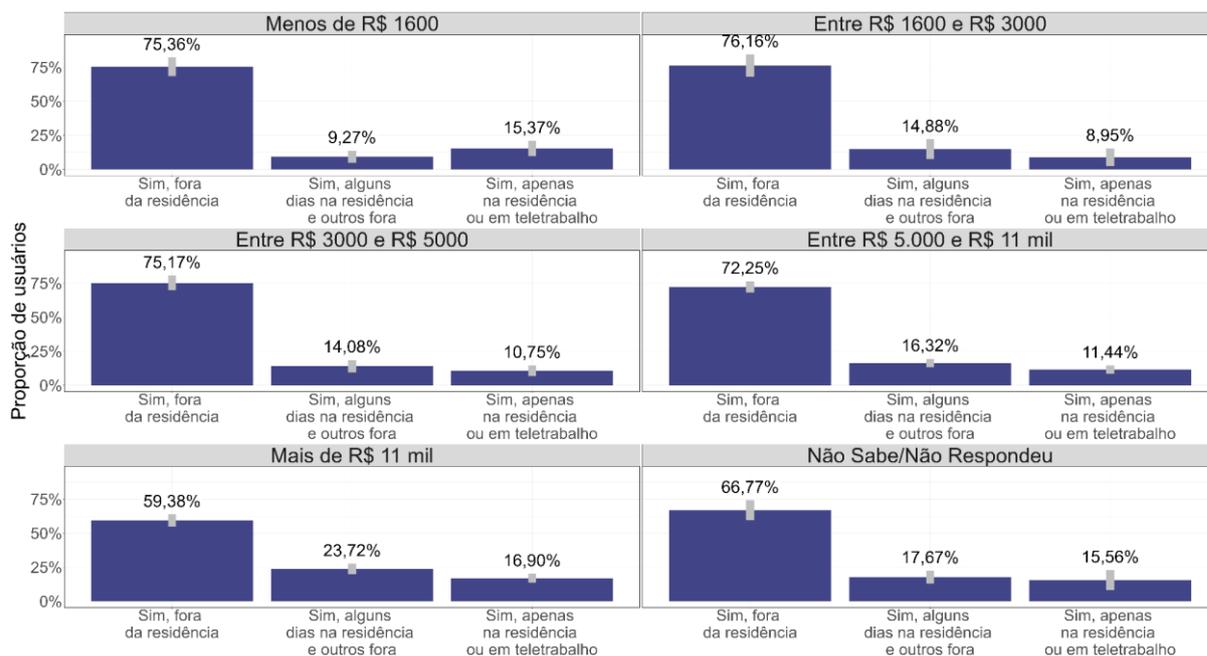
Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.3. Modalidade de trabalho por faixa de rendimento domiciliar

Quando analisada a distribuição das modalidades de trabalho exercida segundo a faixa de rendimento familiar dos indivíduos, observa-se que em quatro das cinco faixas de rendimento, mais de 70% trabalham em regime presencial. A exceção está no grupo que recebe mais de R\$ 11 mil, em que 59,38% trabalham presencialmente. Aparentemente, quanto maior é a faixa de renda, menor é a proporção dos que exercem suas atividades fora da residência.

Ainda assim, um dado que chamou atenção foi constatar que entre os trabalhadores cuja renda familiar é de até R\$ 1,6 mil mensais, existem mais indivíduos que trabalham na residência ou em teletrabalho (15,37%) do que em regime híbrido (9,27%), enquanto nas demais categorias essa relação é inversa. Esse dado pode representar o percentual de trabalhadores autônomos que realizam suas atividades em suas próprias residências.

Figura 11 - Por mês, qual é a renda da sua família? x Atualmente, o/a senhor/a trabalha?



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.4. Preferência pela modalidade de trabalho

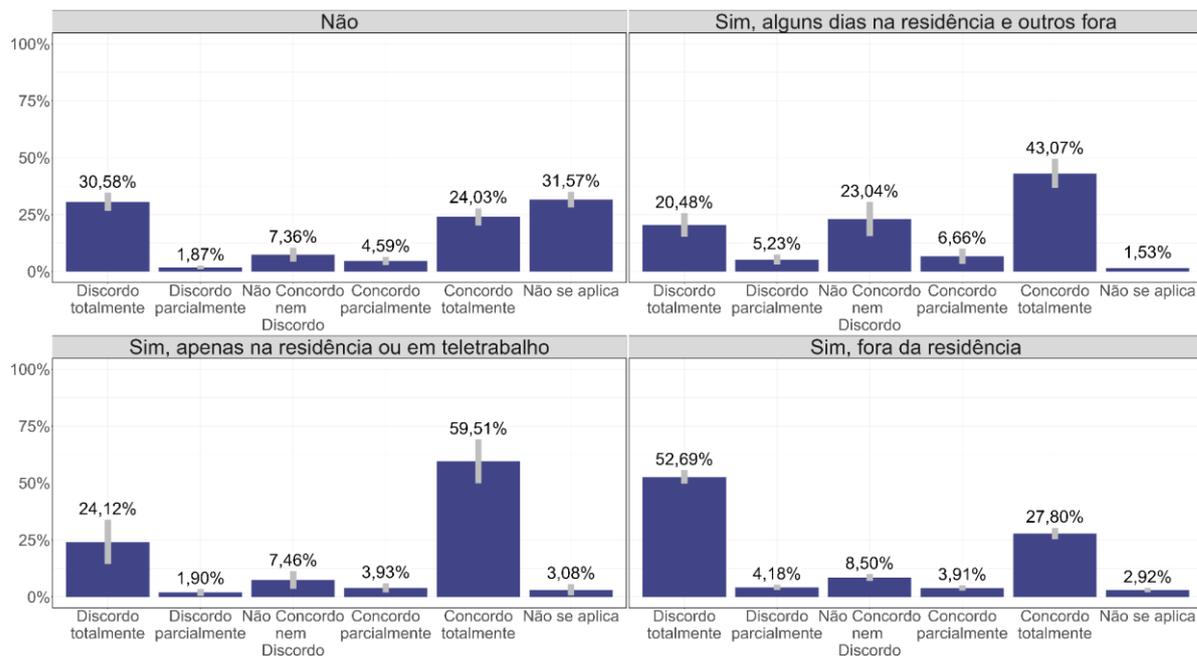
Entre a população que não trabalha, 32,45% discordam em maior ou menor grau que preferem o trabalho remoto ao trabalho presencial, e 28,62% concordam parcial ou totalmente com essa afirmação (Figura 12).

Entre os que trabalham, a maioria manifesta concordância de que a melhor modalidade é aquela que exerce atualmente. Quando se observa as respostas daqueles que trabalham em regime híbrido (alguns dias na residência e outros fora), infere-se que quase 50% concordam em maior ou menor grau pela preferência ao trabalho remoto, enquanto 25,71% declararam discordar e 23,04% são indiferentes. Os maiores níveis de concordância vêm daqueles que trabalham na própria residência ou em teletrabalho, pois 63,44% concordam pela preferência a esse tipo de regime.

Entre os que trabalham apenas fora da residência, 56,87% discordam em maior ou menor grau, portanto é um resultado inverso quando comparado com aqueles que trabalham na própria residência.

Os resultados apresentam uma clara divisão nas preferências pela modalidade remota de trabalho a depender da condição de trabalho atual do entrevistado. Além disso, podem revelar uma autosseleção no mercado de trabalho, pois permitiu que parte dos trabalhadores migrasse para as modalidades de trabalho de sua preferência.

Figura 12 - Atualmente, o/a senhor/a trabalha? x Prefiro trabalhar de modo remoto a trabalhar presencialmente



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.5. Uso de redes sociais por faixa etária

Em relação ao uso de redes sociais, foram analisadas quais são as que os entrevistados mais usam. O WhatsApp, com 86,49%, é o mais acessado, seguido por Instagram (66,94%), Facebook (52,48%) e Youtube (51,65%). Entre as redes menos populares temos o Telegram (17,14%), TikTok (16,03%), Twitter (13,95%) e LinkedIn (12,75%). Além disso, 4,57% declararam que usam outras redes, e 3,29% disseram não ter redes sociais. Diferenças significativas de uso entre diferentes sexos não foram identificadas.

De acordo com os resultados, pelo menos 77% das pessoas em todas as faixas etárias analisadas nesta pesquisa utilizam o WhatsApp, que se tornou a principal rede social utilizada pela população do Distrito Federal. Por ser um aplicativo de mensagem e realização de chamadas integrado ao número de celular, o app trouxe economicidade aos usuários, reduzindo muito os custos relacionados aos envios de SMS e realização de chamadas telefônicas, facilitando a vida de quem utiliza o aplicativo para lazer ou para trabalho (Figura 13).

Para as demais redes sociais, com exceção do Facebook, na medida em que se aumenta a faixa etária, menor se tornam seus percentuais de uso. O Instagram, por exemplo, amplamente utilizado pela população mais jovem (87,04%), apresenta percentual de usuários abaixo de 60% a partir da faixa etária dos que têm entre 45 a 59 anos. Esse valor é 17,86 pontos percentuais menor do que o observado na faixa “35 a 44 anos” (74,26%).

O percentual de uso do Facebook apresentou um comportamento diferente do observado nas demais redes, indicando que a preferência por essa rede aumenta à medida que se aumenta a faixa etária. Mesmo com uma redução de três pontos percentuais entre as faixas etárias de 18 a 24 anos e 25 a 34 anos (50,16% contra 47,11%, respectivamente), esse percentual volta a crescer, chegando a 51,11% entre os que estão na faixa entre 35 a

44 anos e 57,38% entre aqueles com 45 a 59 anos. Depois do WhatsApp, é a rede social com maior aceitação entre os entrevistados com 45 anos ou mais, com 44,48% de uso.

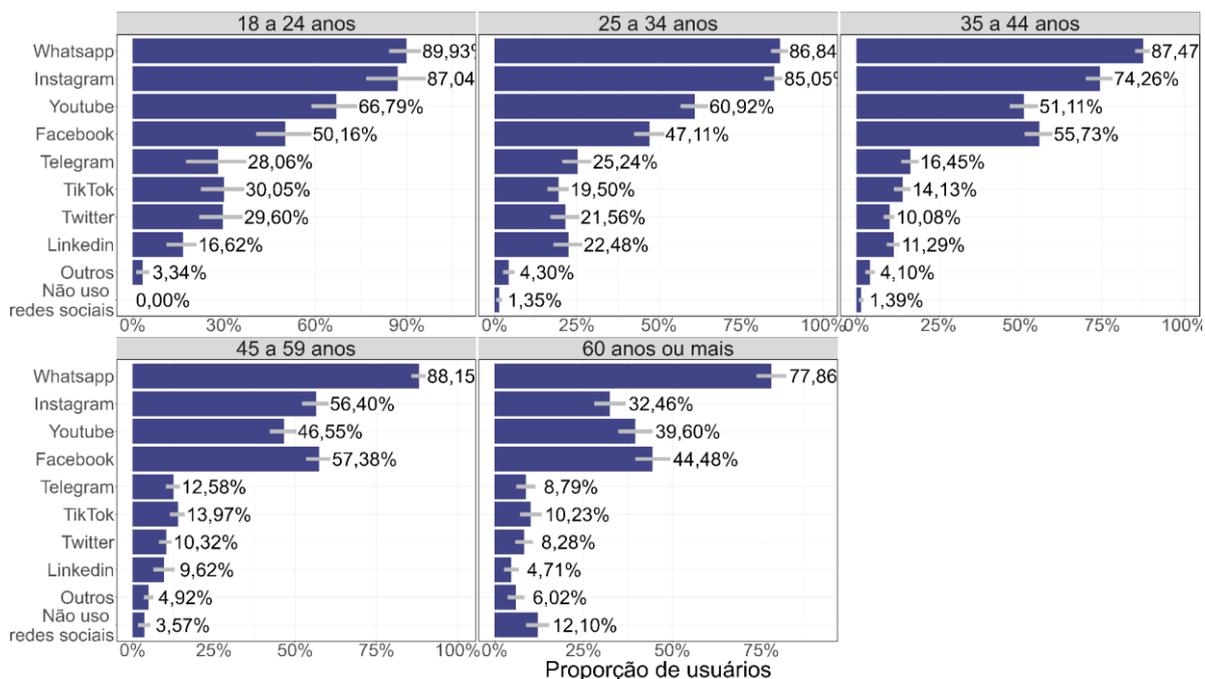
É importante salientar que o percentual dos que declaram não utilizar nenhuma rede social é maior, quanto mais elevada é a faixa etária dos indivíduos. Diferença significativa no recorte de uso de redes sociais por sexo não foi identificada.

Algo que despertou atenção foi a baixa aderência no uso do LinkedIn (rede social utilizada tanto para a procura de emprego quanto para a publicação de trabalhos e projetos), da qual não chega nem mesmo a 25% em todas as faixas etárias, até entre as mais jovens que estão na fase da vida de se qualificar e procurar empregos.

Entre os que têm 18 a 24 anos, esse percentual chega a 16,62%, enquanto na faixa dos 25 a 34 anos, o resultado foi de 22,48%. Já nas faixas etárias mais velhas, os resultados não passam dos 12% de aderência. Uma das hipóteses para este comportamento provavelmente seja o fato de que os jovens estejam à procura de empregos por meios convencionais (comparecendo às agências de empregos, pedindo indicações para amigos e parentes...) ou diretamente por sites especializados em oferecimento de vagas, do que diretamente pela rede social.

Quanto ao Twitter e Tiktok, estas mostram-se redes sociais tipicamente utilizadas pelos mais jovens, cuja aderência em seus usos vai diminuindo conforme o avançar das faixas etárias analisadas na pesquisa. No caso da primeira, seu nível de aderência apresenta uma queda acentuada, pois entre os entrevistados com idade entre 25 a 34 anos sua porcentagem é de 21,56%, mas cai para 10,08% entre quem tem de 35 a 44 anos.

Figura 13 - Uso de redes sociais por faixa etária



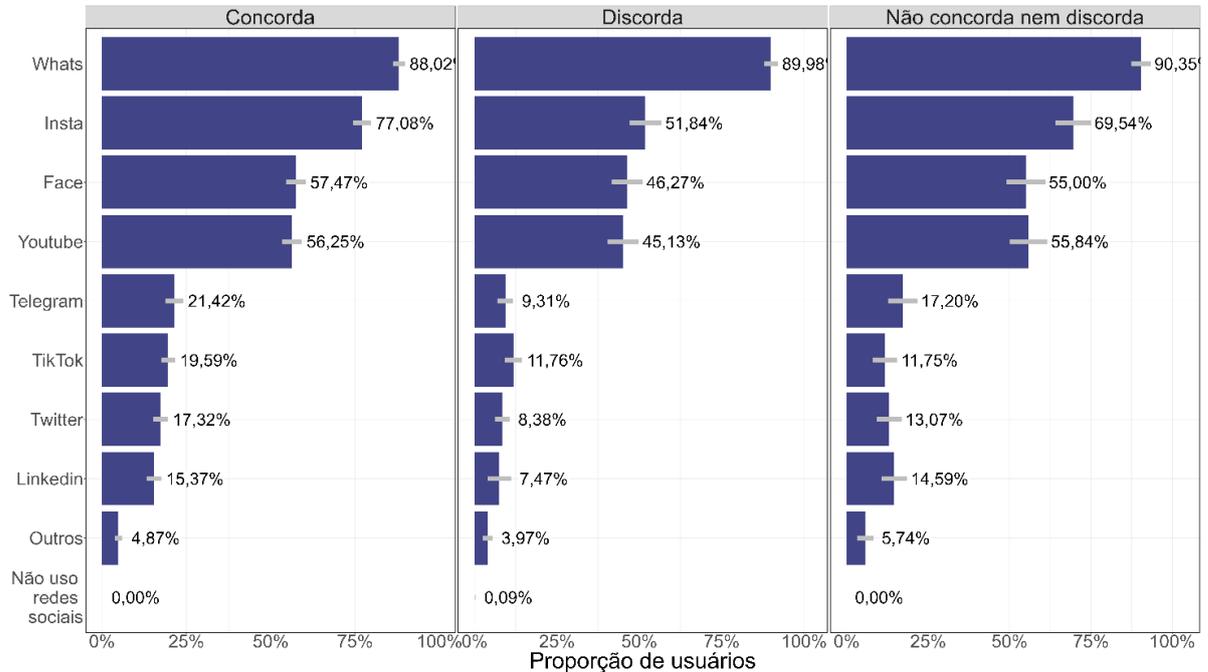
Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.6. Acompanhamento de notícias via aplicativos

Aqueles que concordam em acompanhar mais as notícias do dia a dia pelas redes sociais do que por meios tradicionais (televisão ou jornais impressos), mesmo com o

WhatsApp tendo alta aderência tanto entre quem concorda quanto entre quem discorda, possuem uma maior atividade nas redes sociais, sobretudo no Instagram, Telegram, Twitter e LinkedIn (Figura 14).

Figura 14 - “Acompanho mais as notícias do dia a dia pelas redes sociais do que pela televisão ou por jornais impressos”



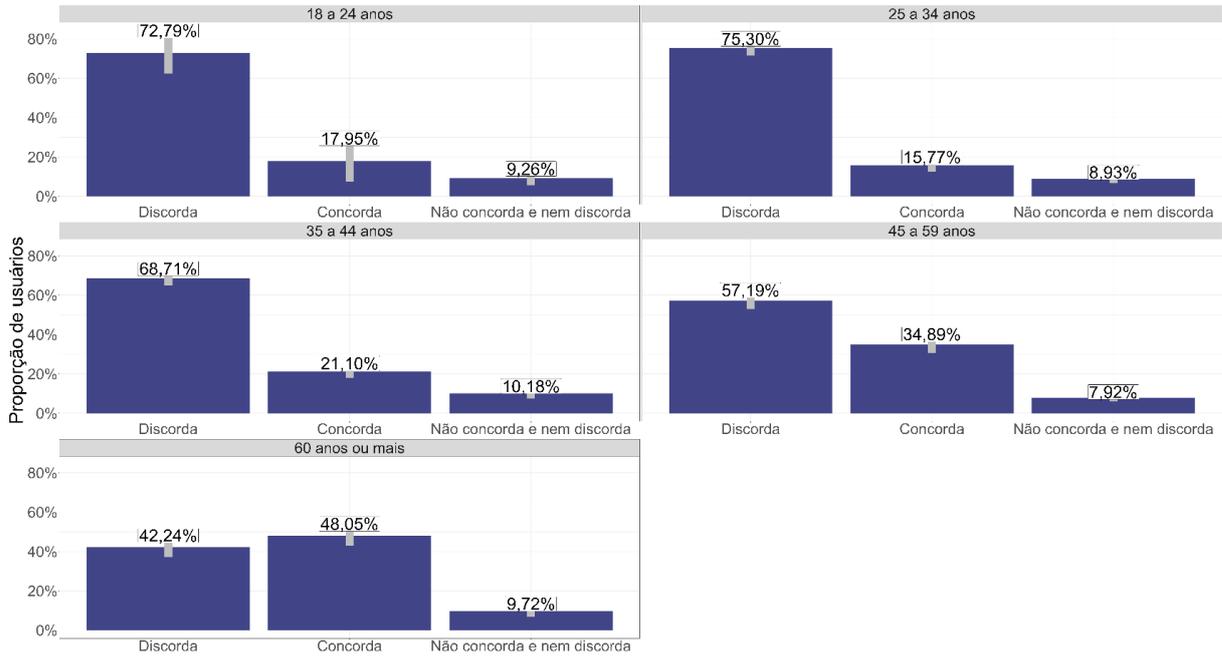
Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

3.4.7. Dificuldades no uso de aplicativos para acesso a serviços públicos e privados

Esta parte da pesquisa avalia o quão confortáveis estão os brasileiros em acessar aplicativos de serviços públicos e privados para as mais diversas finalidades, como para observar linhas de ônibus via mapas, acessar resultados de exames médicos e se informar por algum veículo eletrônico fornecido pelo governo.

Indagados sobre essa questão, nota-se que, conforme o perfil etário aumenta, maiores são os níveis de concordância com a dificuldade de acesso. Entre os maiores de 60 anos, 48,05% concordam que possuem dificuldades no uso de aplicativos, enquanto e 34,89% daqueles que estão na faixa etária entre 45 a 59 anos também declaram apresentar dificuldades no uso de aplicativos (Figura 15). Como esperado nas faixas etárias mais jovens, nas quais a diferença dos percentuais de discordância chega a ser quase cinco vezes maior do que os de concordância (caso dos entrevistados entre 25 a 34 anos), o efeito é inverso.

Figura 15 - Dificuldades no uso de aplicativos para acesso a serviços públicos e privados - recorte por faixa etária



Fonte: CEAPS/DIEPS/IPEDF em parceria com a Central 156

4. CONCLUSÃO

Nesta Nota Técnica foi observado que as médias de visitação mensal tendem a variar para os diferentes setores conforme características demográficas e socioeconômicas dos indivíduos. Com relação à faixa etária, as médias de visitação da população mais jovem são mais altas para a maioria dos estabelecimentos avaliados.

No entanto as médias mais baixas de visitação no mês para a população de renda mais baixa em Empreendimentos Comerciais e Esporte e Lazer são indicativos de desigualdade socioeconômica, em que indivíduos cuja renda familiar é de até R\$ 1,6 mil mensais não estão tão integrados à sociedade de consumo. Além disso, existe a hipótese de que as médias de visitação baixas também em Esportes e Lazer sejam indicativos da falta de espaços culturais para a população mais pobre nas localidades onde moram.

Com relação aos demais setores avaliados (Serviços Essenciais e Social e Religioso) não houve diferenças significativas pelo cruzamento com rendimento domiciliar (muito pelo contrário, pois as médias permaneceram relativamente estáveis).

Quanto ao recorte por modalidade de trabalho, as maiores médias de visitação para os setores “Serviços Essenciais” e “Social e Religioso” foram observadas para trabalhadores que realizam atividades laborais fora da residência (em regime totalmente presencial).

Já em Esportes e em Empreendimentos Comerciais, boa parte dos maiores resultados estão entre os indivíduos que trabalham na residência ou em teletrabalho, bem como aqueles que trabalham em regime híbrido (alguns dias na residência e outros fora). Ainda sobre a modalidade de trabalho exercida, percebe-se que tanto o teletrabalho quanto a modalidade híbrida são mais comuns nas classes de rendimento mais elevadas, o que sugere a existência de relação entre a modalidade e renda. Já sobre a preferência dos entrevistados pelo tipo modelo, a maioria manifesta concordância de que o melhor é aquele que exerce atualmente.

O acesso a informações sobre o tipo de atividade realizada pelos entrevistados permitiria uma avaliação mais precisa dos fatores que influenciam a definição do modo de trabalho, bem como a identificação dos aspectos que determinam a preferência dos indivíduos por um ou outro modelo. Além disso, é perceptível que regimes de trabalho híbridos ou totalmente remotos têm efeitos positivos na qualidade de vida dos indivíduos (Pantoja, Andrade e Oliveira, 2020).

Os resultados obtidos no bloco de pesquisa sobre a presença digital revelam que o uso de aplicativos e das redes sociais estão relacionados à renda e faixa etária dos indivíduos. Algumas redes, como o WhatsApp, utilizado por quase 90% da população, possuem índices de adesão bastante elevados em todas as faixas etárias analisadas, enquanto outras apresentam uma aderência mais instável, como o Facebook. E a preferência pelas demais redes varia conforme a idade.

O Twitter e o Tiktok, pelos resultados dos recortes por faixa etária em relação ao uso de redes sociais pelos entrevistados, possuem um público predominantemente jovem, com a porcentagem de aderência na primeira apresentando quedas acentuadas de preferência já entre os que possuem entre 35 a 44 anos. Também chamou a atenção a baixa utilização do LinkedIn tanto entre os que possuem entre 18 a 24 anos quanto entre quem tem entre 25 a

34 anos, uma vez que é o período em que os indivíduos geralmente buscam empregos e novas formas de capacitação.

Nas compras online, mais precisamente na seção sobre preferências quanto à aquisição de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, o fato de as classes mais altas preferirem essa modalidade de compra também pode ser considerada um indicativo de desigualdade.

Em relação à afluência dos indivíduos aos serviços públicos e privados por meio de aplicativos, os resultados salientam que o grau de dificuldade evolui conforme aumenta a faixa etária dos indivíduos, o que significa que existe uma necessidade de se não só levar em conta políticas públicas que visem ao combate ao analfabetismo digital mas, também, medidas de acessibilidade que contemplem o uso de novas tecnologias pelos mais velhos.

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. Vienna: R Foundation for Statistical Computing, 2022.
- CODEPLAN. **Pesquisa de Hábitos de Circulação dos Moradores do Distrito Federal**. Nota Técnica. Codeplan, 2021.
- CODEPLAN. **Pesquisa de Hábitos de Circulação dos Moradores do Distrito Federal**. Nota Técnica. Codeplan, 2022a.
- CODEPLAN. **Trabalhos (re) produtivos realizados por mulheres e homens no DF: resultados da pesquisa sobre uso do tempo**. Estudo. Codeplan, 2022 b.
- FIRKE, Sam. **Janitor**: Simple Tools for Examining and Cleaning Dirty Data. 2019 <https://CRAN.R-project.org/package=janitor>.
- PANTOJA, M. J., ANDRADE L. L. S. & OLIVEIRA, M. A. M. (2020). **Qualidade de Vida no Teletrabalho Compulsório: percepções de trabalhadores de uma organização pública brasileira**. Conferência Virtual A Transformação Digital e Tecnologias da Informação em Tempo de Pandemia. Revista da UI_IPSantarém. Edição Temática: Ciências Exatas e Engenharias. 8(4), 80-94. <https://revistas.rcaap.pt/uiips/>.
- WICKHAM, H.; GROLEMUND, G. **R for Data Science**: Import, Tidy, Transform, Visualize, and Model Data. "O'Reilly Media, Inc.". 2016.
- 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