



SUMÁRIO EXECUTIVO

**HÁBITOS DA POPULAÇÃO DO
DISTRITO FEDERAL**

- A terceira edição da Pesquisa de Hábitos entrevistou 3.769 moradores do Distrito Federal por meio de ligações telefônicas via Central 156, no segundo semestre de 2022, entre os dias 1º de agosto a 13 de outubro. A amostra selecionada para esta edição é independente das amostras utilizadas nas duas primeiras edições e tem cadastro de indivíduos diferente daquele utilizado anteriormente, o que limita as comparações de resultados entre as diferentes edições.
- Como novidade, nesta edição, com o objetivo de ampliar o conhecimento sobre hábitos referentes ao uso da internet e de aplicativos, inseriu-se um bloco de questões relacionadas ao uso de redes sociais e outras ferramentas digitais pelos entrevistados.
- Dos entrevistados, 49,67% são do sexo feminino, enquanto 50,17%, do masculino. Já aqueles que não tiveram seu gênero identificado correspondem a 0,16% do total de entrevistados. A análise da estrutura etária mostra que quase um terço dos entrevistados (29,4%) possui entre 45 a 54 anos, seguidos pelos que têm entre 35 a 44 anos (27,8%).
- Com relação aos grupos de rendimento, 21,33% dos entrevistados possuem uma renda familiar acima de R\$ 11 mil, acompanhados pelos que possuem renda entre R\$ cinco mil e R\$ 11 mil (19,34%). Quando perguntados sobre situação e mobilidade de trabalho, 30,1% não trabalham, 48,4% responderam que trabalham presencialmente, 9,1%, em teletrabalho e 12,4%, em regime híbrido.
- É perceptível que a frequência de visitação a alguns ambientes está relacionada à faixa etária a qual o indivíduo pertence (Figura 1). Nota-se, por exemplo, que a parcela da população mais jovem (18 a 24 anos) apresenta média do número de visitas realizadas superior ao observado para as demais faixas etárias, em três dos quatro tipos de setores avaliados: Empreendimentos Comerciais (21,75 visitas mensais), Esporte e Lazer (12,04 visitas mensais) e Social / Religioso (10,49 visitas mensais).
- Percebe-se, ainda, que a média do número de visitas mensais a estabelecimentos desses setores tende a diminuir, à medida que se aumenta a idade dos entrevistados. Codeplan (2021) reportou um comportamento semelhante, mostrando que jovens frequentam mais os diversos ambientes analisados, antes e durante o período mais agudo da pandemia da Covid-19.

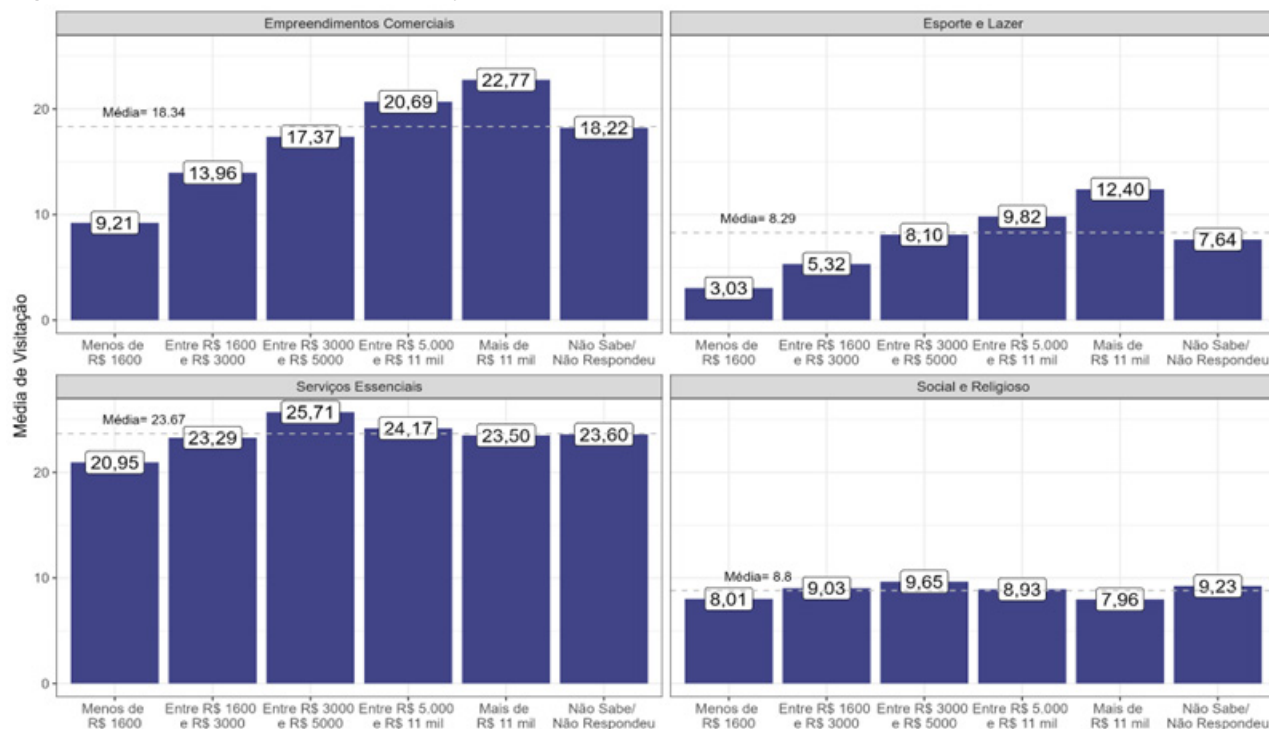
Figura 1 - Média mensal de visitação por faixa etária



Fonte: Elaborado pela Coordenação de Estudos e Avaliação de Políticas Socioeconômicas. A média de visitação é a soma das médias dos ambientes que compõem os setores.

- O rendimento familiar declarado é outro fator que influencia o nível de visitação dos entrevistados. Quanto maiores os rendimentos, maiores são as médias do número de visitas a estabelecimentos dos setores "Empreendimentos Comerciais" e "Esportes e Lazer". A média de visitas a estabelecimentos do setor "Empreendimentos Comerciais" é de 22,77 visitas para o grupo com rendimentos superiores a R\$ 11 mil, mais que o dobro observado para o grupo com rendimentos de, no máximo, R\$ 1,6 mil. Essa relação chega a ser superior ao triplo quando observadas as médias para o setor "Esporte e Lazer".
- Já esse comportamento não é observado para os setores "Serviços Essenciais" e "Social e Religioso", nos quais parece haver certa homogeneidade entre as médias observadas. Esse resultado sugere que a frequência a alguns setores é limitada para os grupos com menores rendimentos, revelando uma desigualdade de acesso a alguns tipos de serviços, como academias e estúdios de ginástica, por exemplo.

Figura 2 - Média mensal de visitação por faixa de rendimento domiciliar



Fonte: Elaborado pela Coordenação de Estudos e Avaliação de Políticas Socioeconômicas.

- Em relação à modalidade de trabalho dos entrevistados, os resultados indicam que o número médio de visitas a estabelecimentos é maior para aqueles que declararam realizar suas atividades profissionais fora da residência em, ao menos, alguns dias da semana (Tabela 1).
- Para o setor "Empreendimentos comerciais", em média, são 18,37 visitas realizadas pelos que trabalham algum dia na residência e outros fora, e 16,5 para os que trabalham exclusivamente fora de suas residências. Essa média é de 10,0 visitas para os que declararam não trabalhar e 16,5 visitas para os que declararam trabalhar exclusivamente em casa ou em teletrabalho. Pode-se avaliar que o teletrabalho é eficaz em reduzir a circulação em determinados ambientes, mesmo após o período mais agudo da pandemia da Covid-19.
- A média de visitação a estabelecimentos do setor "Esporte e Lazer" é maior para aqueles que declararam trabalhar em suas residências em, ao menos, alguns dias da semana (Tabela 1). Por exemplo, as médias de visitas a academias, estúdio de ginástica ou

lutas para os que trabalham alguns dias em suas residências é de 7,64, enquanto para os que trabalham fora da residência é de 5,39.

Tabela 1 - Média mensal de visitação por ambientes e setores

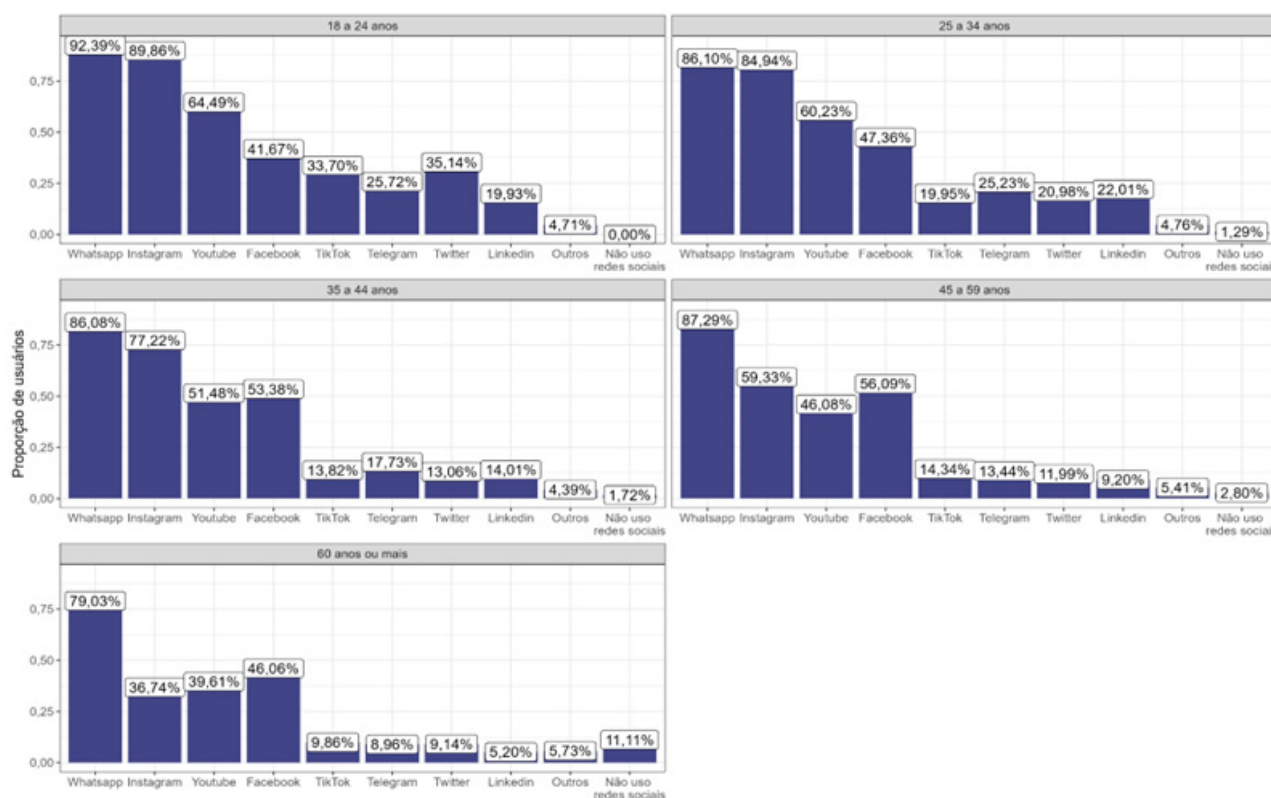
Setores ou Serviços	Estabelecimento	Modalidade de Trabalho			
		Não trabalha	Sim, alguns dias na residência e outros fora	Sim, apenas na residência ou em teletrabalho	Sim, fora da residência
Serviços Essenciais	Mercado ou supermercado	7,44	7,89	7,17	7,67
	Feiras de Hortifruti	2,38	2,19	2,17	2,49
	Padaria	9,17	9,14	8,15	11,08
	Farmácia	3,71	3,55	3,25	3,81
	Total	22,71	22,78	20,73	25,05
Empreendimentos Comerciais	Shopping Center ou Galeria	1,59	2,33	2,12	2,32
	Comércio fora de shopping	3,77	5,23	4,13	5,4
	Bares ou Restaurantes (em intervalo do trabalho)	-	5,51	-	5,8
	Bares ou Restaurantes (lazer)	2,24	3,84	3,14	3,33
	Salões de beleza ou barbeiros	1,03	1,46	1,29	1,49
	Total	10,0	18,37	16,5	18,34
Esportes e Lazer	Academia, estúdio de ginástica ou lutas	3,72	7,64	6,96	5,39
	Show ou eventos culturais	0,26	0,54	0,5	0,53
	Espaços culturais não musicais	0,53	1,03	0,67	0,8
	Parques	1,51	2,44	2,29	1,7
	Total	6,03	11,65	10,42	8,43
Social e Religioso	Templo religioso ou cultos	3,75	2,77	2,93	3,51
	Casa de amigos ou familiares	5,04	5,29	5,08	5,64

Fonte: Elaborado pela Coordenação de Estudos e Avaliação de Políticas Socioeconômicas. Os dados com o sinal "-" não foram coletados pelo fluxo das entrevistas.

- Os entrevistados foram questionados sobre sua preferência em relação à modalidade de trabalho. Entre os que declararam trabalhar em casa, alguns dias na residência, e entre os que declararam trabalhar apenas na residência ou em teletrabalho estava a maioria que concordou em maior ou menor nível ser preferível a modalidade de trabalho remoto (52,66% e 69,09% respectivamente). Já entre os que trabalharam exclusivamente fora de casa, a maioria discordou em maior ou menor nível que o trabalho remoto seja preferível (55,37%).
- A avaliação dos hábitos referentes ao uso da internet e de aplicativos para a realização de compras revela que os serviços de compras em supermercados ainda não atingiram o mesmo nível de popularidade de outros serviços online disponíveis. Apenas 14,54% dos entrevistados concordaram que fazem mais compras em supermercados por meio de comércio eletrônico do que presencialmente.
- A respeito das compras online de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, nota-se que quanto maior a faixa de renda dos entrevistados, maior é a parcela dos que manifestaram preferência por compras desse tipo de produto por meio do uso de serviços online. Do grupo com rendimentos inferiores a R\$1,6 mil, 65,61% declararam discordar da sentença "Faço mais compras de eletroeletrônicos e eletrodomésticos por meio de comércio eletrônico do que presencialmente", enquanto 24,15% declararam concordar. É observado um comportamento inverso quando se avalia o grupo com rendimentos superiores a R\$11 mil, em que 62,06% concordaram com a frase e 26,00% discordaram.
- Em relação ao uso de redes sociais, foram analisadas quais as redes sociais que os entrevistados mais usam. O Whatsapp, com 85,86%, é o mais acessado, seguido por Instagram (68,48%), Facebook (50,99%) e Youtube (50,89%). Logo atrás têm-se o Telegram (17,30%), o Tik Tok (16,11%), o Twitter (15,42%) e o LinkedIn (13,37%). Além disso, 4,99% declararam que usam outras redes, enquanto 3,21% declararam não ter redes sociais. Não se identificaram diferenças significativas de uso entre os sexos.
- Quando avaliado o uso das redes por faixa etária, percebe-se que, quanto mais jovem, maior é a proporção de usuários de redes sociais. O Whatsapp é a rede com a maior aceitação em todas as faixas etárias, chegando a ser utilizada por 92,39% dos jovens com idades entre 18 a 24 anos. Com exceção do Facebook, a proporção de entrevistados que declararam utilizar determinada rede tende a diminuir à medida que se aumenta a faixa

etária. A parcela de usuários do Facebook apresenta dinâmica inversa, crescendo até a faixa etária de 45 a 59 anos e depois decrescendo para os usuários com 60 anos ou mais.

Figura 3 - Uso de Redes Sociais por Faixa Etária



Fonte: Elaborado pela Coordenação de Estudos e Avaliação de Políticas Socioeconômicas.

- Em relação à dificuldade no uso de redes sociais por faixa etária, é interessante observar que quanto mais velho é um grupo etário, mais este concorda que tem dificuldade de acessar aplicativos de internet e redes sociais. Quase 45% dos entrevistados entre 60 anos ou mais concordam que têm mais dificuldades em acessar aplicativos para se informarem sobre serviços públicos ou privados.
- Os que concordam que acompanham mais notícias do dia a dia pelas redes sociais do que pelas mídias tradicionais, como televisão ou jornais impressos, representam 62,86%. Esse percentual varia de acordo com a faixa etária observada e tende a diminuir à medida que se aumenta a faixa etária. O percentual de jovens com idade entre 18 e 24 anos que declararam ler mais notícias nas redes do que nos meios tradicionais é de 80,07%, enquanto esse percentual para os entrevistados com idade superior a 60 anos é de 43,03%.

Ficha Técnica:

Elaboração do estudo:

- - Alisson Carlos da Costa Silva
- - Vinicius Quintanilha Nunes
- - Rafael Richter Oliveira da Silva

Revisão e copidesque

Eliane Menezes

Diagramação

Mauro Moncaio