

NOTA Técnica

PESQUISA DE HÁBITOS DE CIRCULAÇÃO DOS MORADORES DO DISTRITO FEDERAL

Brasília-DF, fevereiro de 2022

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

Ibaneis Rocha
Governador

Paco Britto
Vice-Governador

SECRETARIA DE ESTADO DE ECONOMIA DO DISTRITO FEDERAL

José Itamar Feitosa
Secretário

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL - CODEPLAN

Jeansley Lima
Presidente

Sônia Gontijo Chagas Gonzaga
Diretora Administrativa e Financeira

Renata Florentino de Faria Santos
Diretora de Estudos Urbanos e Ambientais

Daienne Amaral Machado
Diretora de Estudos e Políticas Sociais

Clarissa Jahns Schlabit
Diretora de Estudos e Pesquisas Socioeconômicas

EQUIPE RESPONSÁVEL

DIRETORIA DE ESTUDOS E PESQUISAS SOCIOECONÔMICAS - DIEPS/Codeplan

- Clarissa Jahns Schlabitx - Diretora

Gerência de Finanças e Avaliação de Políticas Públicas Socioeconômicas - GEFAPS/DIEPS/Codeplan

- Rafael Richter Oliveira da Silva - Gerente

Elaboração do estudo

- Rafael Richter Oliveira da Silva - Gerente
- Henrique de Mello de Assunção - Assistente
- Alina Beatriz Cordeiro da Silva - Estagiária

Revisão e copidesque

Heloisia Faria Herdy

Editoração Eletrônica

Maurício Suda

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. ANÁLISE	9
2.1. Contextualização	9
2.2. Variáveis	9
2.2.1. Resultados.....	10
3. CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24
APÊNDICE	25

1. INTRODUÇÃO

A pandemia da Covid-19 teve seu primeiro caso confirmado no Distrito Federal em março de 2020. Desde então, o vírus e as medidas de combate à transmissão da pandemia têm repercutido no cotidiano da população. Sabe-se que o vírus é transmitido por meio do contato direto, indireto (por meio de superfícies contaminadas), ou próximo às pessoas infectadas. Sobre a gravidade dos sintomas nos indivíduos, pode-se afirmar que:

[...] A maioria dos contaminados (cerca de 80%) se recuperam da doença sem precisar de tratamento hospitalar. Uma em cada seis pessoas infectadas pela Covid-19, fica gravemente doente e desenvolve dificuldade de respirar. As pessoas idosas e as que têm outras comorbidades como pressão alta, problemas cardíacos e do pulmão, diabetes ou câncer, têm maior risco de ficarem gravemente doentes. No entanto, qualquer pessoa pode pegar a Covid-19 e ficar doente (OPAS/OMS, 2020).

Assim, devido às características infecciosas do vírus e à gravidade dos casos observados, medidas de higiene e isolamento são indicadas para evitar o esgotamento de leitos de UTI, e preservar a saúde pública (FIOCRUZ, 2020). Portanto, com as medidas preventivas adotadas pelo governo e pela população, espera-se um impacto no comportamento das pessoas no sentido de maior distanciamento social. Isso pode ser observado pela frequência de visitação em ambientes cotidianos como farmácias, mercados, shoppings, bancos e templos religiosos. Essa frequência é impactada tanto pelas medidas restritivas do período analisado, quanto pelo comportamento das pessoas e do setor avaliado.

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar se houve redução na circulação de pessoas a partir da frequência de visitas a locais específicos. O foco é justamente identificar o impacto da pandemia nos hábitos da população. Para isso, realizaram-se perguntas sobre dois períodos distintos: o “Antes” e o “Durante” a pandemia. Assim, esse tipo de análise permite detalhar o impacto nos hábitos das pessoas residentes no Distrito Federal, contribuindo para a tomada de decisão e para o fornecimento de informações que fundamentem as políticas públicas no enfrentamento à pandemia.

Como será mostrado, é perceptível que os entrevistados reduziram o número de visitas aos ambientes analisados durante a pandemia. Em especial, o setor de “Estabelecimento Comerciais”, que inclui shoppings, comércio e bares e restaurantes, é um dos mais afetados. O setor menos afetado foi o de serviços básicos, que inclui farmácias, mercados e padarias.

Em termos de modalidade de trabalho, nota-se que pessoas que trabalham no “Teletrabalho” apresentam menor frequência de visitas aos ambientes pesquisados, do que aqueles que atuam “Fora da Residência”. Além disso, ao observar o comportamento por faixa etária, percebe-se que a população jovem, entre 18 e 34 anos, concentra as maiores médias de visitação nos diversos ambientes. Os acima dos 60 anos, possuem as menores médias de visitação.

Enfim, a pesquisa cumpre com seu objetivo, sendo possível compreender o comportamento dos entrevistados. Além disso, a pesquisa permite a comparação do impacto entre os setores, as modalidades de trabalho e as faixas etárias das pessoas. Dessa forma, disponibiliza o panorama de comportamento dos entrevistados, o que pode ser utilizado para compreender quais outros fatores externos podem ter impacto nas

diferentes proporções de redução de visitação por setor. Por fim, os dados possibilitam a realização de novas coletas que permitam comparações entre períodos diferentes da pandemia.

2. ANÁLISE

2.1. Contextualização

A chegada da Covid-19 no Distrito Federal ensejou a adoção de várias medidas para conter a expansão no número de casos. Tais ações, principalmente em forma de decretos e recomendações, estão em conformidade com os parâmetros e critérios estabelecidos por profissionais da saúde, como por exemplo, o uso de máscara, o distanciamento social e as medidas de quarentena (FIOCRUZ, 2020).

Dessa forma, faz-se necessária a compreensão dos diversos impactos que a pandemia exerceu sobre a população local. O presente trabalho, portanto, busca analisar especificamente os hábitos de circulação dos indivíduos. Isso é feito pela identificação de padrões de circulação de pessoas a determinados locais no Distrito Federal, a partir da frequência com que elas visitam tais locais. Esses hábitos de circulação são observados em dois períodos, um marcado pela ausência e outro pela presença da pandemia, o que permite compará-los e obter diretamente o impacto da mesma sobre os entrevistados.

A pesquisa de hábitos de circulação de moradores do Distrito Federal teve sua coleta de dados realizada por meio telefônico, com caráter amostral, por meio da parceria entre a Codeplan e a Central 156 da Secretaria de Fazenda do Distrito Federal. O conteúdo adquirido busca uma resposta quantitativa referente a frequência de visitas dos indivíduos a locais específicos dentro de diversos setores.

Antes dessa pesquisa, umas das poucas formas de acompanhamento do distanciamento e isolamento da população se dava por meio do *Google Mobility Report*. Ainda que essa pesquisa seja de alta frequência, nem todos os ambientes de interesse são cobertos pela metodologia, o que revela a importância de se preencher essa lacuna de informações sobre o perfil de comportamento da população.

2.2. Variáveis

Avalia-se o comportamento dos indivíduos em dois momentos: “Antes” e “Durante” a pandemia da Covid-19. 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. Além disso, realizou-se a pesquisa em um período curto de tempo em que, as medidas de restrição, se mantiveram constantes. A rápida coleta evitou que as medidas de restrições fossem diferentes a depender do dia da entrevista.

Esses cuidados permitem a observação de mudanças de comportamento, sem atribuir causas indiretas, principalmente, quanto às características dos indivíduos. Dessa forma, os resultados apresentam as mudanças nos padrões de comportamento dos entrevistados.

Os setores ou serviços são compostos pelos seguintes ambientes:

- **Serviços Essenciais:** farmácias, mercados/supermercados e padarias;
- **Estabelecimentos Comerciais:** bares ou restaurantes, comércio e shoppings ou galerias;

- **Setor Financeiro:** bancos e casas lotéricas;
- **Setor de Esportes e Lazer:** academias e parques;
- **Setor Social e Religioso:** templos religiosos e casa de amigos e familiares;

Reconhecendo que os entrevistados tendem a responder as frequências de visitação em padrões diferentes,¹ para facilitar o preenchimento de informações durante a coleta, disponibilizou-se um guia, mas disponível apenas para o pesquisador, indicando como preencher o formulário nos casos em que os entrevistados não fornecessem uma resposta numérica às frequências. Para esclarecer esse ponto, foi pedido para que os entrevistados respondessem quantas vezes frequentavam cada ambiente por mês. O guia abaixo associou respostas comuns à uma frequência numérica:

- Não sabe/não se aplica;
- Nunca/Nenhuma vez: 0;
- Uma vez na semana: 4;
- Duas vezes na semana: 8;
- Três vezes na semana: ... 12;
- Quatro vezes na semana: 16;
- Cinco vezes na semana: .20;
- Seis vezes na semana: 24;
- Todos os dias: 28.

Uma característica do processo pandêmico é a descontinuidade de medidas de restrição, ou seja, momentos em que as restrições são mais ou menos severas. Isso pode fazer com que os resultados não reflitam diretamente os hábitos na pandemia, mas sim os hábitos do indivíduo no momento do questionário ou a melhor recordação da pessoa de sua experiência na pandemia.

Por fim, há registros de entrevistados que não responderam ao questionário de forma completa. Pode-se elencar uma série de motivos para esse comportamento. Por exemplo, uma primeira hipótese para isso é que os entrevistados tenham dificuldade de lembrar exatamente as frequências de visitação. Outra é que alguns entrevistados não tenham interesse de revelar todas as frequências. Ou ainda, alguns podem considerar que o entrevistador considere que maiores frequências de visitação revelam hábitos inadequados de comportamento perante a pandemia. Nesse caso, o entrevistado teria uma tendência de não revelar frequências quando considerasse que o entrevistador poderia julgá-lo.

2.2.1. Resultados

Mudanças de Hábitos

Os gráficos abaixo resumem os dados coletados, não observando as nuances comportamentais definidas a partir de características individuais. Com base neles, observa-se que as maiores reduções de visitação podem ser observadas no grupo “Empreendimentos Comerciais”, especialmente em “Shopping Center/Galeria” e “Bares e Restaurantes”. A categoria “Esporte e Lazer” também foi identificada como uma das mais fortemente

¹ Nos testes da pesquisa, percebeu-se que alguns entrevistados tendem a responder uma frequência de visitação numericamente, enquanto outros podem se referir à uma frequência semanal de visitação.

afetadas. Isso se deve ao fato de que as pessoas reduziram mais intensamente as visitas aos ambientes que não fornecem serviços básicos.

Outro fator importante é a capacidade do poder público de fiscalizar e proibir as idas à diferentes estabelecimentos, dado que é mais simples fiscalizar determinados locais. Além disso, é possível que empreendimentos como “Shopping Center/Galeria” e “Bares e Restaurantes” tenham sido substituídos por serviços virtuais, reduzindo a frequência de visitação nesses ambientes. Por isso, primeiramente, comparara-se a média de visitação de todos os ambientes observados em ambos os períodos, sem considerar possíveis classificações dos indivíduos, como idade e gênero. Esse resultado médio, permite compreender o comportamento tendencial da população “Antes” e “Durante” a pandemia da Covid-19.

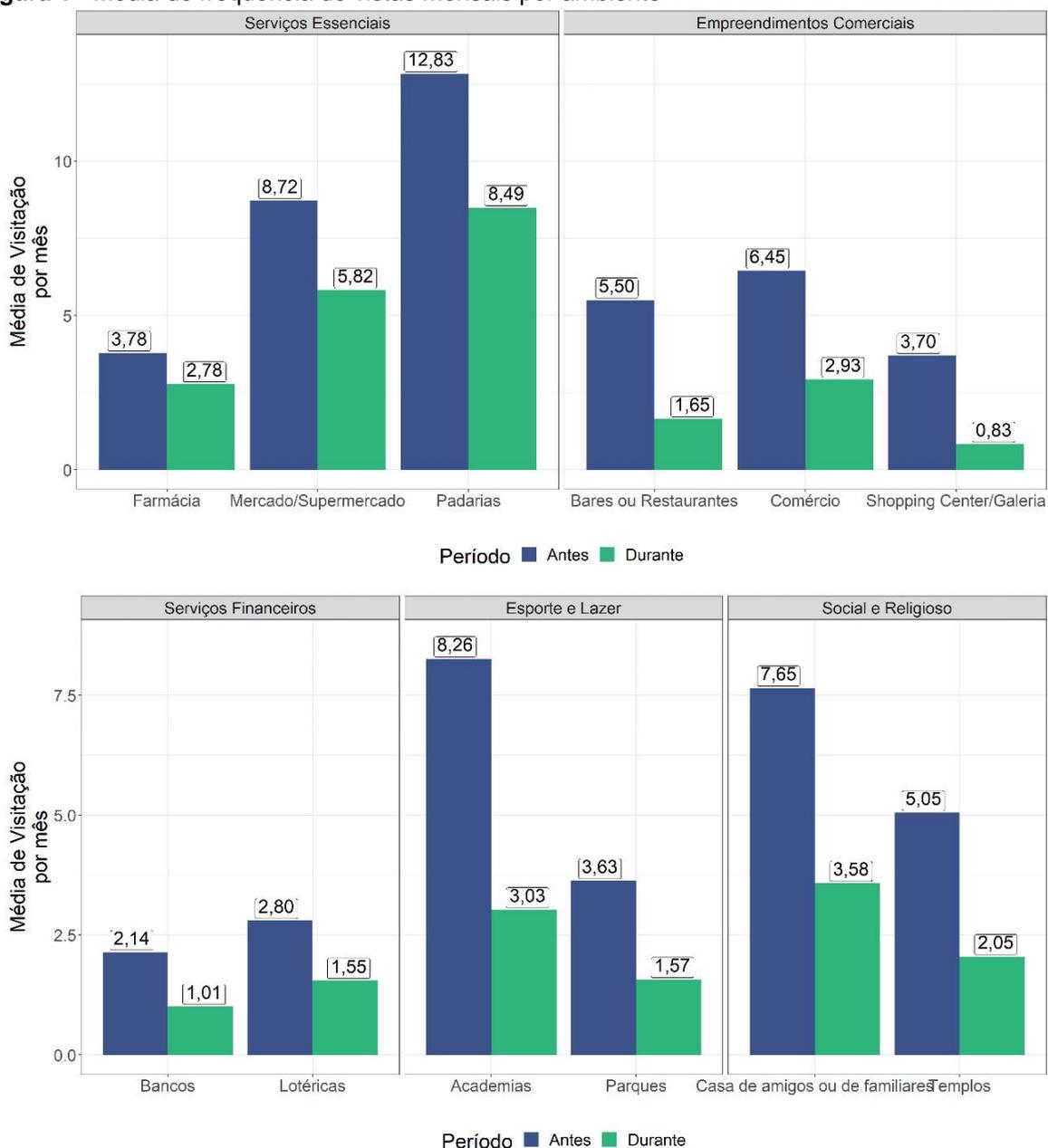
A redução nas visitas em todos os setores varia entre 33% e 78%. Os setores que antes tinham a maior média de frequência de visitação eram “Padaria”, “Mercado/Supermercado” e “Academia”. Nesses setores, a redução de visitação coletada foi de 33,8%, 33,2% e 63,3%, respectivamente. Durante a pandemia, esses também foram os grupos com as maiores médias de visitação, juntamente com “Casa de Amigos/Familiares”, agora, em terceiro lugar, com média de 3,58.

De forma semelhante, antes da pandemia, os ambientes com menor número de visitação eram “Bancos”, “Lotéricas” e “Parques”. A redução de visitação em cada um desses locais foi de 52,8%, 44,6% e 56,7%, respectivamente. Durante a pandemia, os locais com menor média de visitas são “Shopping Center/Galeria”, “Bancos” e “Lotéricas”, sendo que “Shopping Center/Galeria” é o único ambiente com média de visitação menor que 1%.

“Serviços Financeiros”, no primeiro período, possuíam a menor média de visitação geral entre setores. Durante a pandemia, essa tendência se manteve. Isso pode ter ocorrido pela difusão de ferramentas que facilitam a migração para o serviço remoto, como o Internet Banking e a criação do Pix. Mesmo com uma visitação baixa antes da pandemia, observa-se uma redução de visitação de 52,8% para “Bancos” e de 44,6% para “Lotéricas”.

Por outro lado, o Setor de “Serviços Essenciais” obteve a menor redução de visitas, com variações negativas entre 26% e 34%. Para fins de comparação, os ambientes com as maiores taxas de redução da frequência são “Shopping Center/Galeria”, com 77,6%, e “Bares ou Restaurantes” com 70,0%. A Figura 1 e a Tabela 1 detalham as médias antes e durante a pandemia e as reduções nas visitas.

Figura 1 - Média de frequência de vistas mensais por ambiente



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Tabela 1 - Redução de visitação nos Ambientes Pesquisados

Ambiente	Redução %
Farmácia	26,4
Mercado/Supermercado	33,2
Padaria	33,8
Bares ou Restaurantes	70,0
Comércio	54,6
Shopping Center/Galeria	77,6
Bancos	52,8
Lotéricas	44,6
Academias	63,3
Parques	56,7
Casa de Amigos ou de Familiares	53,2
Templos	59,4

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Percebe-se, também, que os ambientes que antes possuíam baixa média de visitação por mês, como “Farmácia”, “Bancos” e “Lotéricas”, obtiveram reduções de visitação menores do que ambientes mais frequentados antes da pandemia. Respectivamente, essas taxas foram de 26,4%, 52,8% e 44,6%. Dentre esses serviços, “Farmácias” permanece com o maior número de visitas (de 4 e para 3 visitas por mês), seguido de “Lotéricas” (3 para 2 visitas) e, por fim, “Bancos” (reduziu de 2 a 1 visita por mês).

“Farmácias”, assim como “Mercado/Supermercado” e “Padaria”, se encaixam dentro de “Serviços Essenciais”. Nesses três ambientes, se observa as menores reduções nas taxas de visitação: 26,4%, e 33,2% e 33,8%, respectivamente. Dentro desse grupo, as posições do mais visitado para o menos se mantém em ambos os períodos. “Padarias” antes da pandemia tinham uma média de 12,8 visitas por mês. Essa frequência se reduziu para 8,5 durante a pandemia. O segundo ambiente com mais visitas é o grupo “Mercado/Supermercado”, que apresentava 9 visitas mensais. Durante a pandemia, essa média se reduziu para 6. “Farmácia” teve uma redução de visitação de 26,4%, passando de uma média de visitação de 3,78 para 2,78.

Os ambientes “Shopping Center/Galeria”, “Bares ou Restaurantes” e “Academias” tiveram as maiores reduções de visitação, sendo estas, as únicas acima de 60%, com valores de 77,6%, 70% e 63,3%, respectivamente. Os dois primeiros ambientes, juntamente com “Comércio”, compõem o setor de “Empreendimentos Comerciais”. Como observado na Tabela 2, esse grupo apresentou redução de visitação de 65,4%, sendo a maior redução entre os setores observados.

O Setor de “Esportes e Lazer”, composto por “Academias” e “Parques”, apresentou redução de 61,3%, a segunda maior faixa de redução setorial. Nesse grupo, as reduções de visitação foram de 63,3% para as “Academias” e de 56,7% para os “Parques”. Esse cenário pode indicar a influência direta e indireta dos decretos de limitação de circulação, assim como das indicações de medidas preventivas à Covid-19.

Tabela 2 - Média por período e redução da frequência de visitação por setor ou tipo de serviço

Setores/Serviços	Antes	Durante	Redução%
Essenciais	8,44	5,69	32,6
Comerciais	5,21	1,80	65,4
Financeiros	2,47	1,28	48,2
Esporte e Lazer	5,94	2,30	61,3
Social e Religioso	6,35	2,81	55,7

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

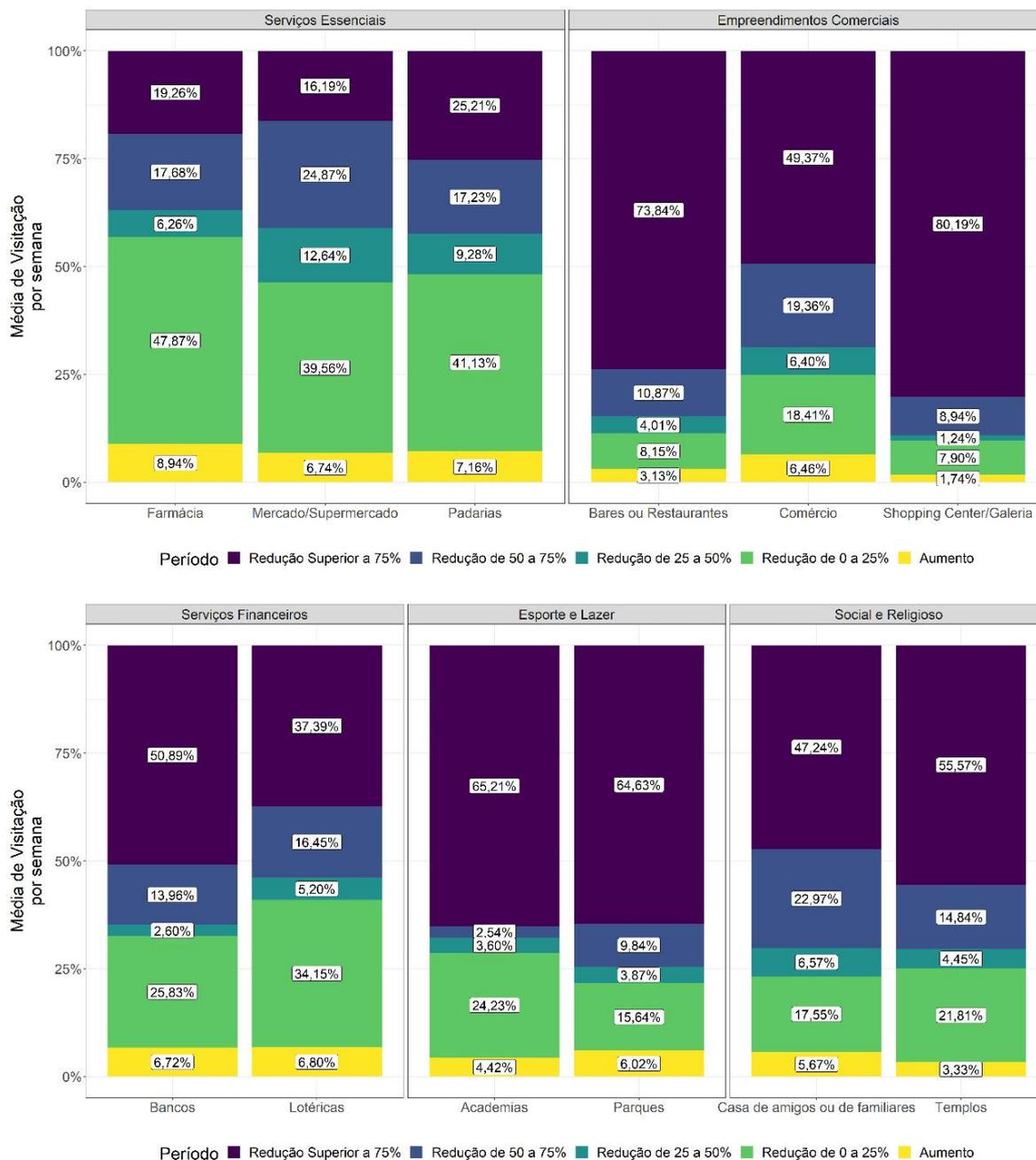
Percebe-se o que o menor número de visitas mensais se dá no “Setor Financeiro” em ambos os períodos, como comentado anteriormente. Ressalta-se, também, que o número de visitas a esses setores, durante a pandemia, ocorre na faixa de 1 a 3 por mês.

Por fim, observa-se que o setor “Social e Religioso” teve uma redução média de 55,7% na frequência de visitas. Seus ambientes, “Casa de Amigos ou de Familiares” e “Templos”, tiveram reduções similares, 53,2% e 59,4%, respectivamente.

Na Figura 1 e na Tabela 1 pode-se perceber como se deu a alteração média de hábitos dos entrevistados. Observa-se que, em várias categorias, o número de pessoas que não frequentam determinados estabelecimentos aumentou consideravelmente. Esse movimento fica evidente, sobretudo, nas categorias “Bares e Restaurantes” e “Shopping Centers”.

Portanto, outra forma de avaliar os hábitos da população é responder à seguinte pergunta: “Com qual intensidade as pessoas reduziram a visitação?”. A Figura 2 responde essa pergunta ao determinar faixas de redução de visitação e a proporção de entrevistados que se encaixam em cada uma dessas faixas. Para a elaboração da Figura 2, separaram-se as reduções de visitação nos seguintes grupos: 1) Redução Superior a 75%; 2) Redução entre 50 a 75%; 3) Redução de 25 a 50%; 4) Redução de 0 a 25% e; 5) Aumento. Nesse sentido, interpreta-se que se o grupo “Superior a 75%” tem proporção de 25,21%, como ocorre com o grupo “Padaria”, isso significa que 25,21% dos entrevistados visitam o ambiente durante a pandemia, mais de 75% menos do que visitavam antes da pandemia.

Figura 2 - Distribuição percentual de pessoas por intensidade de redução das visitas



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Analisando o setor de “Serviços Essenciais”, observa-se que as proporções de indivíduos que reduziram as visitas aos 3 ambientes em até 25% é maior que aqueles que se encaixam em outras faixas, principalmente porque as reduções em outros setores foram

mais significativas. Dessa forma, entende-se que a maioria dos indivíduos tendem a reduzir de forma menos intensa o número de visitas nos ambientes classificados como “Serviços Essenciais”.

Os ambientes com maior proporção de pessoas dentro da faixa de redução acima de 75% são “Shopping Center/Galeria”, com 80,19%, e “Bares ou Restaurantes”, com 73,84%. Em seguida, nota-se uma redução significativa no Setor de “Esporte e Lazer”, no qual se observa uma redução de 65,21% nas “Academias” e de 64,63% nos “Parques”. Isso significa que mais de três quartos das pessoas reduziram suas frequências de visita em parques e academias em mais de 75%.

Percebe-se, também, que as faixas de redução entre 25% e 50% obtiveram as menores proporções de indivíduos na maioria dos grupos, ou seja, menos indivíduos tendem a alterar seus hábitos de visita de forma moderada. Ainda assim, reduções mais intensas de visita dependem da característica do grupo analisado. Por exemplo, em “Serviços Financeiros”, tem-se a possibilidade de substituição pelo serviço remoto (aplicativos). Setores como “Empreendimentos Comerciais” e “Esportes e Lazer” são mais difíceis de substituir e, portanto, mais impactados por medidas de segurança. A redução na visita no setor “Social e Religioso” depende da adaptabilidade das famílias, pois é influenciada pela interação familiar e pela presença ou ausência de pessoas no grupo de risco dentro dos ambientes sociais.

Uma quantidade reduzida da população teve um comportamento oposto à tendência, ou seja, em cada ambiente há uma proporção de pessoas aumentando o número de visitas por mês. Essa proporção varia entre 1% e 9%, a depender do Setor e/ou ambiente analisado. Os setores “Farmácia”, “Padaria” e “Lotéricas” são os 3 ambientes que possuem as maiores proporções de pessoas que tiveram esse tipo de comportamento. Nesses ambientes, observa-se uma proporção de entrevistados que aumentaram suas frequências de visita de, 8,94%, 7,16% e 6,80%, respectivamente.

Ainda com relação à proporção de entrevistados que aumentaram suas visitas, tem-se “Mercado/Supermercado”, com 6,74% e “Bancos”, com 6,72%. Dessa forma, os 5 locais com as maiores porcentagens de pessoas que aumentaram a frequência de visita estão dentro dos setores de “Serviços Financeiros” e dos “Serviços Essenciais”. “Shopping Center/Galeria”, por outro lado, é o ambiente com a menor taxa de pessoas com esse comportamento e o único ambiente com proporção inferior a 2%.

Com os dados demonstrados até este ponto, é possível observar o impacto da pandemia no comportamento da população do Distrito Federal de forma generalizada, ou seja, sem considerar aspectos sociais para classificar e observar certos grupos. Com isso, mostra-se que houve redução significativa em todos os setores observados. Dessa forma, observa-se que o setor de “Serviços Essenciais” obteve as menores reduções de visitas entre os períodos analisados, ao mesmo tempo que “Empreendimentos Comerciais” se mostrou o mais impactado pelo cenário pandêmico quando se fala de número de visitas, tendo em vista que este inclui “Bares ou Restaurantes”, “Comércio” e “Shopping Center/Galerias”.

Hábitos e Trabalho

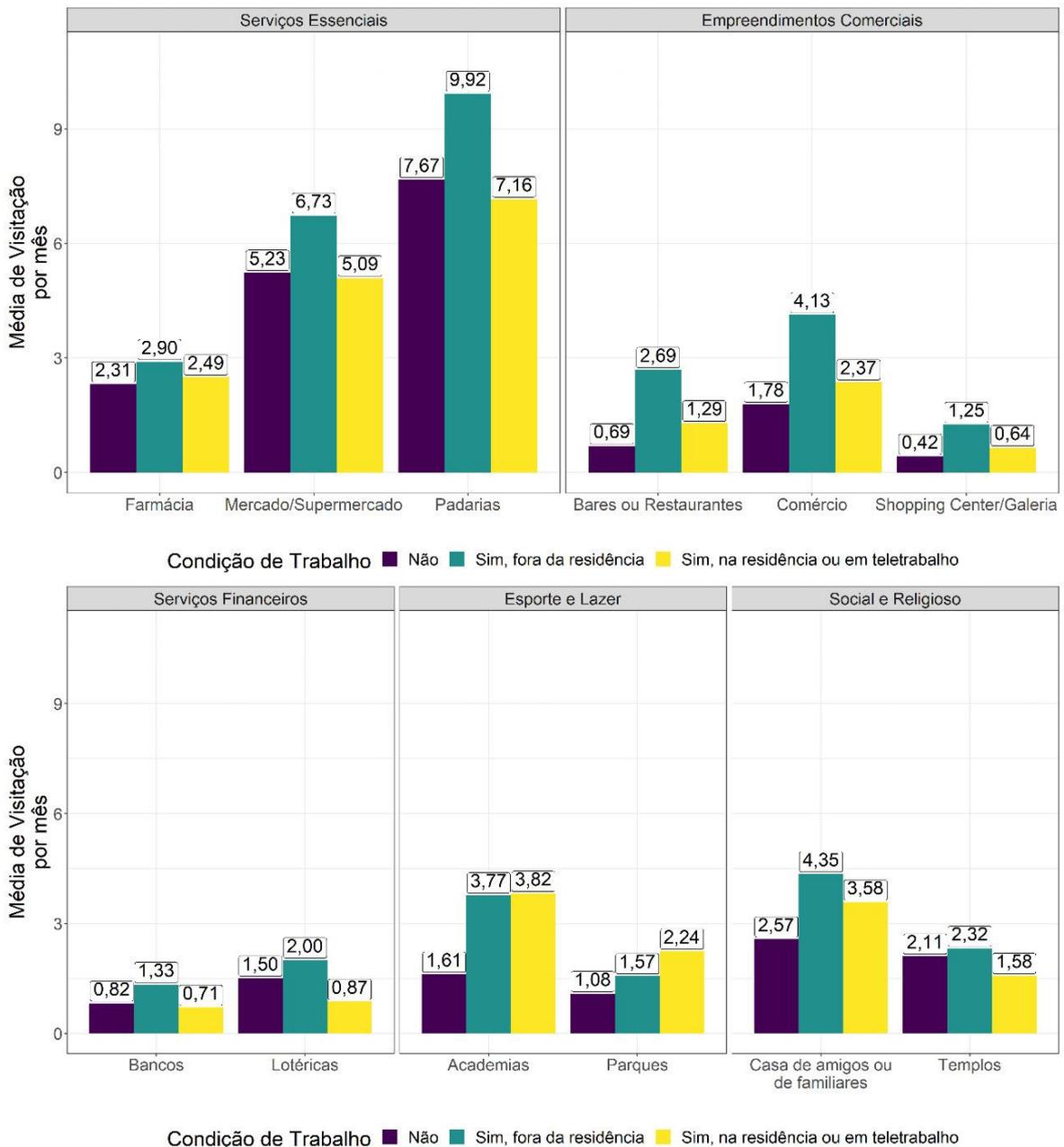
O impacto da pandemia em grupos que migraram ou não para o teletrabalho é outra pergunta que essa pesquisa busca responder. Observa-se que em quase todas as categorias, as pessoas que estão em teletrabalho fazem menos visitas do que as que estão em trabalho presencial, com exceção da categoria esporte e lazer. Isso sugere que a

implementação do teletrabalho foi uma medida eficaz para a redução da circulação de pessoas não só nos ambientes de trabalho, mas também em diferentes estabelecimentos.

A Figura 3 expõe os hábitos dos indivíduos de acordo com três possíveis cenários: aqueles que não trabalham (no momento da pesquisa); os que trabalham fora da residência; e aqueles que trabalham na residência/em teletrabalho. A intenção do gráfico é responder a seguinte pergunta: “Quem trabalha fora de casa visita mais, ambientes?”.

Ressalta-se que o “Não trabalho” se assemelha, mas não pode ser considerado como desemprego por não ser possível diferenciar os inativos dos desocupados. Também não é possível separar o teletrabalho do trabalho em residência. A diferença, nesse caso, é que o teletrabalho é a migração do trabalho do escritório para o trabalho remoto, enquanto o trabalho na residência pode incluir, por exemplo, o trabalho por conta própria ou um escritório pessoal.

Figura 3 - Frequência de visitação por modalidade de trabalho



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Analisando a Figura 3, vê-se que o único ambiente em que as pessoas que trabalham “Fora da residência” não têm a maior média de frequência é em “Academias”, por uma diferença decimal. Assim, aponta-se que, em média, as que trabalham fora de casa tendem a ter maiores frequências de visitação mensais. Além disso, as pessoas que trabalham “Na Residência ou em Teletrabalho” tendem a ter a segunda maior média de visitação nos ambientes. As menores médias de visitação, para a maioria dos ambientes, pertencem às pessoas que não trabalham.

Os ambientes com as menores frequências de visitação, para as três modalidades, são “Shopping Center/Galeria”, na faixa de 0,42 a 1,25 vezes por mês, seguido de “Bancos”, entre 0,71 e 1,33, e “Bares ou Restaurantes”, entre 0,69 e 2,69. Assim, pode-se observar que as pessoas que trabalham “Fora da Residência” visitam esses ambientes pelo menos uma vez no mês. Para outras modalidades, o hábito de frequentar locais se dá de forma mais espaçada. Os dois ambientes com as maiores médias de visitas para esses cenários são “Padarias”, entre 7 e 10 visitas mensais, e “Mercado/Supermercado”, entre 5 e 7 visitas mensais. Com exceção desses dois ambientes “Essenciais”, todas as médias de visitação mensal estão abaixo de 5, independentemente do regime de trabalho.

Tabela 3 - Média por modalidade de trabalho e Setor/Serviço

Setores/Serviços	Não trabalham	Sim, fora da residência	Sim, na residência
Essenciais	5,07	5,76	4,91
Comerciais	0,56	2,69	1,43
Financeiros	1,15	1,66	0,79
Esporte e Lazer	1,34	2,64	3,03
Social e Religioso	2,34	3,33	2,58

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

A Tabela 3 reforça os pontos acima. A discrepância na média de visitas para o setor de “Serviços Essenciais” em comparação aos outros ambientes, independentemente da modalidade de trabalho, se torna mais visível. Da mesma forma, em termos de modalidade de trabalho, observa-se que as pessoas que não trabalham tendem a ter as menores médias de visitação aos locais analisados.

Considerando esse ponto, é útil analisar a facilidade de migração para o teletrabalho para diferentes grupos de renda, uma vez que essa modalidade não era tão comum antes da pandemia. Esses dados podem ser observados a partir da Tabela 4, a seguir.

Tabela 4 - Proporção de pessoas por renda e modalidade de trabalho em cada período analisado

Grupo de Renda Familiar	Não trabalha		Sim, fora da residência		Sim, em teletrabalho	
	Antes	Depois	Antes	Depois	Antes	Depois
Menos de R\$ 1.000	33%	72%	61%	22%	7%	6%
Entre R\$ 1.000 e R\$ 2.999	24%	40%	69%	47%	7%	13%
Entre R\$ 3.000 e R\$ 7.000	18%	23%	76%	49%	6%	28%
Mais de R\$ 7.000	20%	24%	74%	34%	6%	42%
Total	22%	33%	72%	42%	6%	25%

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Primeiramente, nota-se uma redução no emprego em todas as faixas de renda. Sendo essa redução mais intensa para as pessoas de menor renda. Em termos de trabalho presencial, percebe-se que as faixas intermediárias de renda mantiveram proporções

similares de trabalhadores. Os entrevistados com renda mais baixa foram os que menos trabalharam fora da residência. Isso deve ser analisado com cuidado, dado o tamanho da estatística de “não trabalho”. Por fim, reporta-se um aumento significativo de entrevistados de renda mais alta no regime de teletrabalho.

Ressalta-se que a pergunta da pesquisa se refere a renda atual da família. Desse modo, é importante notar que há uma tendência de que aqueles que mantiveram o trabalho possuam maior renda.

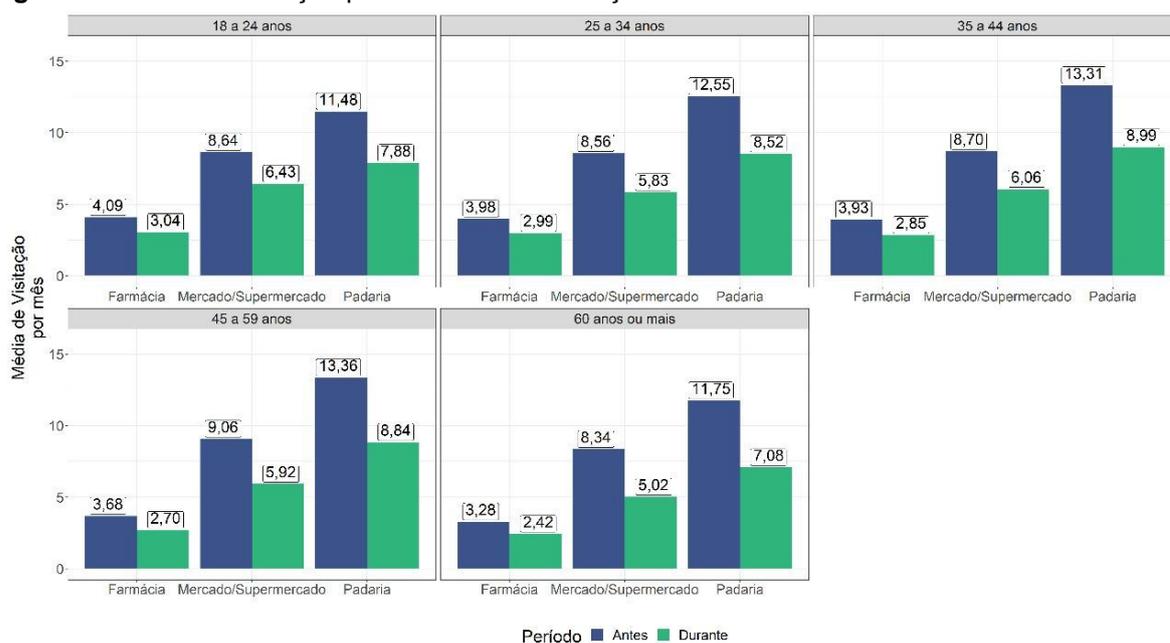
Analisando a migração para o teletrabalho, observa-se uma diferença significativa entre os grupos. A proporção de pessoas de baixa renda nesse regime se manteve praticamente constante, provavelmente dada a regimes de trabalho por conta própria dentro da residência. No grupo de renda “Entre R\$ 1.000 e R\$ 2.999”, o número de trabalhadores em teletrabalho saltou de 7% para 13%. Para o grupo “Entre R\$ 3.000 e R\$ 7.000”, nota-se uma migração mais intensa, com 28% dos entrevistados afirmando que atuam em regime de teletrabalho durante a pandemia. Por fim, o grupo de mais alta renda foi o que teve a maior facilidade de migrar para o teletrabalho, com 42% dos entrevistados desse grupo afirmando que migraram para esse regime.

Assim, há um número significativo de entrevistados que migraram para o teletrabalho. Esse número é mais relevante quanto maior a renda do grupo. Isso é afetado, primeiramente, pelo tipo de trabalho desempenhado. Grupos de maior renda tendem a ter mais acesso às ferramentas necessárias para a execução do teletrabalho. Além disso, percebe-se uma maior facilidade de migração para o teletrabalho em atividades que pagam maiores salários.

Hábitos e Faixa Etária

Outro aspecto relevante é se a faixa etária interfere nos hábitos de circulação das pessoas. As Figuras 4, 5 e 6 buscam identificar o padrão de comportamento com base nessa característica dos participantes.

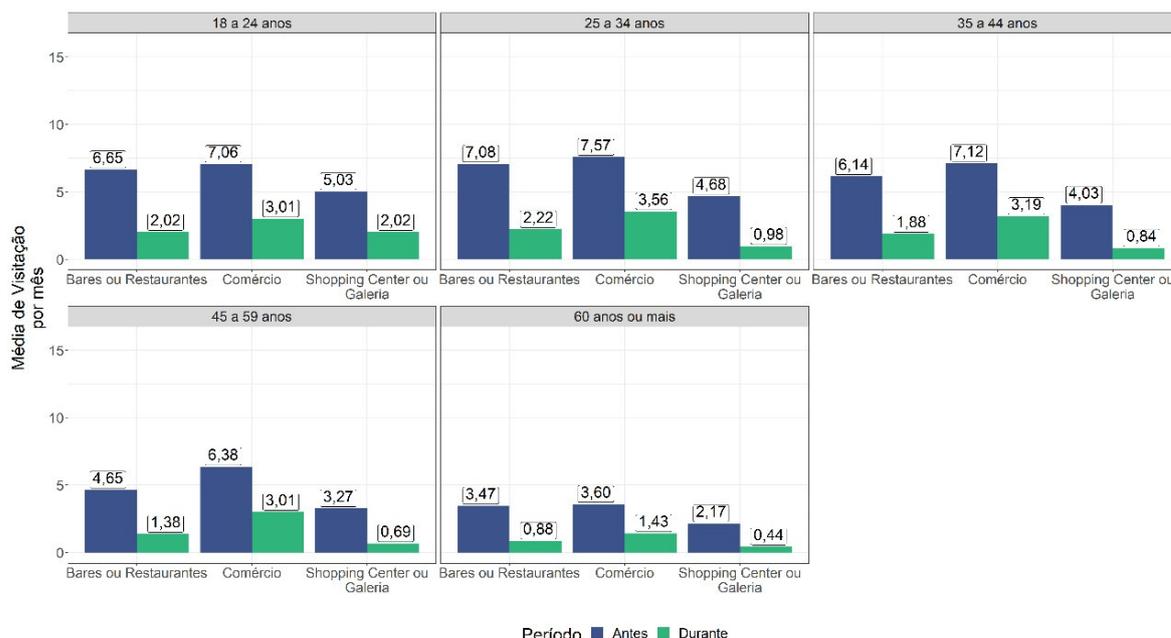
Figura 4 - Média de visitação por faixa etária - Serviços Essenciais



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Dentro de “Serviços Essenciais”, os jovens na faixa de 18 a 24 anos têm maior média para visitação de “Farmácia”, antes (4,09) e durante (3,04) a pandemia. Aquelas pessoas na faixa de 45 a 59 anos “Antes” visitavam mais “Mercado/Supermercado” (9,06). Durante a pandemia, a visitação desse grupo caiu (5,92) e foi superada pela faixa de 18 a 24 anos, que passou a visitar mais esse ambiente (6,43) que os outros grupos. Por fim, “Padaria” é o ambiente mais visitado por todas as pessoas, sendo as faixas de 35 a 44 anos e de 45 a 59 anos as que, em média, mais visitam esse comércio em ambos os períodos.

Figura 5 - Média de visitação por faixa etária - Estabelecimentos Comerciais



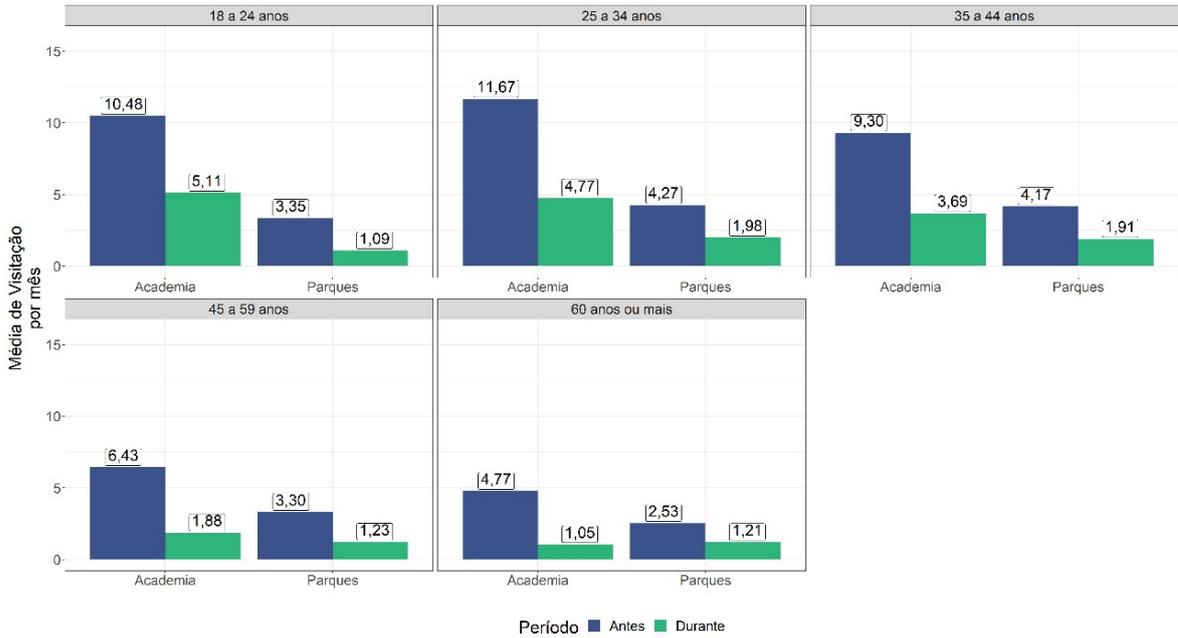
Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Dentro de “Estabelecimentos Comerciais”, percebe-se que, antes do período pandêmico as pessoas acima de 45 anos apresentavam as menores médias de visitação aos três ambientes (entre 2 e 6 vezes). Para as pessoas entre 18 e 44 anos, esse número variou entre 4 e 8 vezes.

Já durante a pandemia, observa-se que o ambiente “Comércio” é o mais visitado por todas as faixas etárias, com aproximadamente 3 visitas para os menores de 60 anos. Os jovens de 18 a 24 anos são os únicos que apresentam média de visitação acima de um para “Shopping Center/Galeria”, ou seja, tendem a comparecer a esses estabelecimentos, em média, 2 vezes, enquanto todos aqueles acima de 24 anos tendem a visitar o mesmo local menos de uma vez por mês.

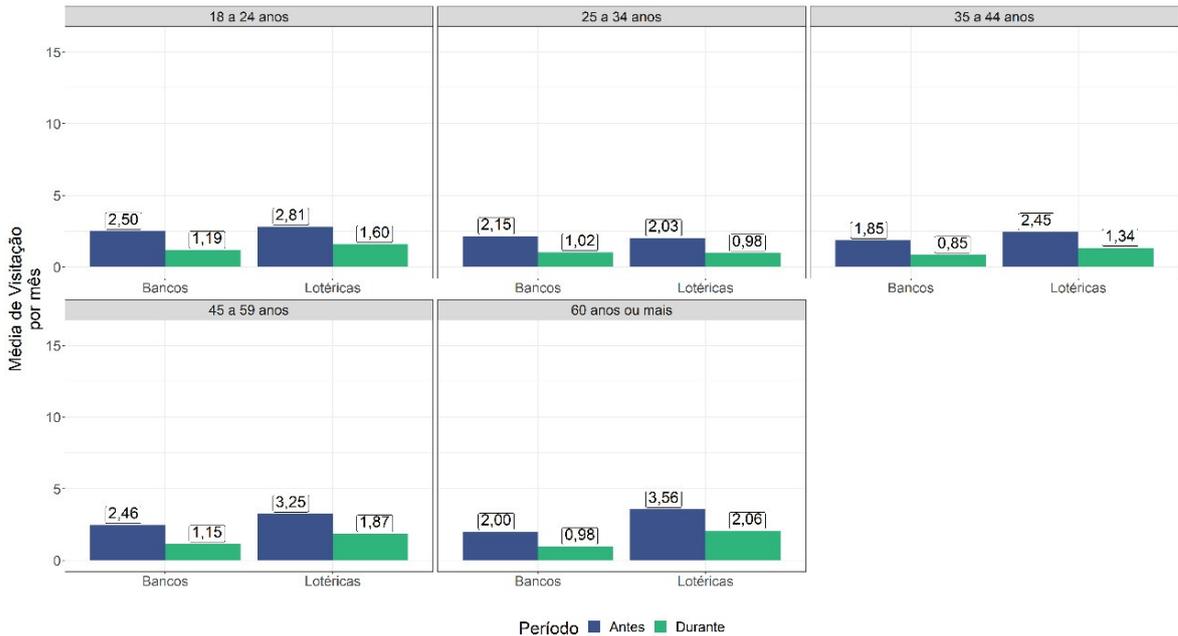
Antes da pandemia o ambiente mais frequentado, para todas as faixas etárias, dentro de “Esporte e Lazer” eram as “Academias”. Os jovens de 18 a 24 anos reduziram suas visitas ao ambiente “Academia” em 51,2%. Essa faixa também reduziu em 32,5% as idas aos “Parques”. As pessoas entre 25 e 34 anos reduziram sua ida às “Academias” em 59,1%, ficando com a segunda maior média de visitas (4,77). Por fim, cita-se que os entrevistados de 35 a 44 anos reduziram em 60,3% suas visitas a esse local, permanecendo com a terceira maior média.

Figura 6 - Média de visitação por faixa etária - Esporte e Lazer



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

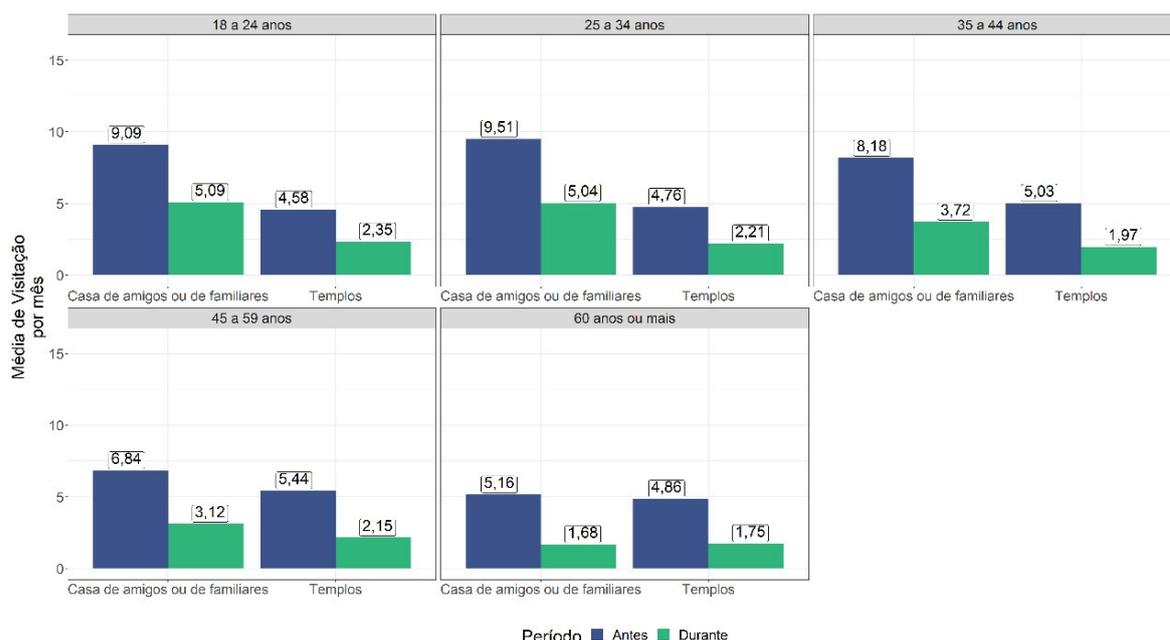
Figura 7 - Média de visitação por faixa etária - Setor Financeiro



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

No setor de “Serviços Financeiros”, todos os grupos visitavam, antes da pandemia, as “Lotéricas” mais de 2 vezes no mês. Durante este período, apenas o grupo com 60 anos ou mais manteve a média acima de 2 visitas mensais. No geral, o número de visitas a esses ambientes se reduziu em pelo menos uma visita mensal para todas as faixas etárias, o que é proporcionalmente alto quando consideramos a média de visitação de antes da pandemia.

Figura 8 - Média de visitação por faixa etária - Setor Social e Religioso



Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Para o Setor de Ambientes Sociais e Religiosos, observa-se que, antes da pandemia, os entrevistados entre 25 e 34 anos tendem a visitar mais “Casa de Amigos ou Familiares”, enquanto a faixa de 45 a 59 anos era a que mais frequentava “Templos”. Durante a pandemia, a faixa de 18 a 24 anos passou a ser a que mais visita “Casa de Amigos ou Familiares” e “Templos”.

As faixas de 25 a 34 anos e de 18 a 24 anos possuíam as maiores médias para esses ambientes, 9,51 e 9,09, respectivamente. Esse número reduziu para, em média, 5 visitas mensais. As outras faixas etárias apresentam um número de visitas entre 1 e 3.

Para aprofundar a análise, traz-se, a seguir, as Tabelas 5 e 6, que permitem observar essas variações por faixa etária e por setores acompanhadas da redução percentual calculada. É importante ressaltar que essas medidas representam o comportamento dos entrevistados e não necessariamente a tendência da população do Distrito Federal como um todo.

Tabela 5 - Média de frequência de visitas por Faixa Etária, Setor ou Serviço

Faixa Etária	Serviços Essenciais		Estabelecimentos Comerciais		Setor de Esporte e Lazer		Setor Financeiro		Setor Social e Religioso	
	Antes	Depois	Antes	Depois	Antes	Depois	Antes	Depois	Antes	Depois
18 a 24 anos	8,07	5,78	6,25	2,35	6,91	3,10	2,65	1,39	6,83	3,72
25 a 34 anos	8,36	5,78	6,44	2,25	7,97	3,37	2,09	1,00	7,13	3,62
35 a 44 anos	8,64	5,99	5,76	1,97	6,73	2,80	2,15	1,09	6,60	1,84
45 a 59 anos	8,70	5,82	4,76	1,69	4,86	1,55	2,85	1,51	6,04	2,63
60+ anos	7,79	4,48	3,08	1,37	3,65	1,13	2,78	1,52	5,01	1,71

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

Dessa forma, é perceptível que as maiores médias de visitação se concentram nas faixas etárias de 18 a 24, 25 a 34 e 35 a 44 anos, para ambos os períodos. O Setor Financeiro e o Setor de Ambientes Sociais e Religiosos são as duas exceções. O primeiro,

pela reduzida média geral de visitas em comparação com os outros setores e com a semelhança comportamental entre as faixas etárias. Ou seja, quando se trata de locais como “Bancos” e “Lotéricas”, as pessoas tendem a visitar menos o ambiente independente da faixa etária. Isso não é verdade para ambientes como “Casa de Amigos e Familiares” e “Templos”, em que se nota uma mudança significativa de comportamento a depender da faixa etária observada.

Tabela 6 - Redução de visitação por Faixa Etária por Ambientes

Faixa Etária	Serviços Essenciais	Estabelecimentos Comerciais	Setor de Esporte e Lazer	Setor Financeiro	Setor Social e Religioso
De 18 a 24 anos	28,4%	62,4%	55,1%	47,5%	45,5%
De 25 a 34 anos	30,8%	65,0%	57,7%	52,1%	49,2%
De 35 a 44 anos	30,7%	65,8%	58,4%	49,3%	72,1%
De 45 a 58 anos	33,1%	64,5%	58,4%	47,0%	56,4%
60 anos ou mais	42,5%	55,3%	69,0%	45,3%	65,8%

Fonte: Dados coletados pela Central 156 em parceria com a Codeplan

A Tabela 6 revela diferenças importantes na redução de frequência em diferentes faixas etárias. Nota-se que, a faixa de 60 anos ou mais foi a que mais reduziu a frequência de visitação em Serviços Essenciais e em Esporte e Lazer. Mas foi a que menos reduziu a visitação no Setor Financeiro. A faixa de 35 a 44 anos foi a que mais reduziu a visitação no Setor Social e Religioso, seguindo a tendência das outras faixas para os outros setores.

De uma forma geral, observa-se que os mais jovens possuem médias de visitação maiores na maior parte dos ambientes. Mas, proporcionalmente, eles reduziram a frequência de visitação em proporções similares às outras faixas etárias, considerando as exceções elencadas acima.

3. CONCLUSÃO

Os dados revelam que todos os setores foram impactados pela redução de visitação, mas que alguns setores e ambientes, foram impactados mais intensamente que outros. Além disso, nota-se uma adesão dos entrevistados ao distanciamento social, principalmente ao se considerar que, durante o período de coleta de dados (abril de 2021), as medidas de isolamento já não eram tão rigorosas quanto em outros períodos.

Setorialmente, as maiores reduções de visita se deram dentro de Empreendimentos Comerciais, sendo “Bares e Restaurantes” e “Shoppings Centeres” são os ambientes mais afetados, seguido por Esportes e Lazer e Serviços Financeiros. Sendo o setor de “Serviços Essenciais” aquele com os maiores números de visitas antes e durante a pandemia, tendo, também, as menores taxas de redução.

Ao avaliar pela modalidade de trabalho, percebe-se que as pessoas capazes de trabalhar no modelo de “Teletrabalho” tendem a visitar menos os ambientes avaliados em comparação àqueles que trabalham “Fora da residência”. Isso permite avaliar que o teletrabalho é uma medida efetiva para promover o distanciamento social. Além disso, percebe-se que a transição das modalidades de trabalho acompanha um padrão de renda. Assim, pessoas de maior renda tiveram maior facilidade de migrar para o regime de teletrabalho.

Quanto às análises por faixa etária, observa-se que as pessoas mais jovens tendem a frequentar mais os diversos ambientes analisados, mesmo durante a pandemia. Ao mesmo tempo que, as pessoas mais idosas, principalmente aqueles acima de 60 anos, possuem as menores frequências de visitação. Ainda assim, não é possível identificar diretamente os motivos das nuances sobre as variações de comportamento por faixa etária, apenas esta tendência geral.

Dessa forma, a presente pesquisa fornece o panorama de hábitos da população do Distrito Federal e ainda como esses hábitos foram afetados pela pandemia. Por fim, ela garante seu potencial para diferentes usos futuros, inclusive uma nova coleta de dados que explore outras relações e setores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OPAS/OMS. **Folha informativa sobre COVID-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 20 out. 2021.

TANIGUCHI, Nayane. **COVID-19: Ponto a ponto sobre o novo coronavírus**. FIOCRUZ Brasília. 2020. Disponível em: <https://www.fiocruzbrasil.org.br/covid-19-ponto-a-ponto-do-novo-coronavirus/>. Acesso em: 20 out. 2021.

APÊNDICE

Apêndice A - Nota Metodológica

A pesquisa telefônica foi realizada pela Codeplan em parceria com a Central 156. A Codeplan utilizou o cadastro telefônico do Detran como base para uma amostragem que reflete os parâmetros demográficos e socioeconômicos do Distrito Federal.

O tamanho amostral é de 3 mil (amostra mínima para a significância da pesquisa), considerando 90% de confiança e 1,5% de erro, sendo a amostra de partida um *mailing* sorteado com 30 mil registros.

Devido à natureza do cadastro utilizado, as estatísticas relevantes são reportadas para os entrevistados, em vez de a população do Distrito Federal.

A alta taxa de resposta da população, realizada entre os dias 14/04/2021 e 10/05/2021, resultou em uma coleta de 4.569 questionários válidos, valor acima da amostragem mínima. Ao todo, 27.175 ligações foram realizadas, indicando que 22.560 entrevistados escolheram não participar da pesquisa e 4.615 aceitaram participar da pesquisa. Com isso, a taxa de resposta foi de 17%, estando acima da média de 14% observada em outras pesquisas. Essas taxas de resposta são alteradas pela tecnologia de filtragem das ligações. Vale ressaltar que as ligações reportadas podem diferir do conjunto total de ligações e da amostra utilizada.

Informa-se que os questionários válidos são os questionários com a última pergunta respondida por um entrevistado maior de 18 anos.

Por fim, os técnicos optaram por excluir das análises reportadas os dados classificados como “Não sabe/não respondeu” (código 99) e os dados registrados em branco (Null) foram excluídos para o cálculo das médias e reduções de frequência de visitação.

Nesse caso, entendeu-se que as respostas em branco poderiam significar baixa frequência de visitação ou alta frequência de visitação, não existindo regra adequada de imputação que permitisse o uso do dado. Os questionários excluídos em uma das perguntas não foi excluído de outras, pois se observou uma taxa de respostas “Não sabe/não respondeu” significativa em alguns ambientes.

**Companhia de Planejamento
do Distrito Federal - Codeplan**

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