

IDEIA
BIG DATA

MOBILIDADE URBANA & BAIXO CARBONO

Instituto Clima e Sociedade (ICS)



Metodologia

METODOLOGIA

OBJETIVO: Reproduzir a pesquisa norte-americana de opinião pública sobre petróleo, combustíveis para transporte e meio ambiente: Levantar informações sobre mobilidade urbana, novos modais e tempos de deslocamento dentro das cidades;

PERÍODO DE CAMPO: Outubro de 2017;

UNIVERSO: Homens e mulheres, com 18 anos ou mais;

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA: Nacional;

AMOSTRA: Foi utilizado a amostragem aleatória simples para realizar as 3.000 entrevistas, com cotas de sexo e idade de acordo com a distribuição da população no município;

FONTES DE DADOS PARA ELABORAÇÃO DA AMOSTRA – IBGE / Censo 2010;

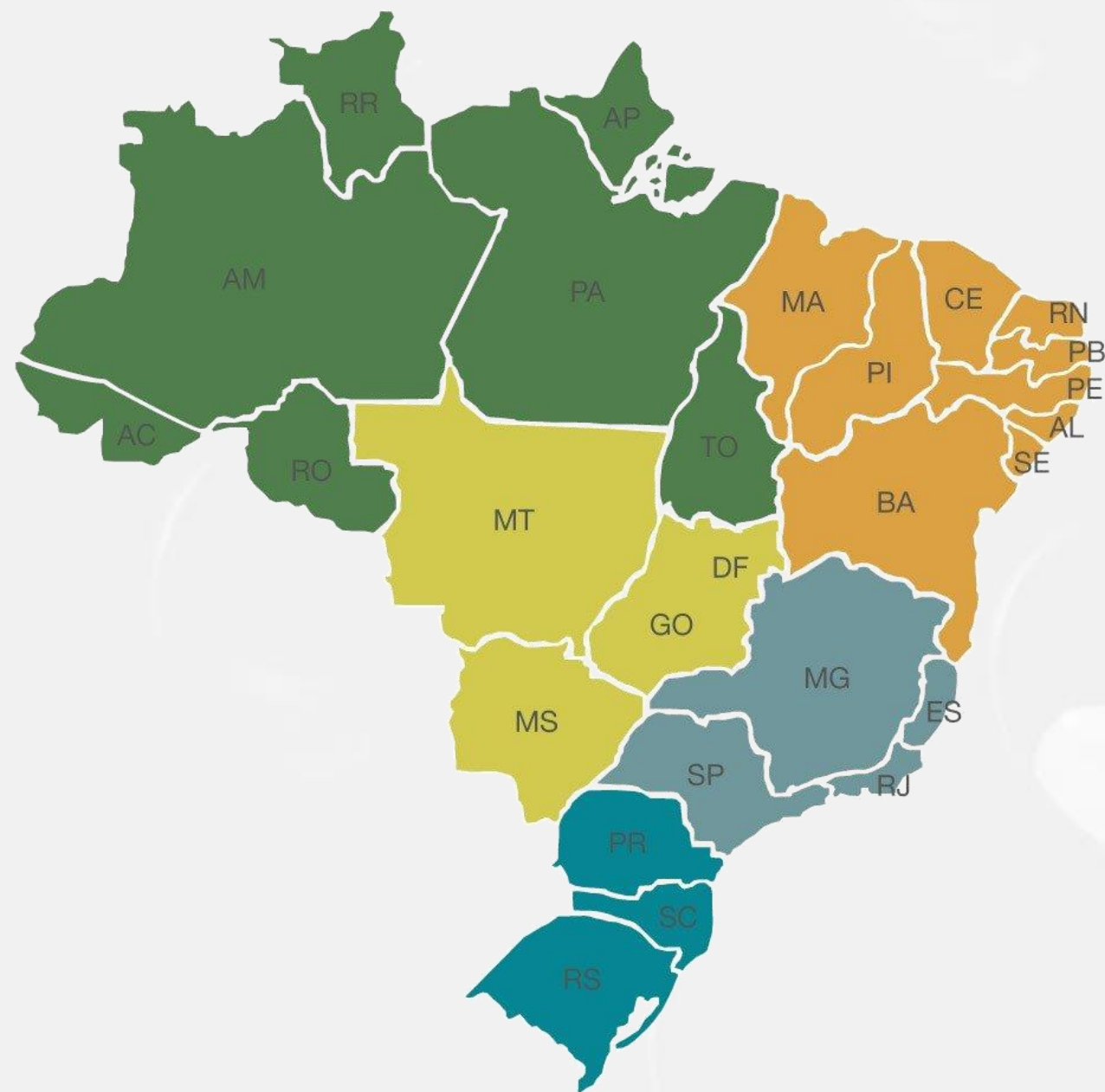
MARGEM DE ERRO - Aproximadamente 2,25 pontos percentuais para mais ou para menos dos resultados encontrados no total da amostra, com intervalo de confiança de 95%;

COLETA DE DADOS - Entrevistas pessoais aplicadas via telefone (CATI – *Computer Assisted Telephone Interviewing*) por entrevistadores contratados e devidamente treinados.

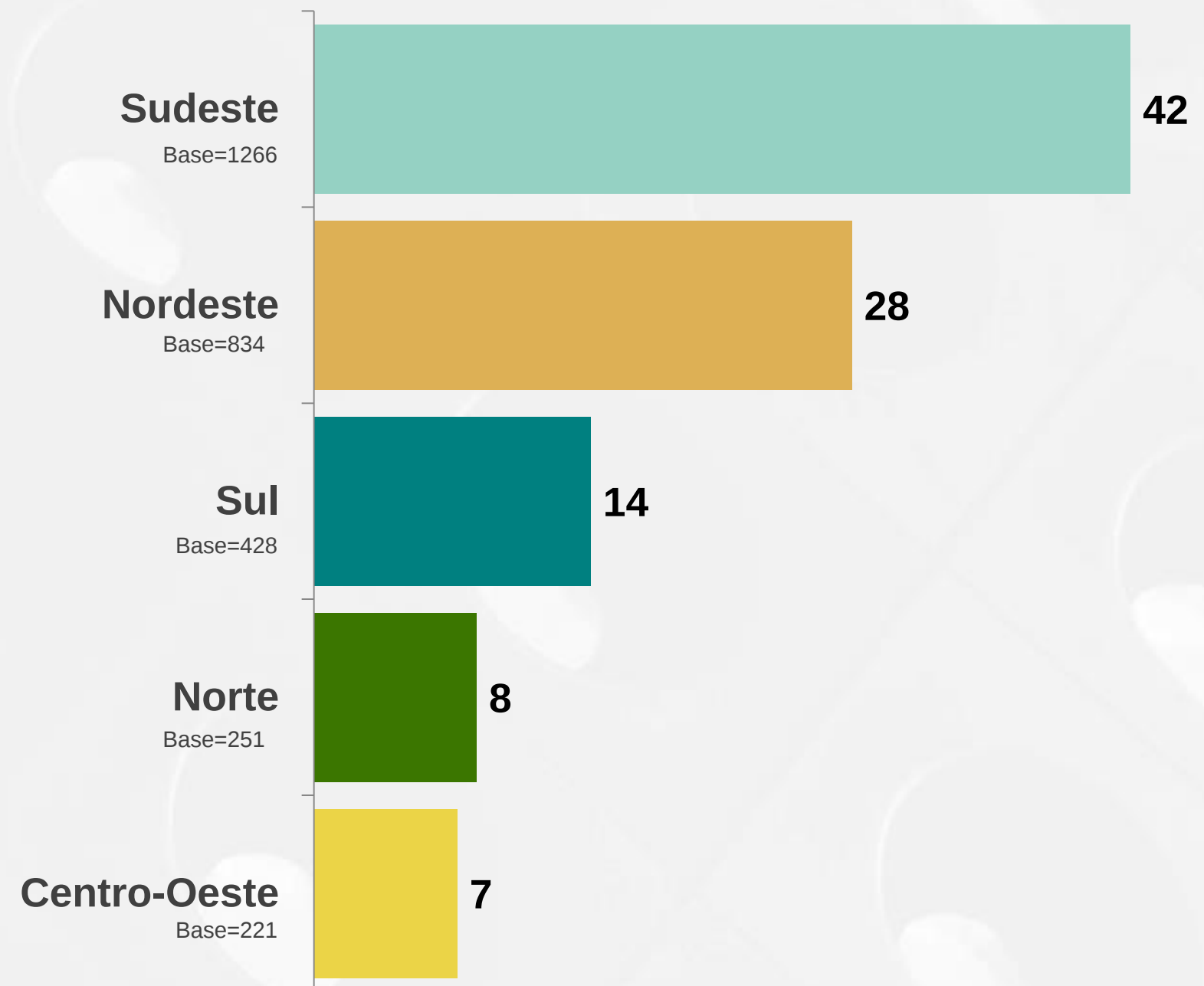
Perfil da Amostra

DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA

REGIÃO (%)

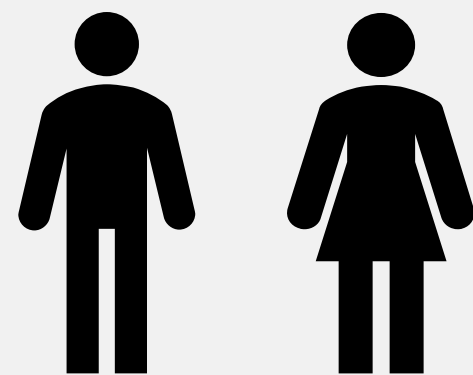


Total de entrevistas: 3000
Amostra representativa da população,
conforme Censo 2010 do IBGE

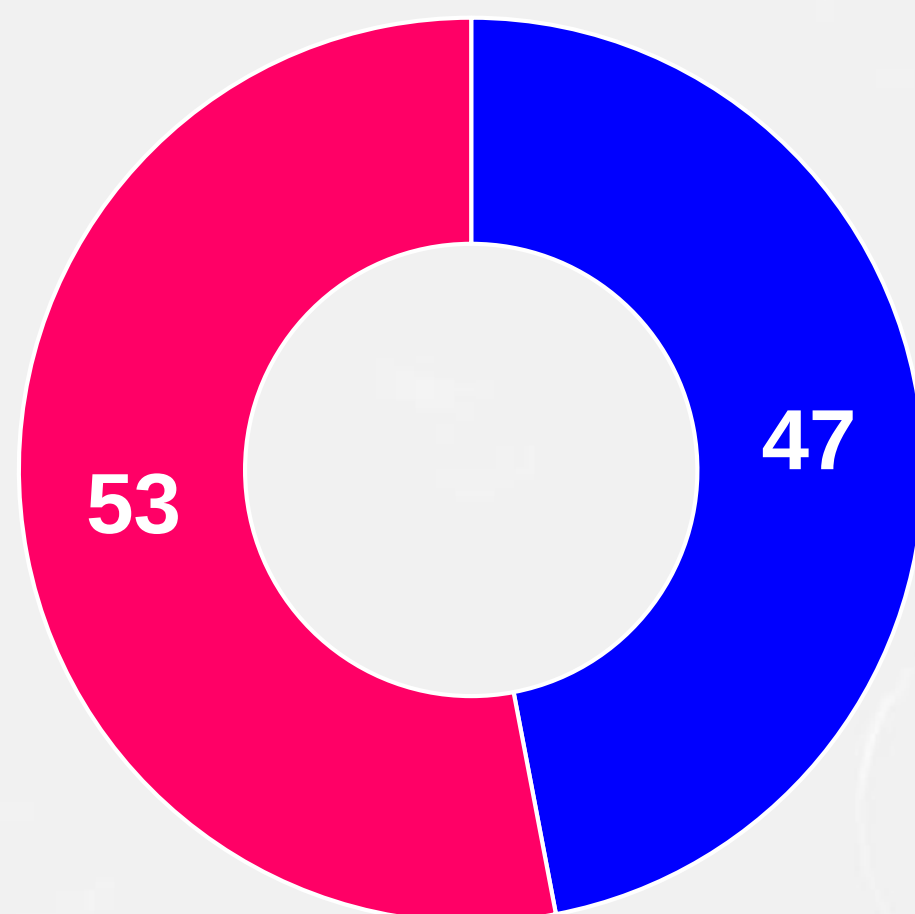


PERFIL DA AMOSTRA

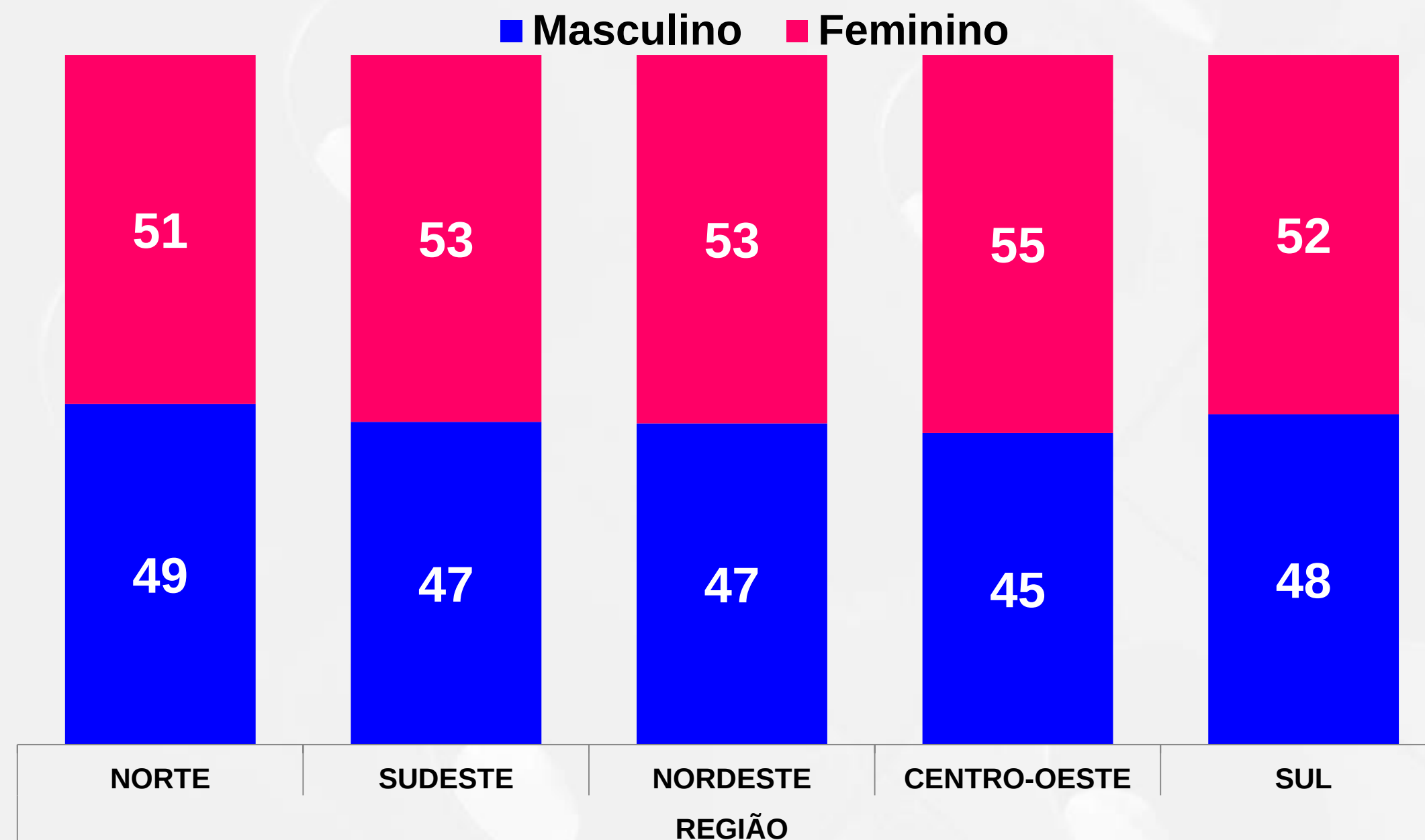
GÊNERO (%)



Cotas de gênero proporcionais à população



BRASIL

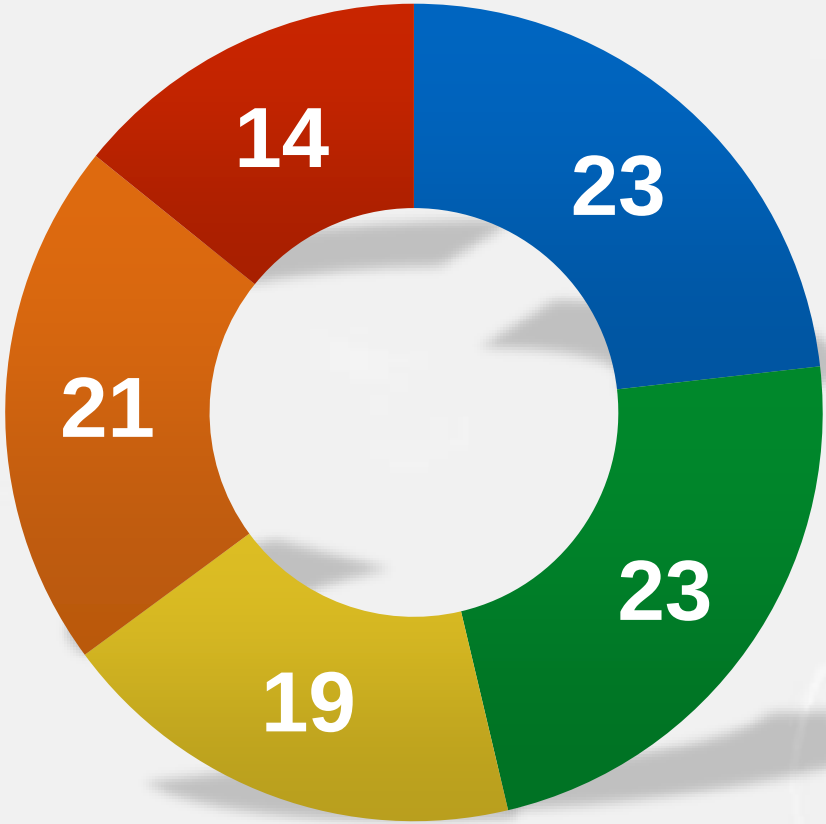


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

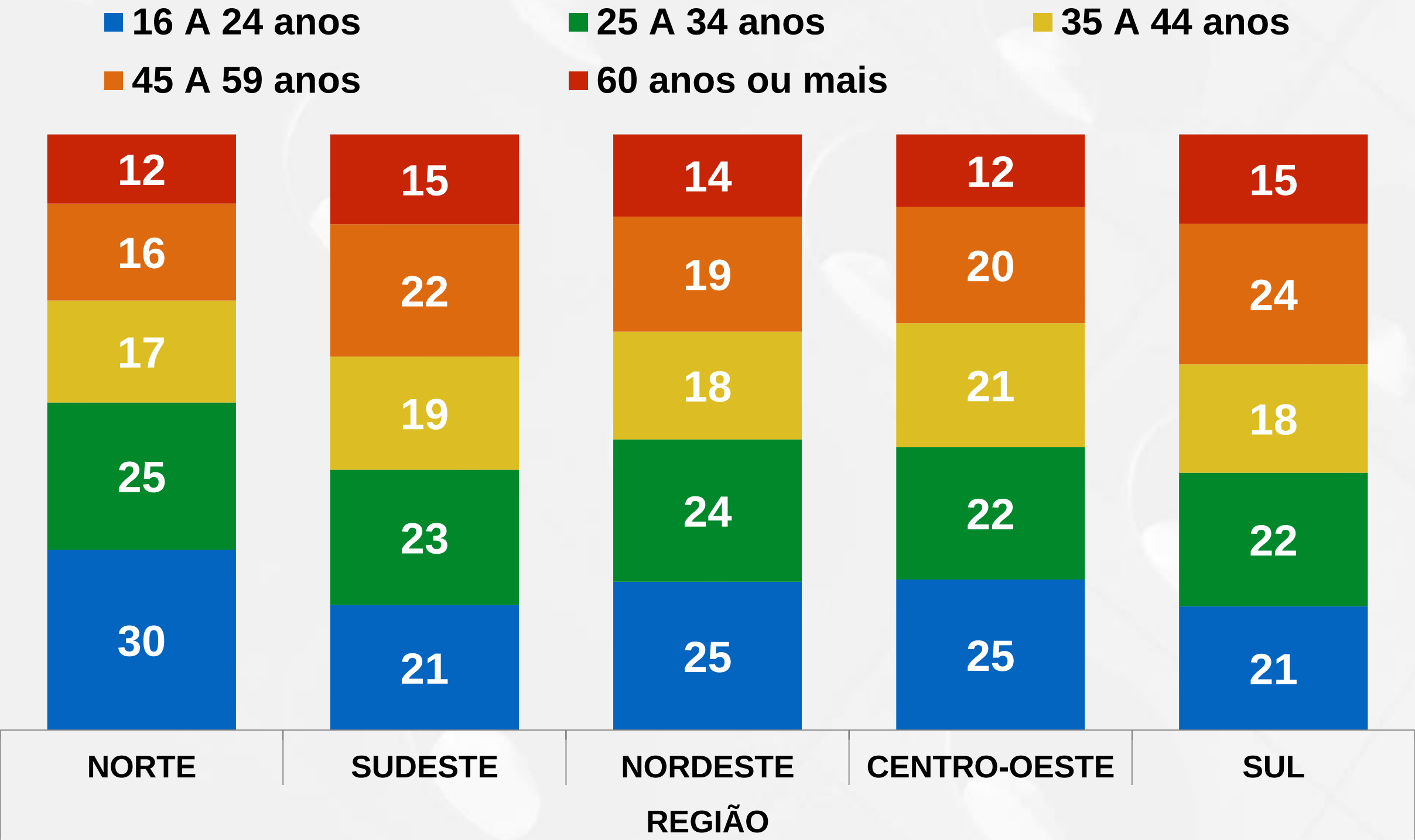
PERFIL DA AMOSTRA

FAIXA ETÁRIA (%)

Cotas de idade proporcionais à população



BRASIL

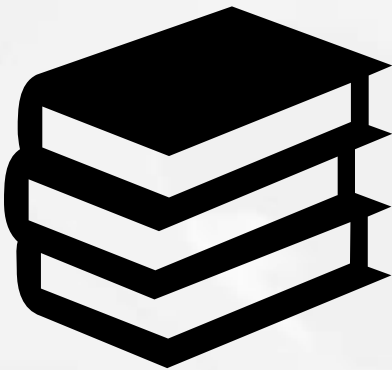


REGIÃO

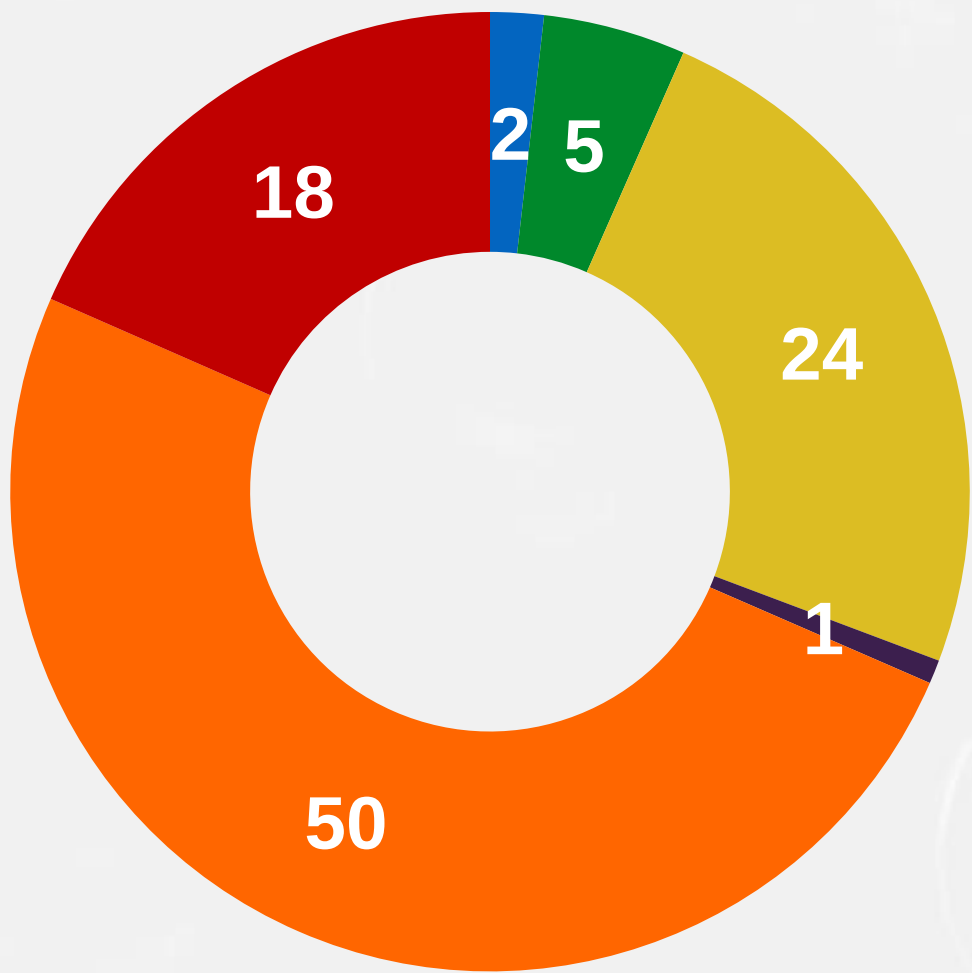
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERFIL DA AMOSTRA

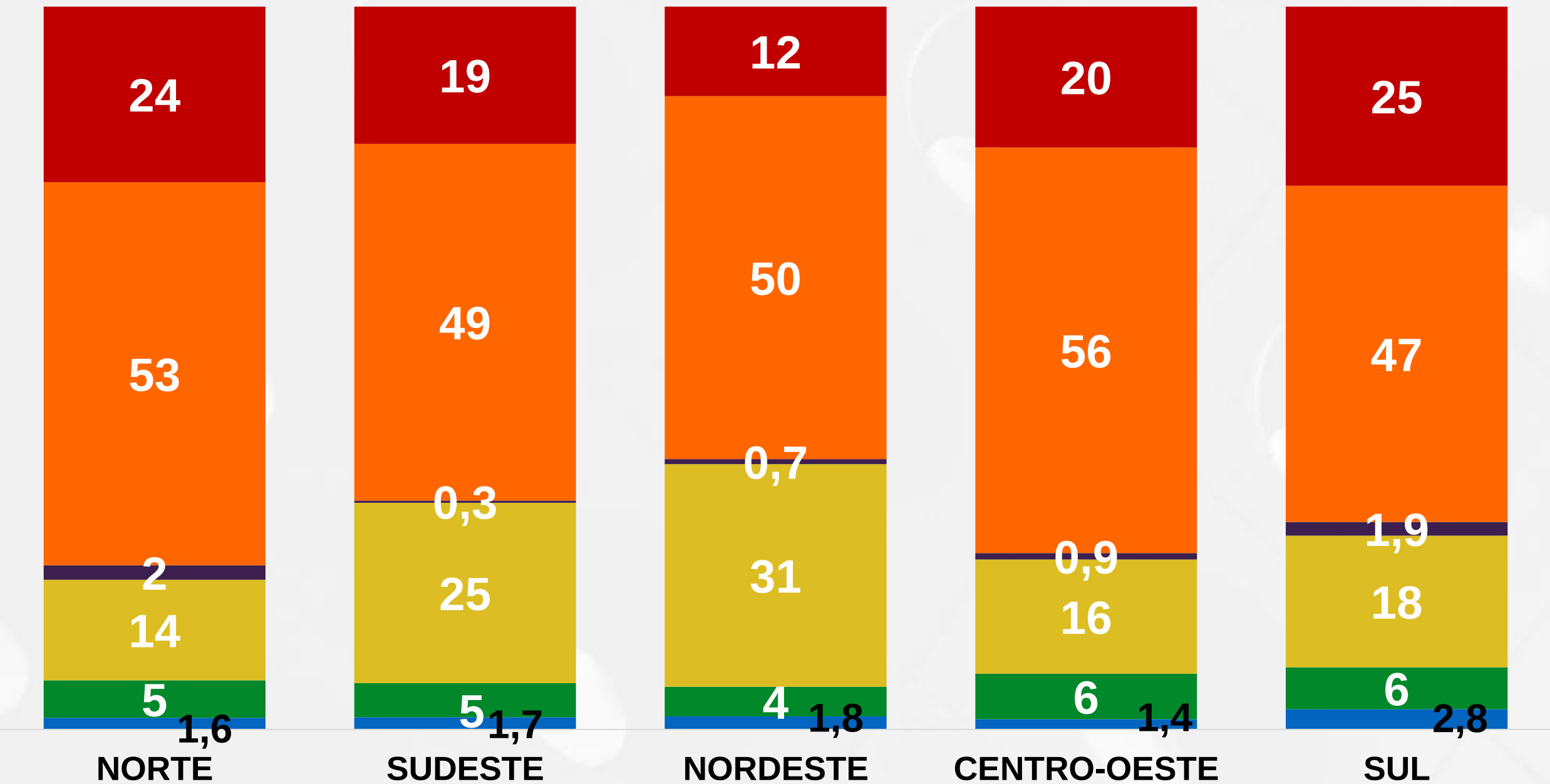
ESCOLARIDADE (%)



50% da amostra possui ensino médio completo ou superior incompleto



BRASIL

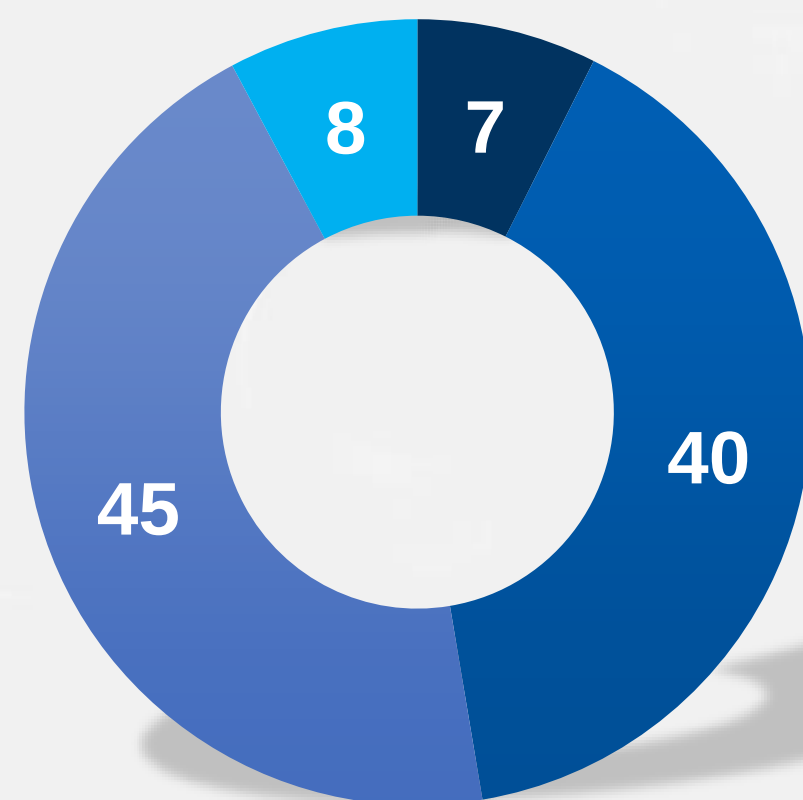


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

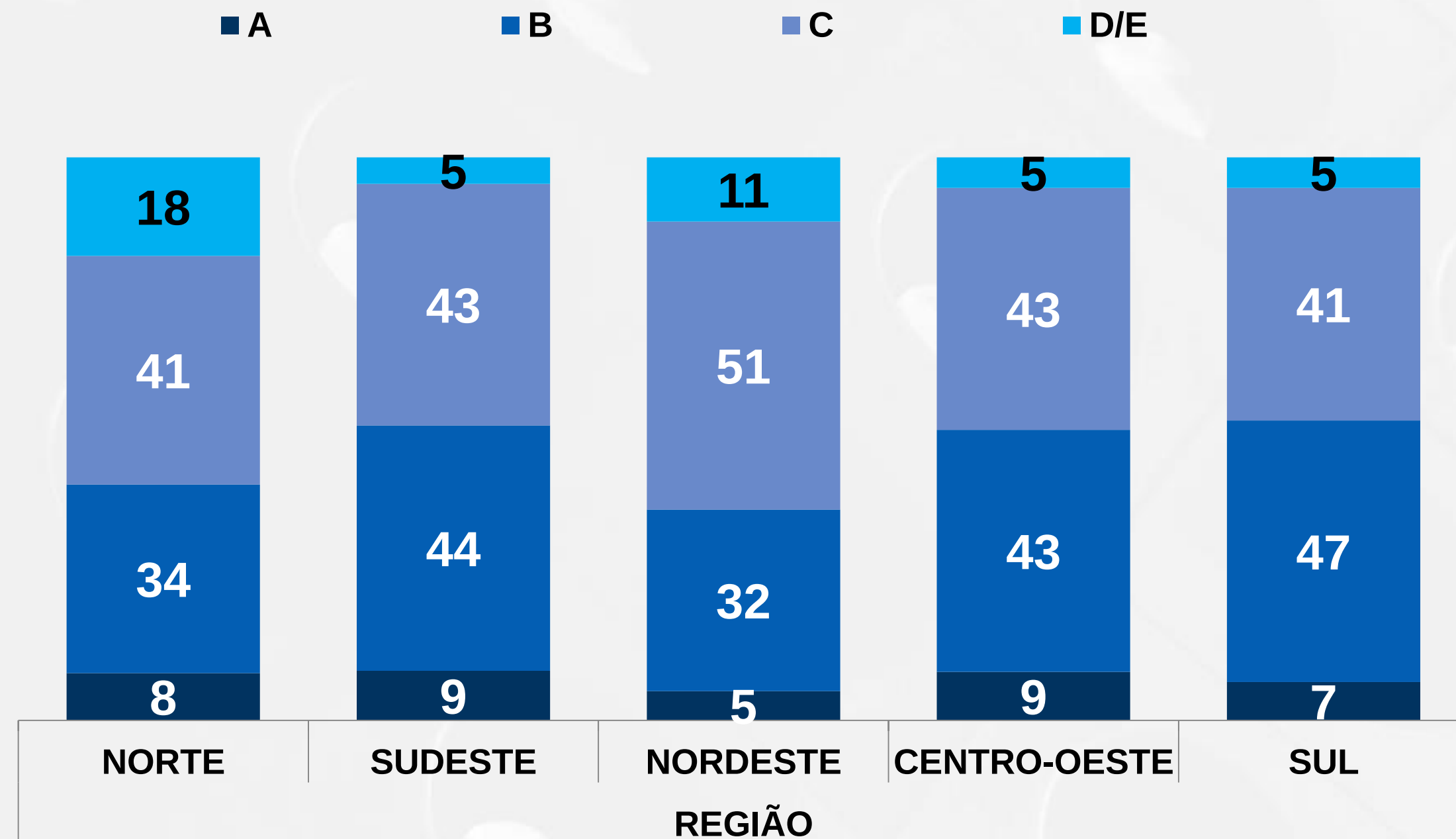
PERFIL DA AMOSTRA

CLASSE SOCIAL (%)

45% da amostra
pertence à classe C



BRASIL



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

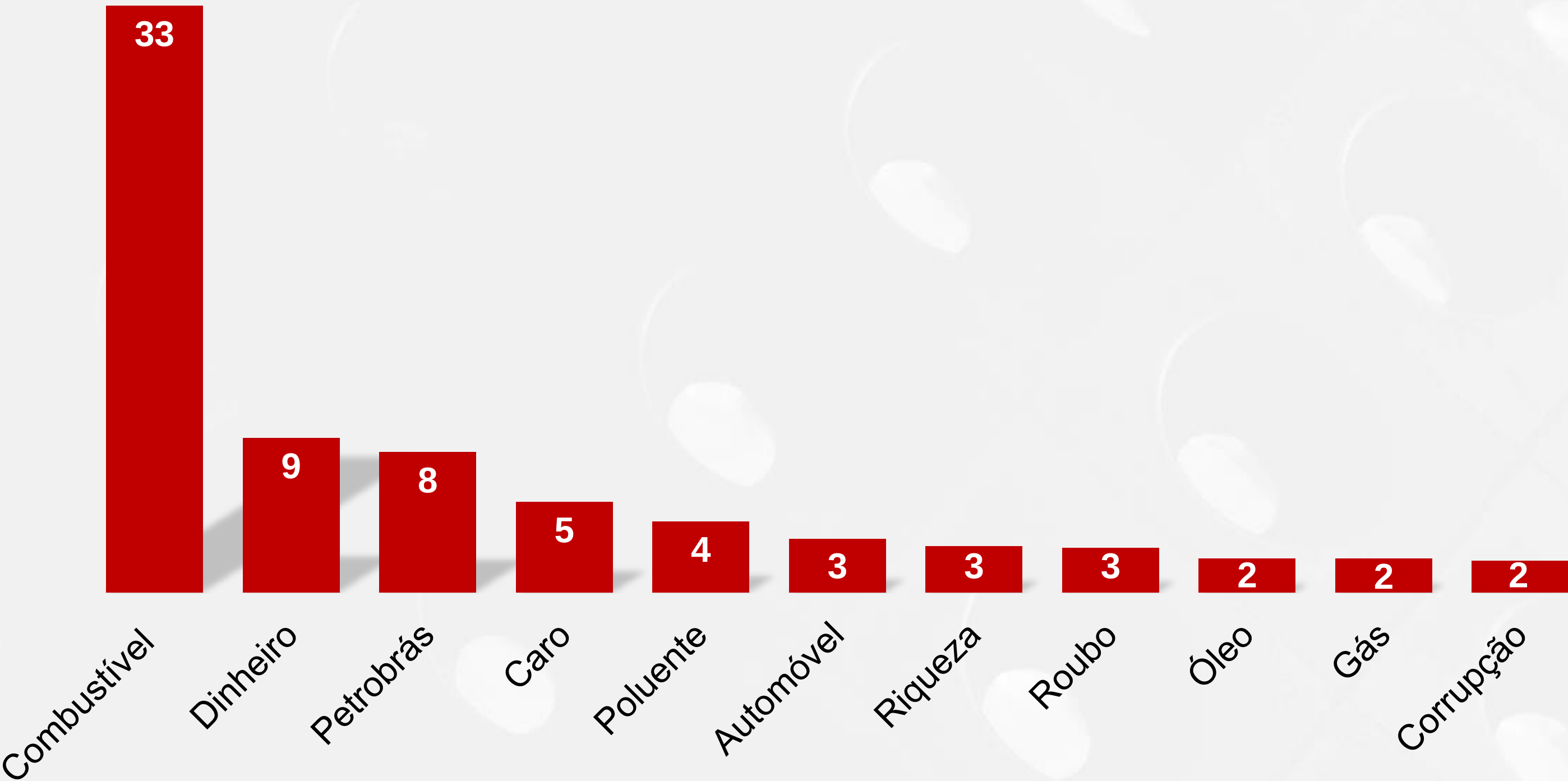
PERFIL DA AMOSTRA

- ✓ 3000 entrevistas realizadas em todo Brasil usando a técnica de AAS (Amostragem Aleatória Simples), contemplando regiões metropolitanas e interior. Foram realizadas 1266 entrevistas na região sudeste, 834 na região nordeste, 428 na região sul, 251 na região norte e 221 na região centro-oeste.
- ✓ Amostra representativa da população brasileira; margem de erro de aproximadamente 2,25 pontos percentuais com intervalo de confiança de 95%.
- ✓ Foram aplicadas cotas de sexo e idade de acordo com a distribuição da população de cada estado. No total, foram realizadas 1550 entrevistas com mulheres e 1450 com homens. Jovens de 16 a 24 responderam por 23% da amostra; pessoas de 25 a 34 anos por 23%; de 35 a 44 anos, 19%; de 45 a 59 anos, 21%; e pessoas com mais de 60 anos, por sua vez, representaram 14% da amostra.
- ✓ Em termos de classe social, 7% dos entrevistados pertencem à classe A, 40% à classe B, 45% à classe C e 8% às classes D e E.



Top of Mind

TOP OF MIND
PETRÓLEO (%)



Outros: 23%
NS/NR: 4%
Nada: 1%

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MENÇÕES
PETRÓLEO

NEGATIVO	NEUTRA		POSITIVO
Preço alto Caro Roubo Corrupção Crise Sujeira Destruição Assalto Falcatrua Ganancia Aquecimento global Confusão Degradação Inflação Problema Tristeza Abuso Contaminação Dependência Dívidas Escândalo Gás carbono Riqueza perdida Suborno Violência Lava Jato	Combustível Gasolina Álcool Automóvel Óleo Botijão de gás Consumo Borracha Derivados Abastecimento Natural Preto Petroquímica Plástico Ouro Brasil Indústria Ipiranga Falta Dinossauro Guerra Letra P Pneus Shell Água Base da unidade Capitalismo Tudo Liquido preto Natureza	Navio Negativo Pedra Rio de Janeiro Soberania nacional Terra Vida Agravado Areia Autossuficiência Barril Cadeia Produtiva Calor Cana de açúcar Carestia Carvão Chão Comércio Contêiner Deus Diferente Filtro Finito Fundação Fosseis Petrobrás	Riqueza Dinheiro Grana Lucro Energia Economia Desenvolvimento Fonte de energia Necessário Essencial Matéria prima Exportação 
Total de menções: 578 (19%)		Total de menções: 1992 (66%)	Total de menções: 430 (15%)



TOP OF MIND TRANSPORTE PÚBLICO (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

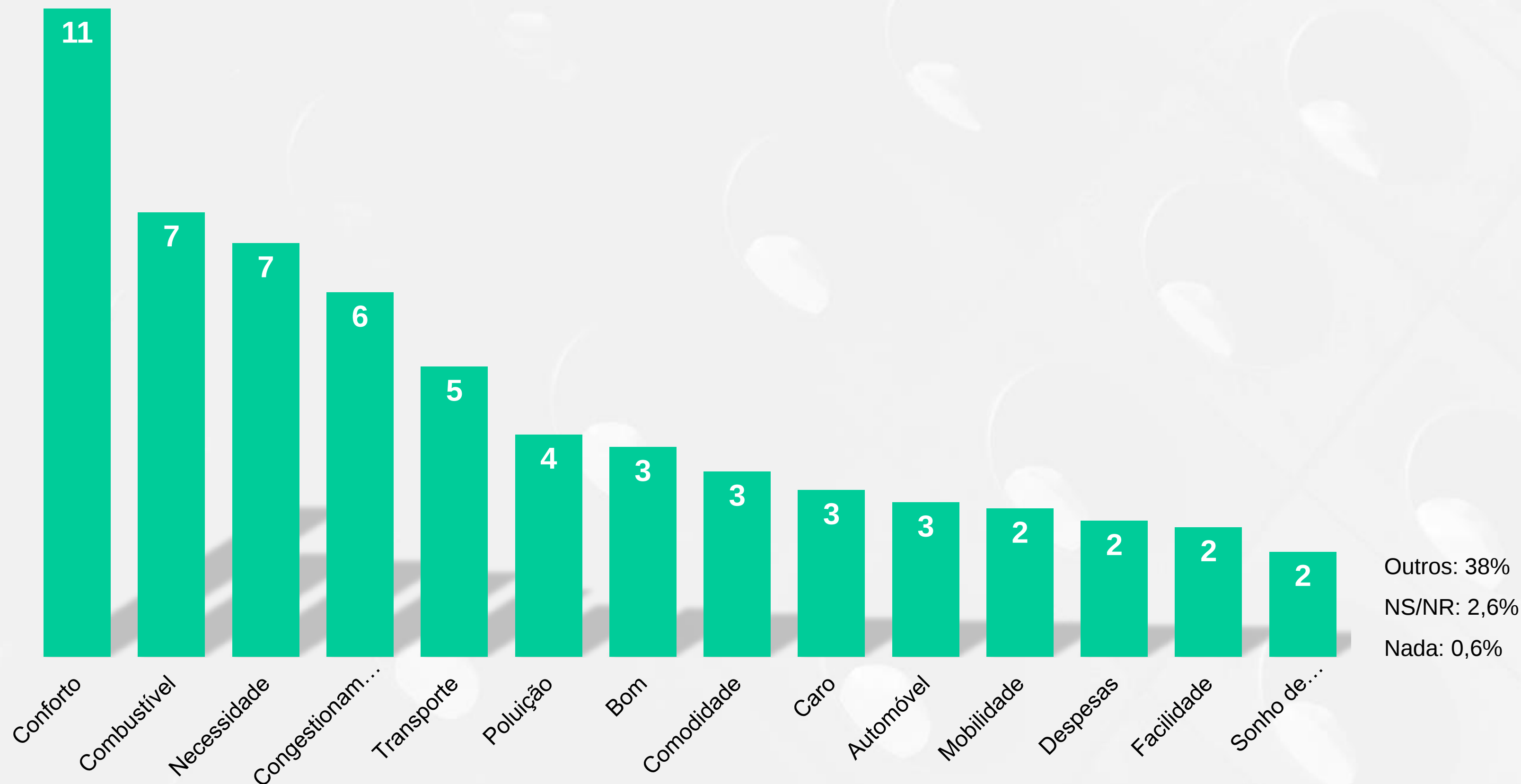
MENÇÕES
TRANSPORTE PÚBLICO

NEGATIVO	NEUTRO		POSITIVO
Péssimo Ruim Precário Caos Caro Horrível Lotação Poluição Calamidade Decadente Deficiente Engarrafamento Insegurança Vergonha Demora Negação Desorganização Problema Bagunça Carente Desrespeito Fraco Lixo Sucateado Estressante Insuficiente Sujo Ultrapassado Feio Total de menções: 1050 (35%)	Ônibus Trólebus Metrô Coletivo Necessidade Combustível Bicicleta Tristeza Povão Escolar Circular Prefeitura Médio Transtorno Multidão Horror Moto Não presta Dor de cabeça Pobreza Taxi URBS Espera Óleo Abuso Tumulto Mudança Alternativa Diesel Fumaça Governo Grande Londrina	Passageiro Ladrões Estranho Falido Fantástico Geral Greve Indignação Jogado Mão na roda Meio ambiente Ódio Opção Passeio Persistência Realização Reclamar Rodovias Ruas com buraco Safadeza Solidariedade Suor e lágrimas Zoado Terror Total de menções: 1900 (63%)	Mobilidade Utilidade Acessibilidade Economia Elétrico Redução de impactos  Total de menções: 50 (2%)



TOP OF MIND

CARRO (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

Qual a primeira palavra que vem a sua mente quando se fala em "CARRO"?

MENÇÕES | CARRO

NEGATIVO	NEUTRA		POSITIVO
Congestionamento Poluição Alto gastos Despesas Engarrafamento Caos Impostos Estresse Prejuízo Roubo Seguro muito caro	Combustível Necessidade Passeio Viajar Popular Lazer Comum Motorista Meu carro Gol Fiat Prisma Taxi Estradas Marcas Volkswagen Bem próprio Uber Não tenho Pneu Chevrolet Civic IPVA Caminhonete Motor BMW Mercedes Bens Ajuda Andar de carro Autonomia Cuidado Ferrari	Fusca Moto Problema Uno Zero KM Audi Balada Buracos Manutenção Medo Renault Status Toyota Citroën Fila Focus Fox Bicho de 4 rodas Sucata Banco Aumento 4 portas Exagero Farol Ferramenta Desordem IX55 Saudades Tristeza Vermelho	Conforto Mordomia Bom Comodidade Cômodo Mobilidade Facilidade Sonho de consumo Utilidade Rápido Locomoção Luxo Prático Segurança Agilidade Economia Tranquilidade Liberdade Independência Privilégio Ostentação
Total de menções: 457 (15%)		Total de menções: 1622 (54%)	Total de menções: 921 (31%)



TOP OF MIND

- ✓ A palavra PETRÓLEO remete a COMBUSTÍVEL para 33% dos entrevistados, a DINHEIRO para 9% e a PETROBRÁS para 8%. Também foram mencionados CARO (5%) e POLUENTE (4%).
- ✓ Para 29% dos respondentes, TRANSPORTE PÚBLICO remete a ÔNIBUS. A segunda e terceira palavras mais mencionadas foram PÉSSIMO (6%) e RUIM (5%). Entre as dez palavras mais mencionadas, não houve nenhuma positiva.
- ✓ Já em relação a CARRO, a palavra que veio à mente de 11% dos entrevistados foi CONFORTO. Para 7% dos entrevistados foi COMBUSTÍVEL e para outros 7% NECESSIDADE. A seguir foram mencionadas CONGESTIONAMENTO (6%), TRANSPORTE (5%) e POLUIÇÃO (4%).

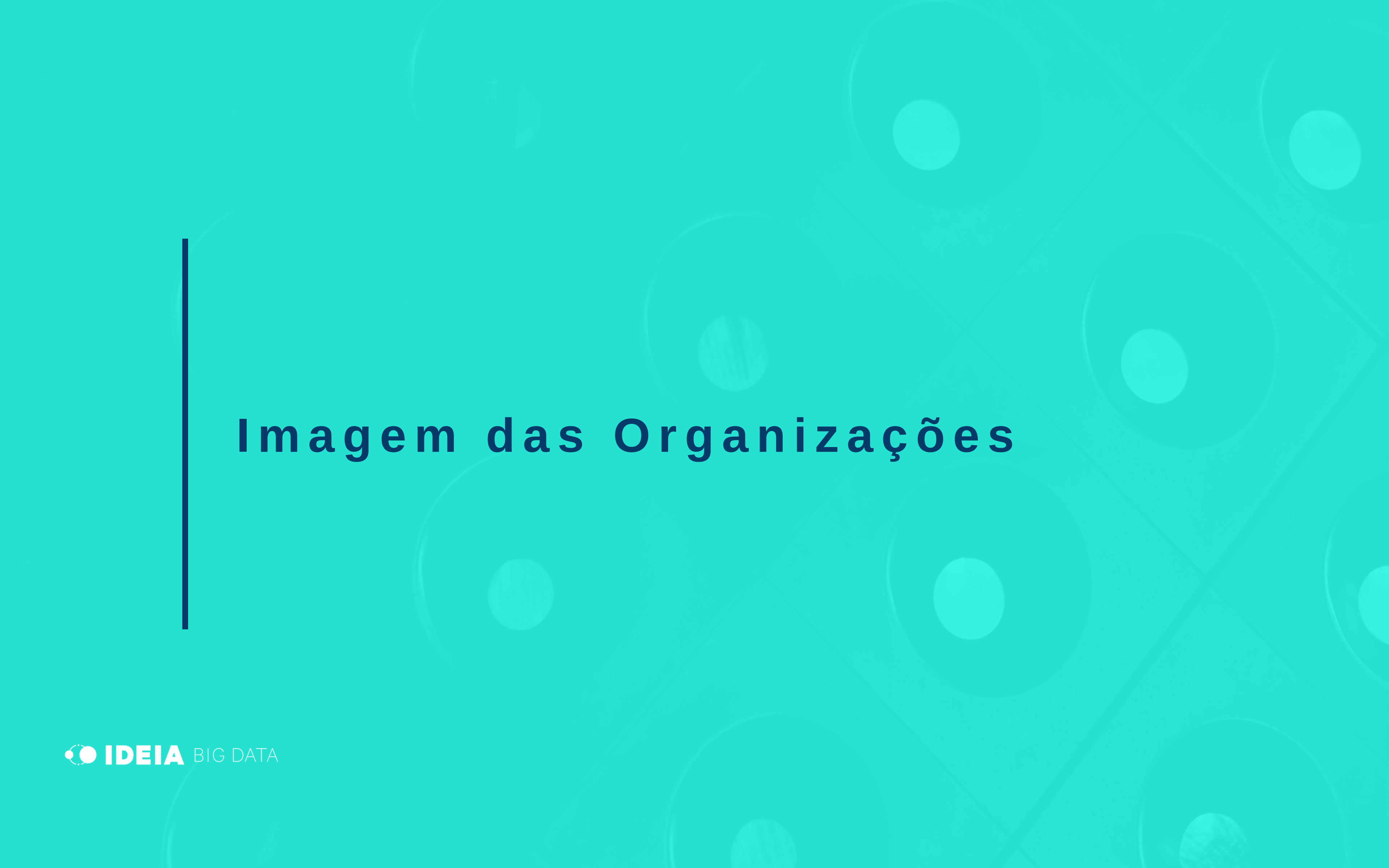
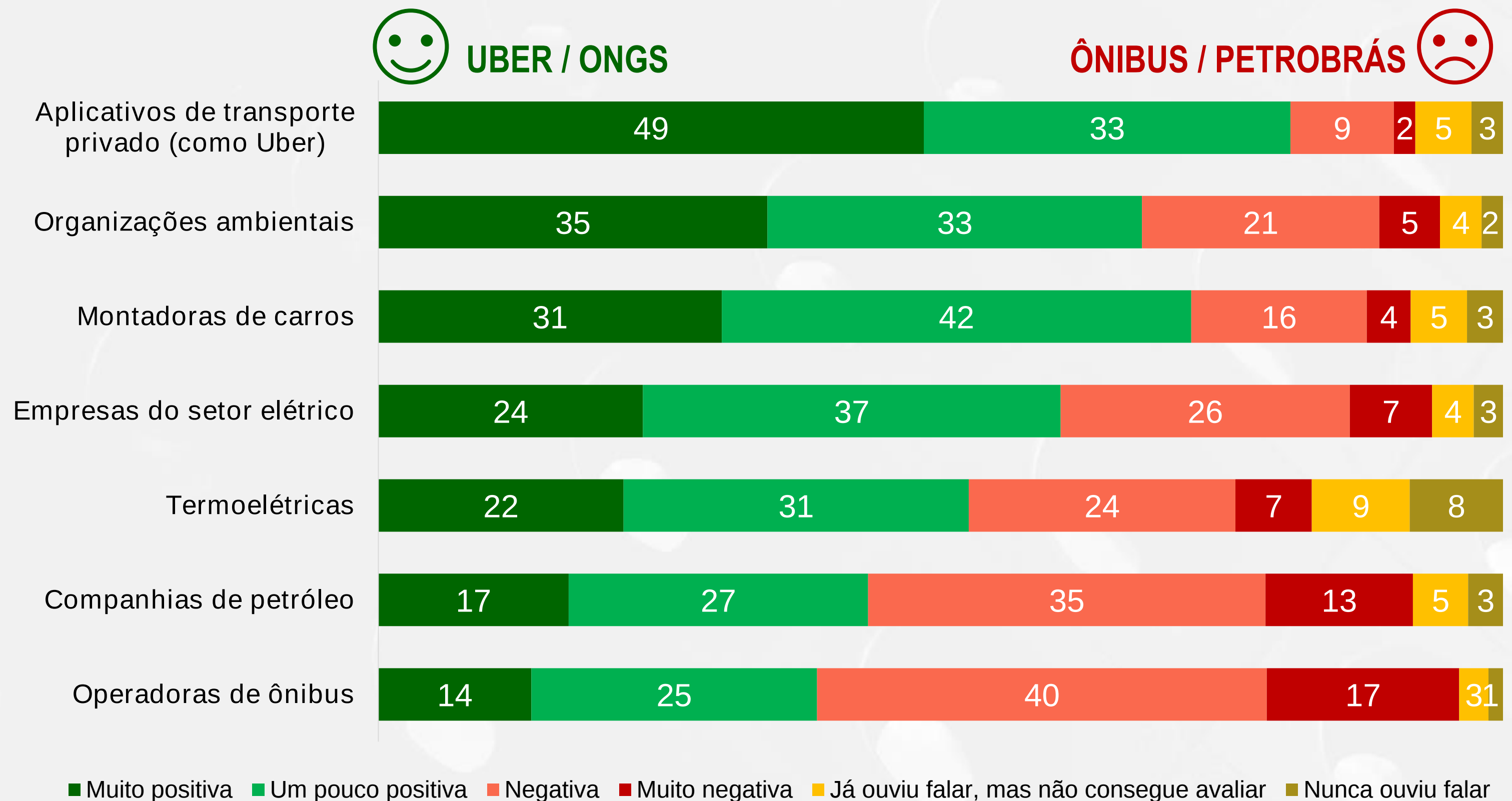


Imagem das Organizações

IMAGEM

(%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

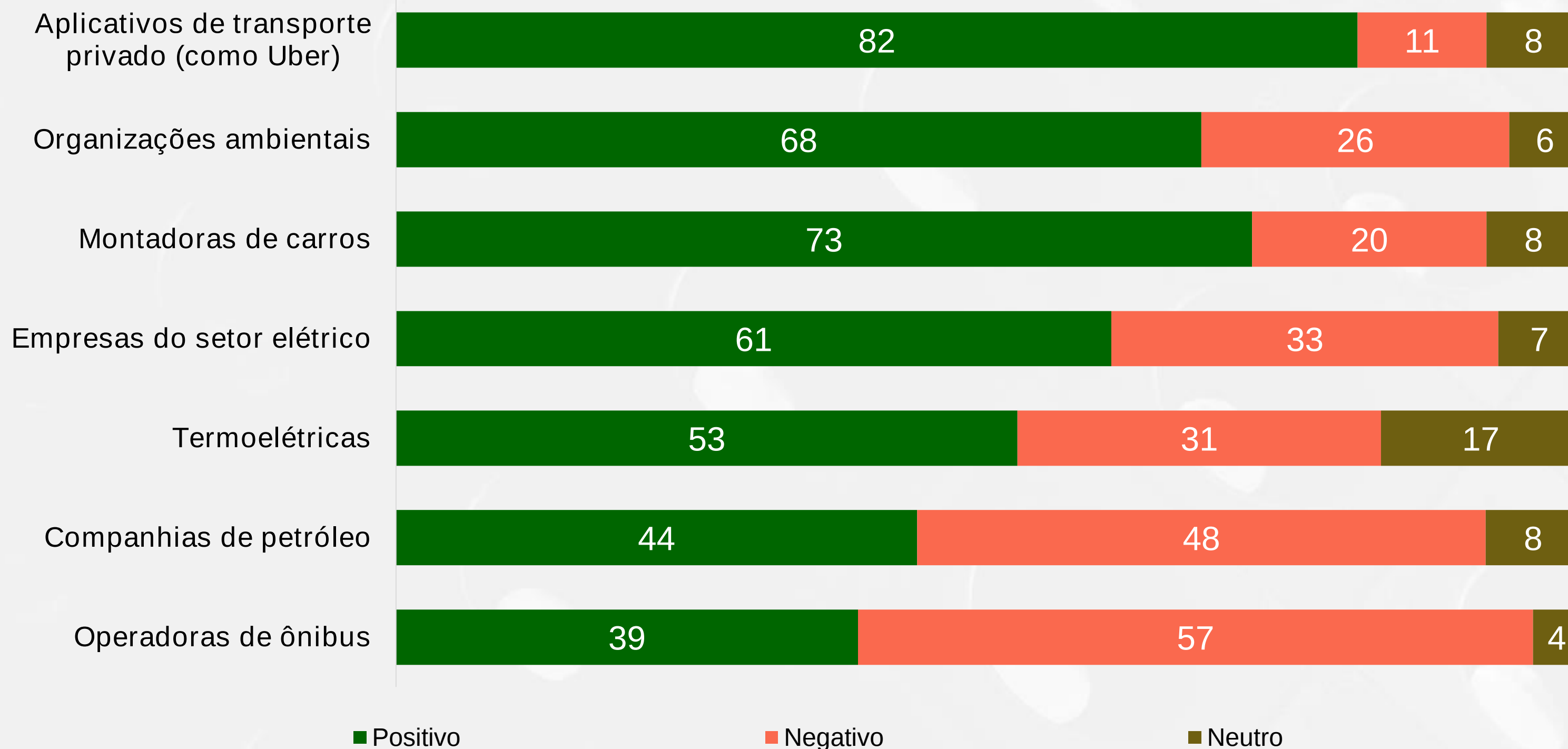
IMAGEM

TOP 2 BOX (%)



UBER / ONGS

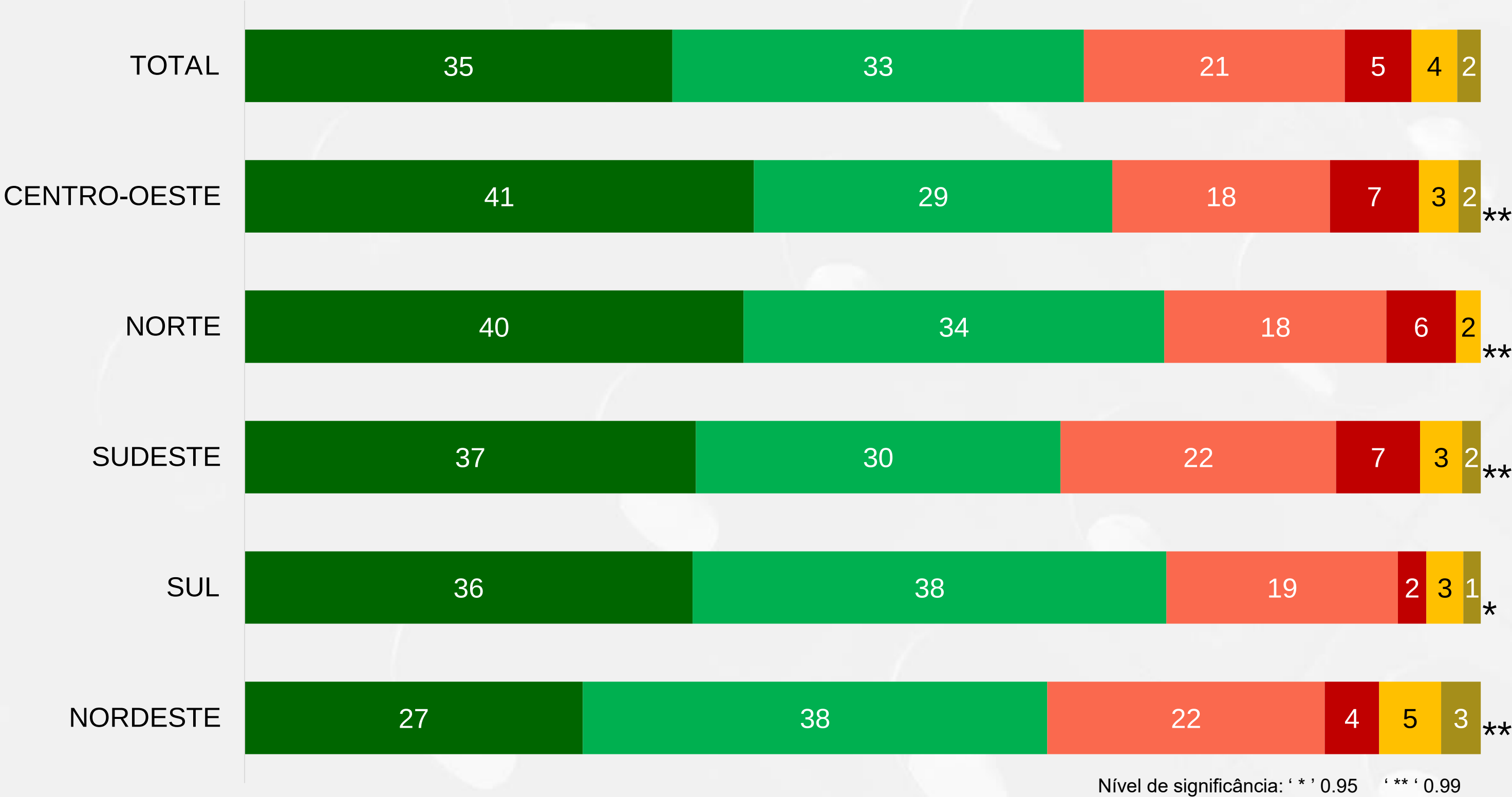
ÔNIBUS / PETROBRÁS



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

ORGANIZAÇÕES AMBIENTAIS

(%)

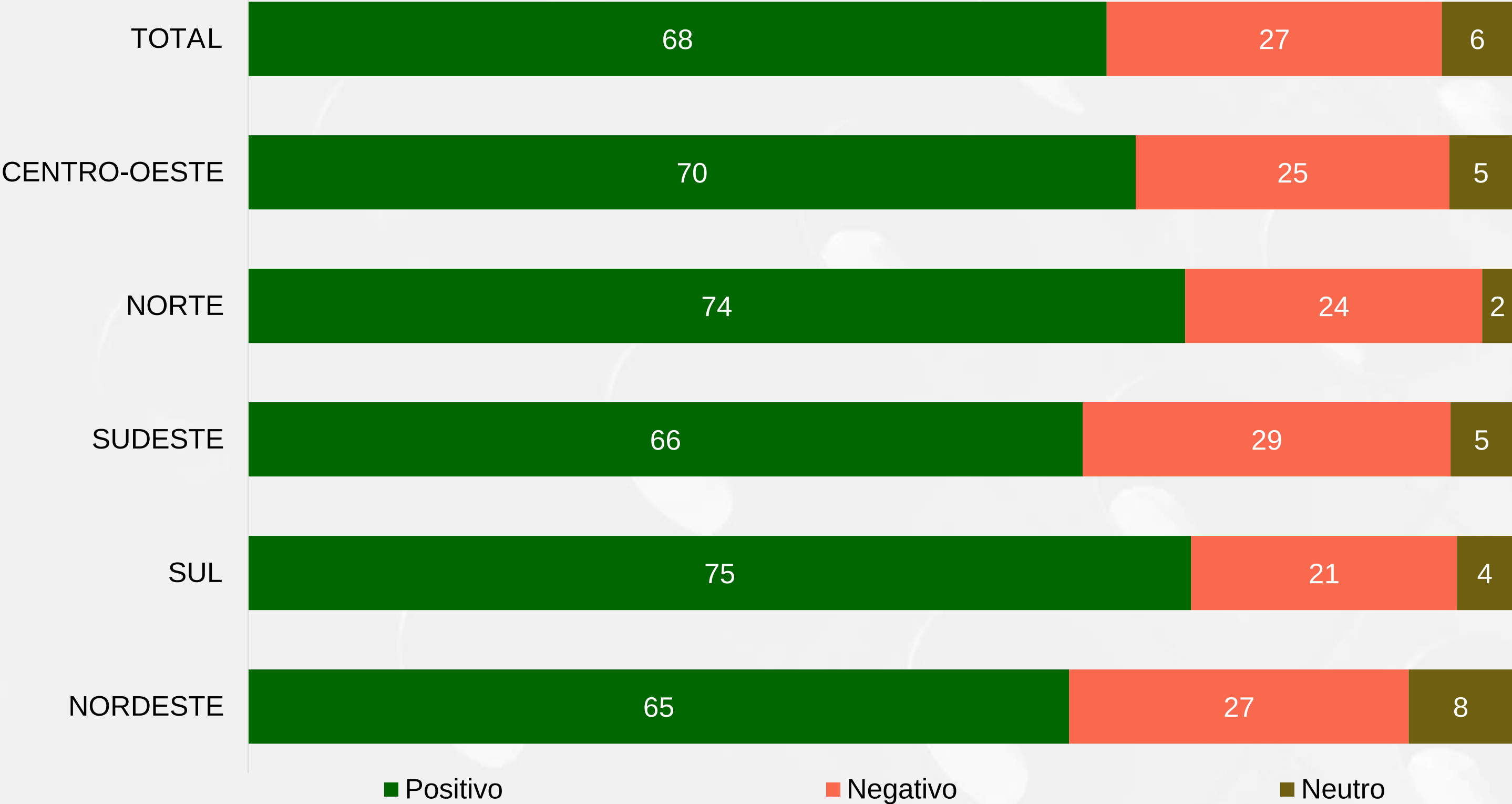


■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

ORGANIZAÇÕES AMBIENTAIS

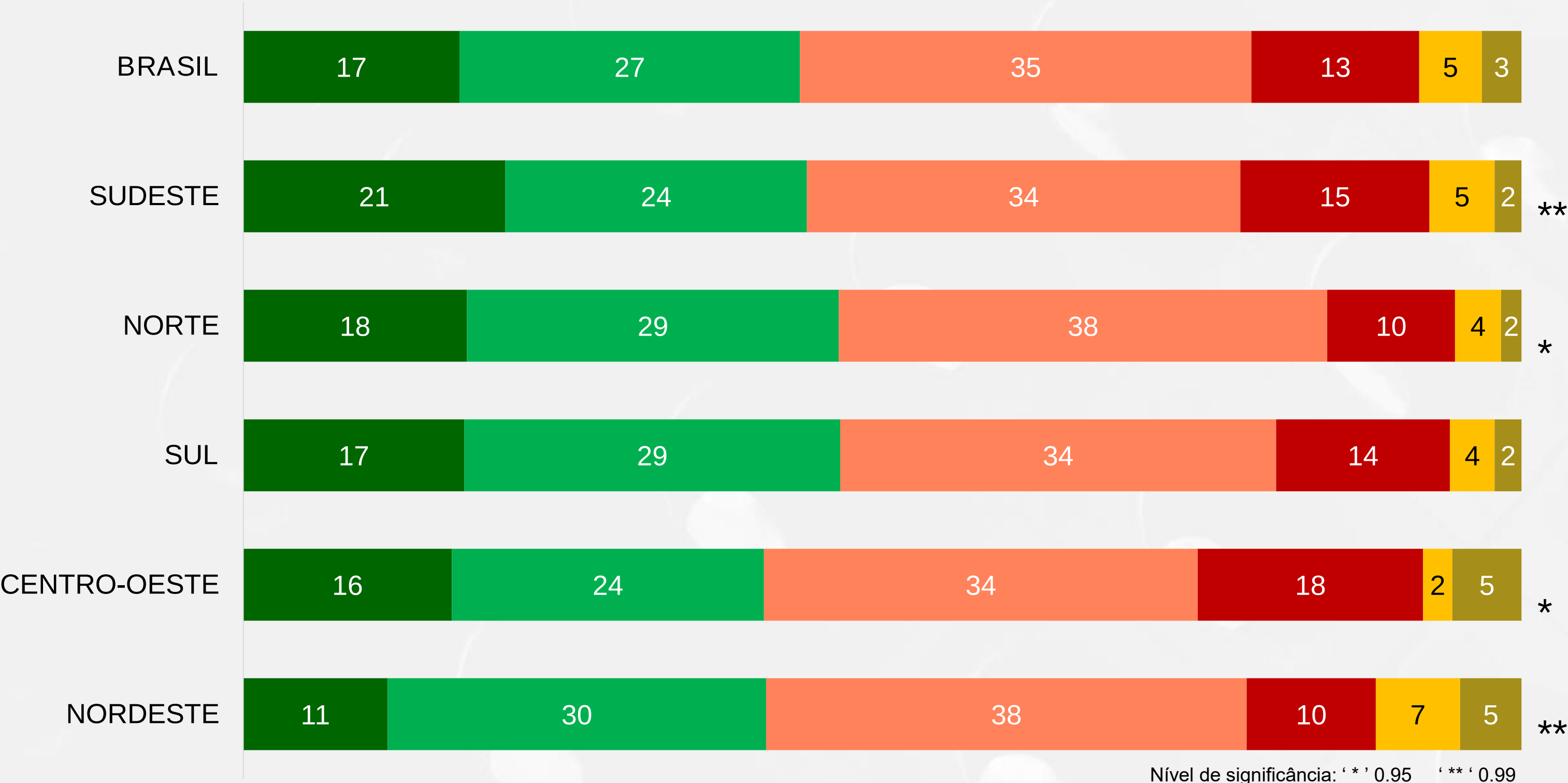
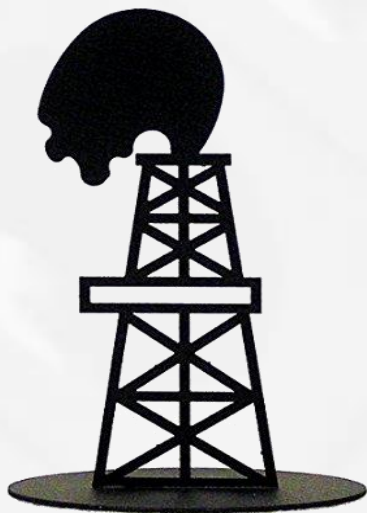
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

COMPANHIAS DE PETRÓLEO

(%)



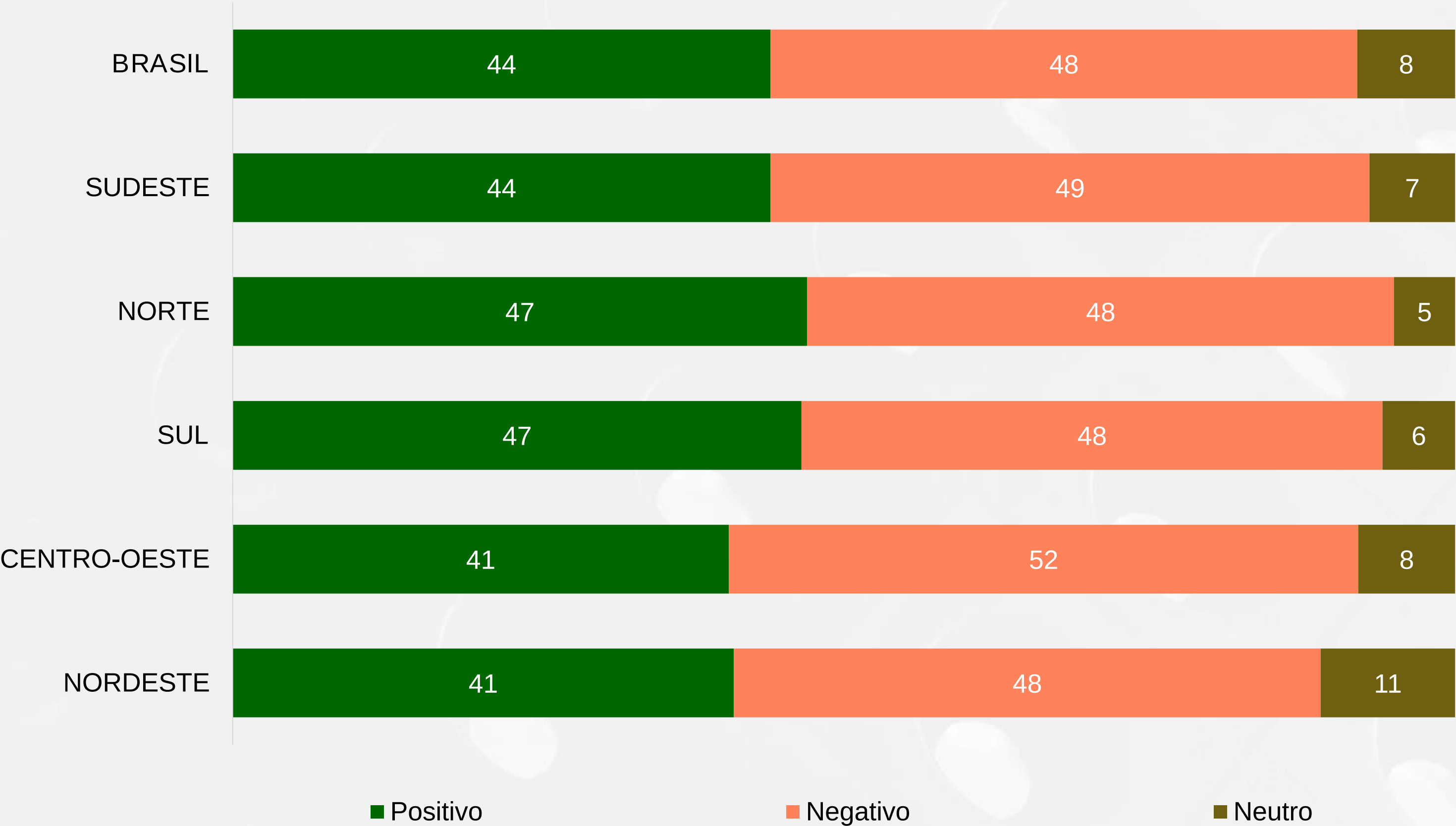
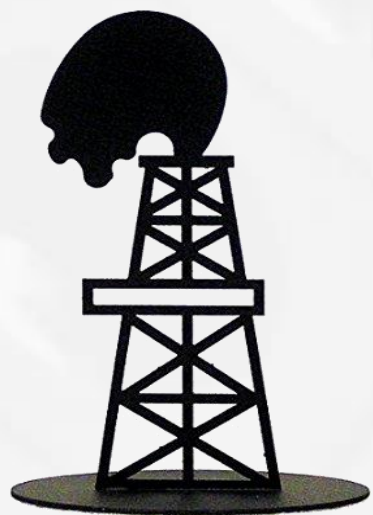
Nível de significância: ‘ * ’ 0.95 ‘ ** ’ 0.99

■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

COMPANHIAS DE PETRÓLEO

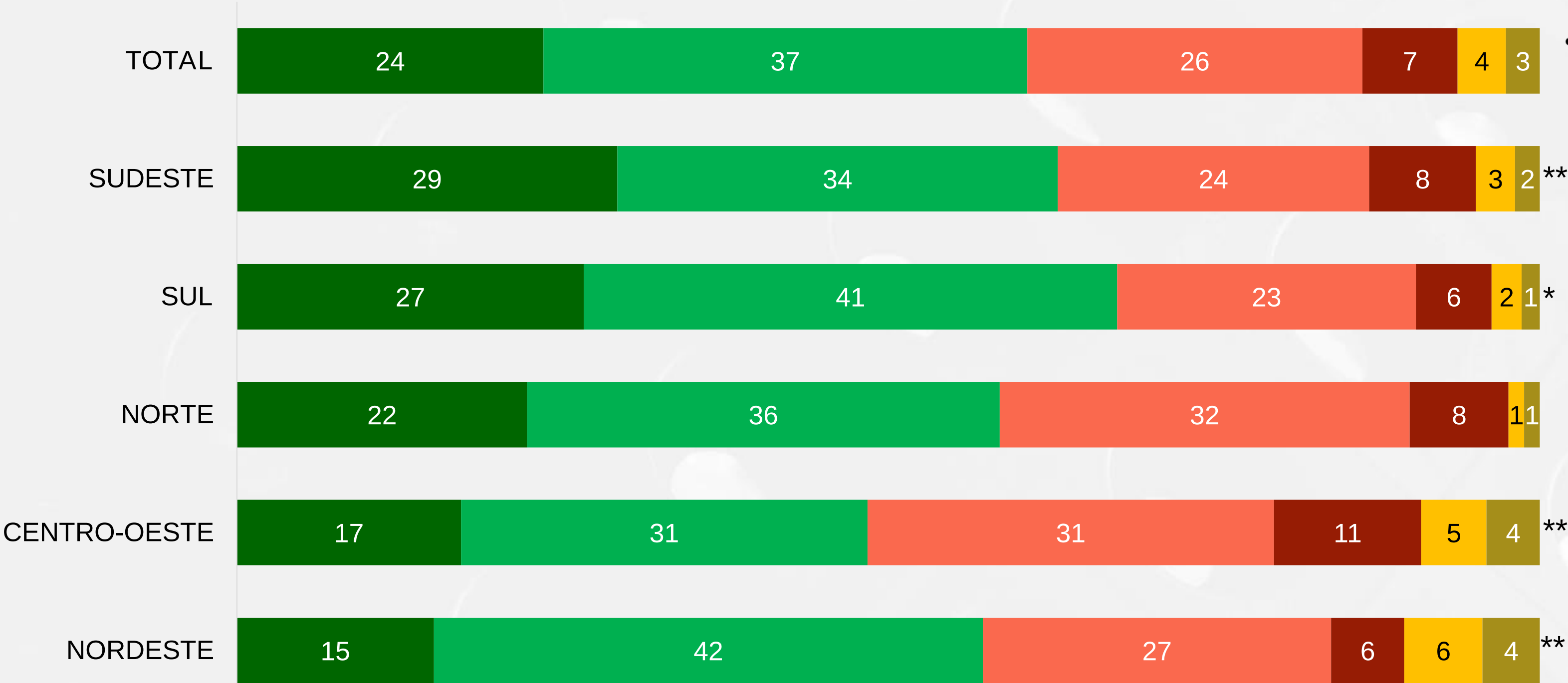
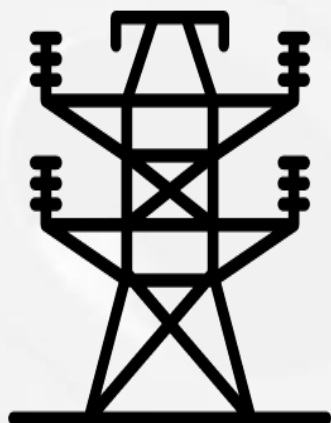
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

SETOR ELÉTRICO

(%)

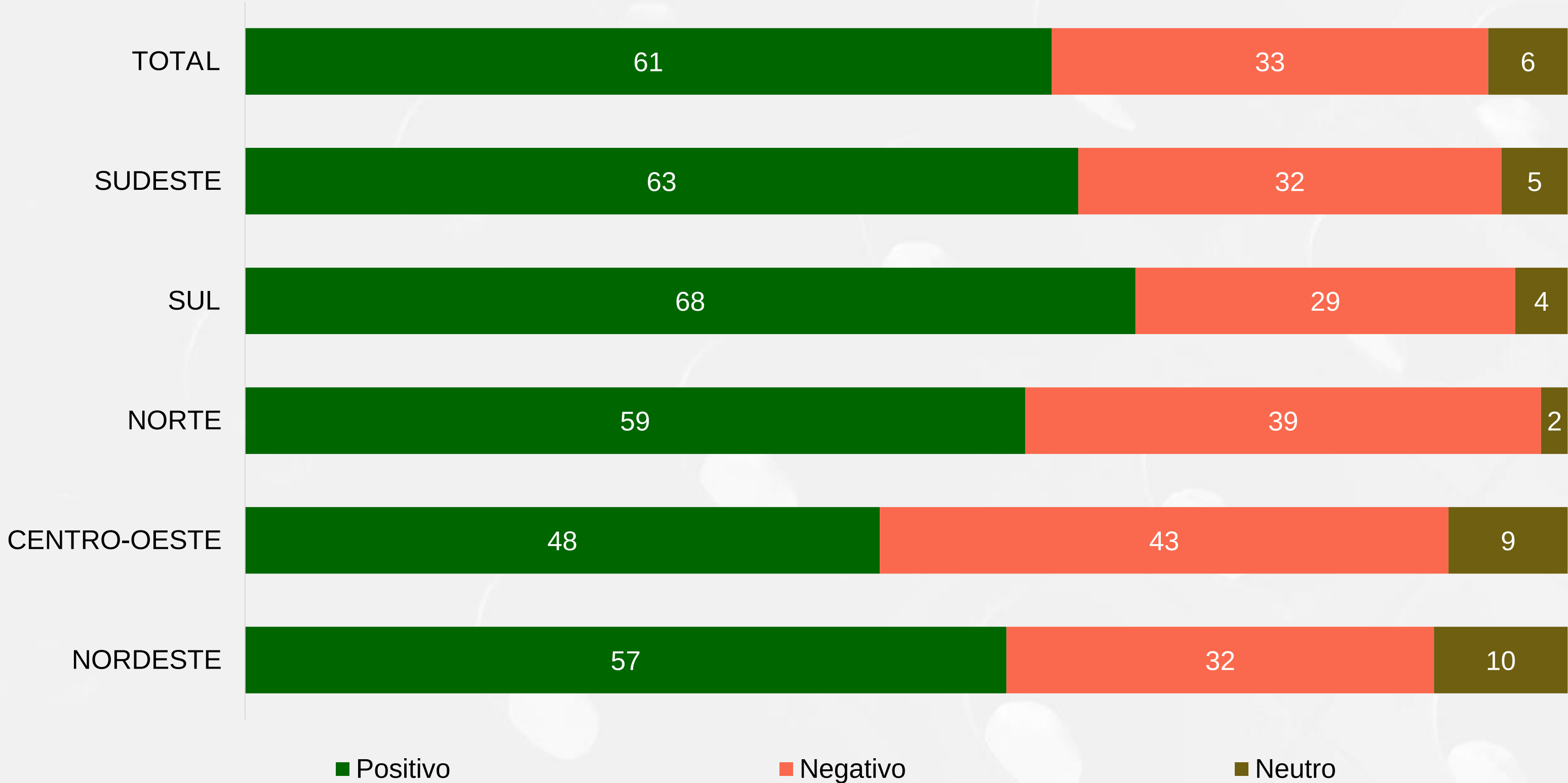
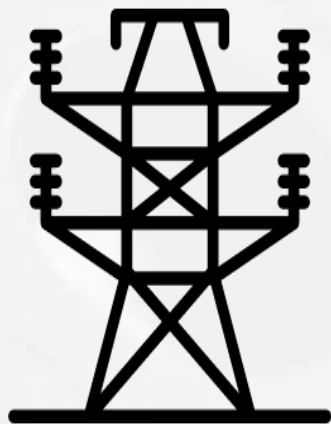


Nível de significância: ' * ' 0.95 ' ** ' 0.99

■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

SETOR ELÉTRICO
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MONTADORAS

(%)

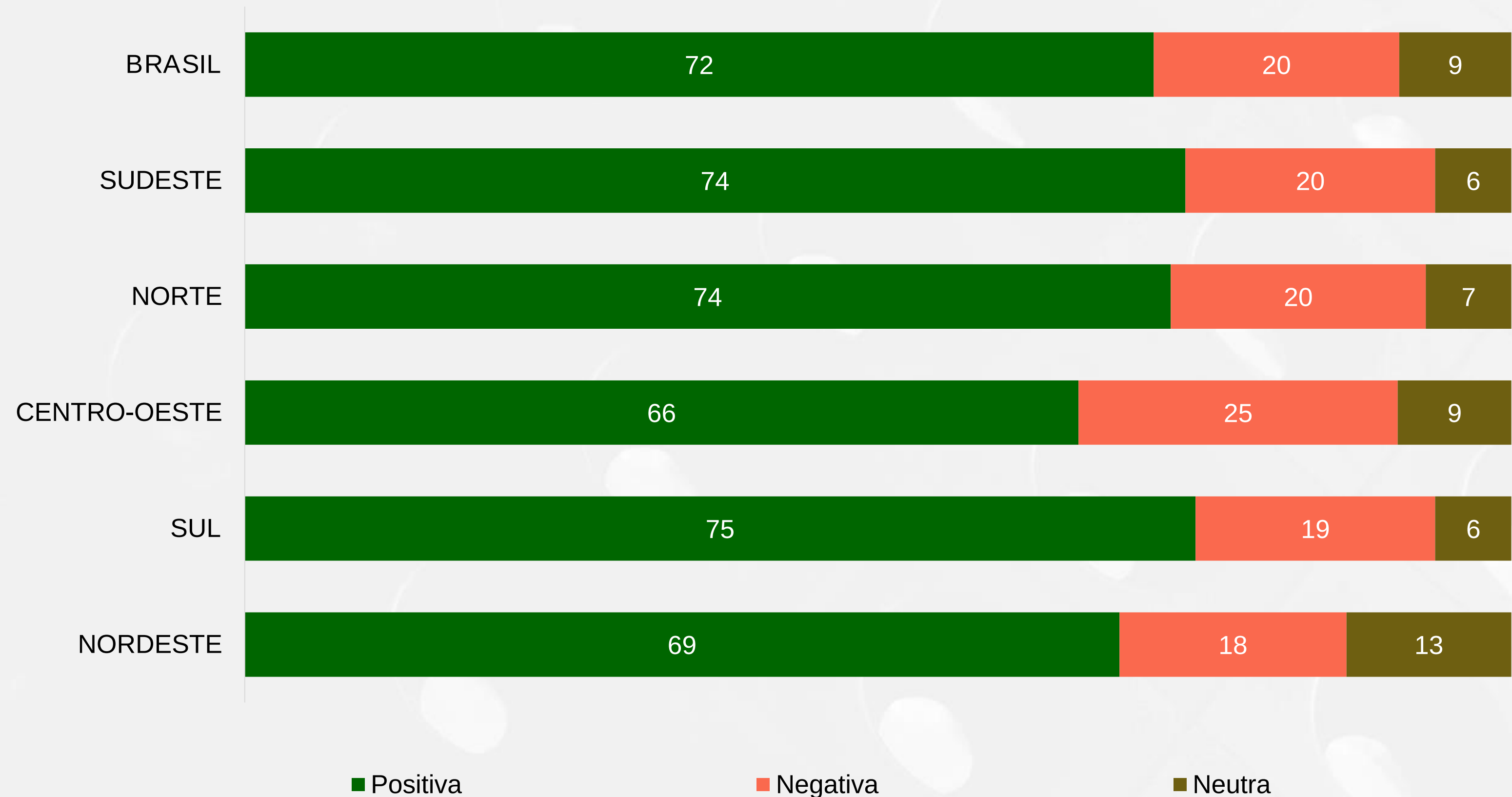


■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MONTADORAS

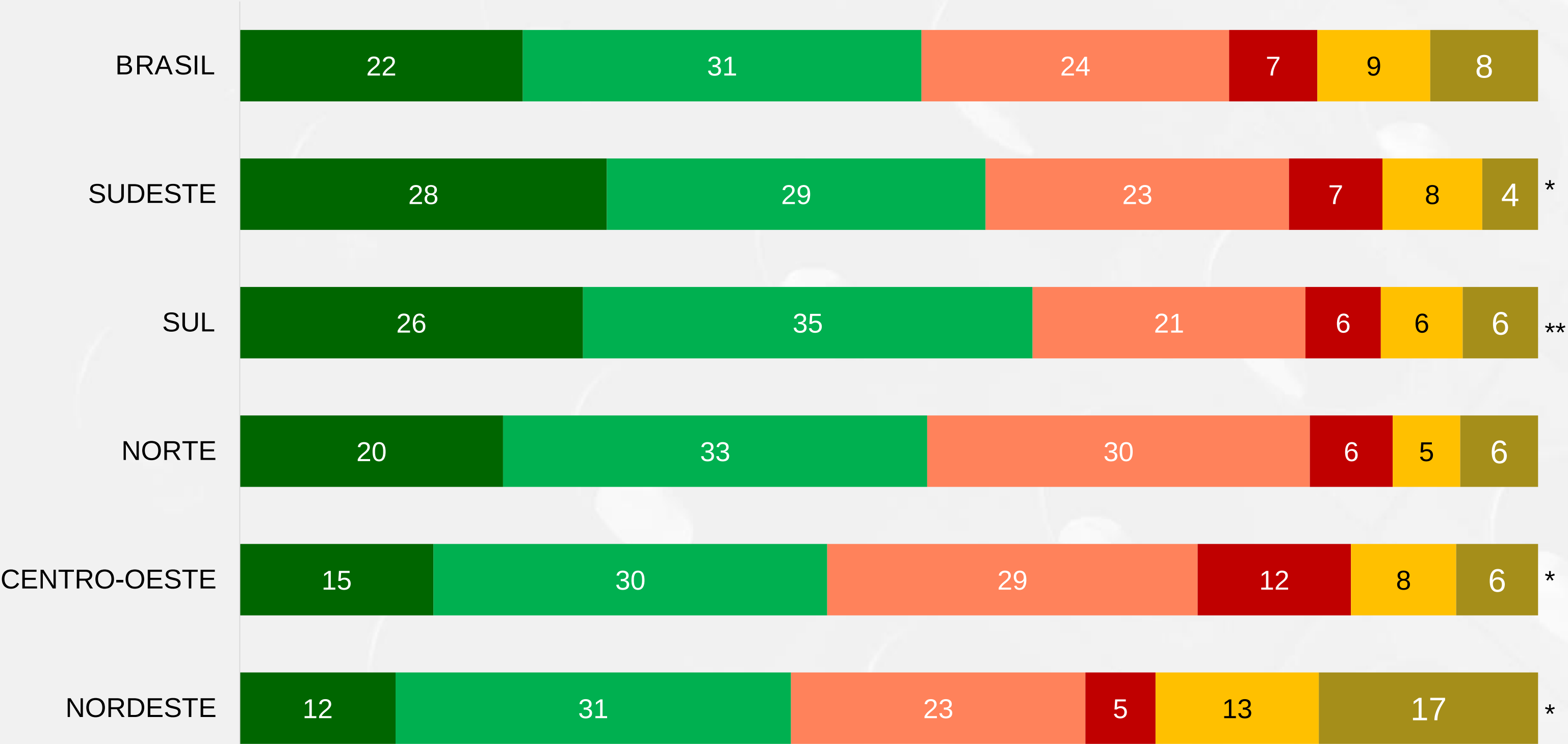
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

TERMOELÉTRICAS

(%)



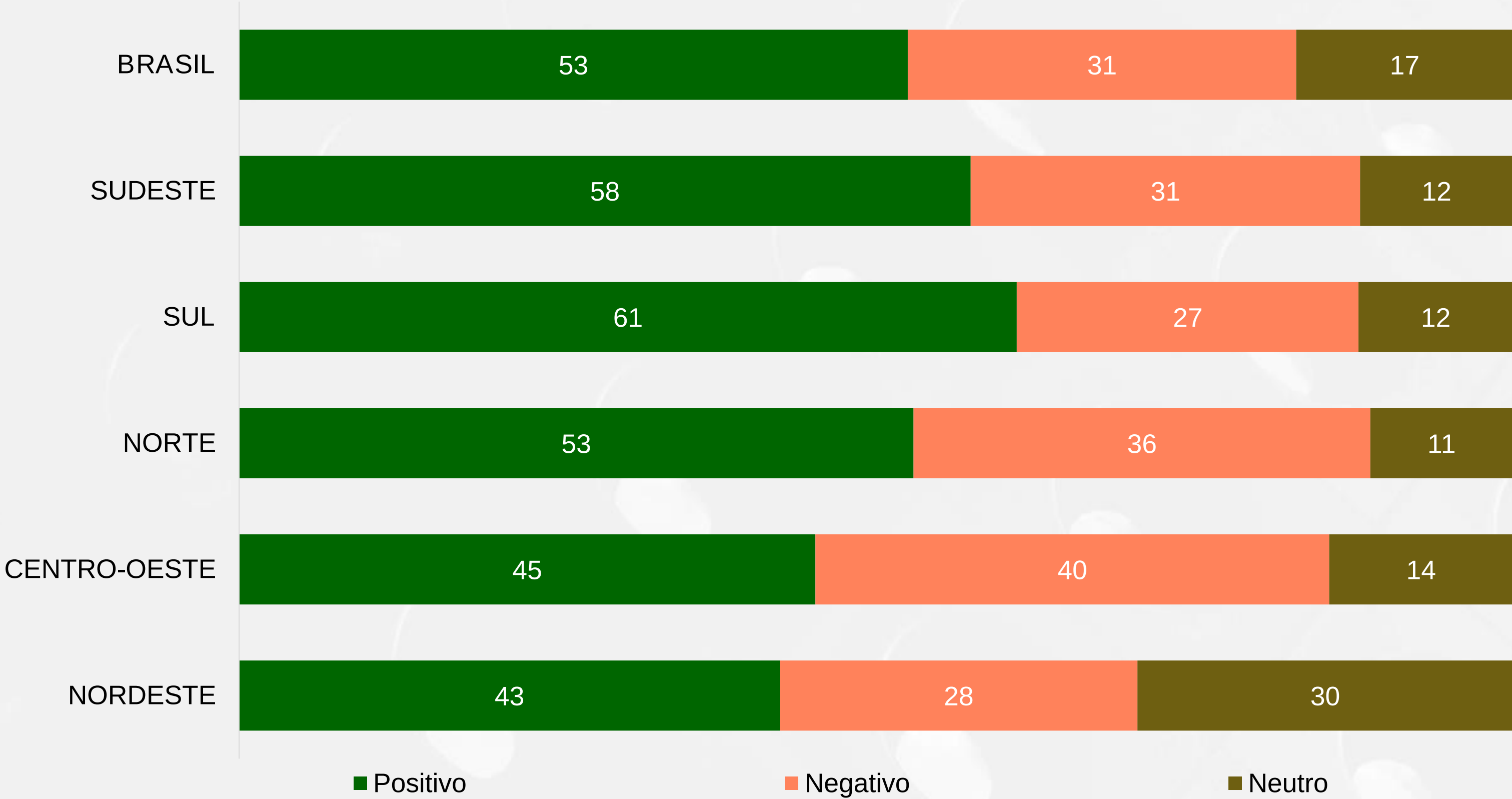
Nível de significância: ' * ' 0.95 ' *** ' 0.99

■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

TERMOELÉTRICAS

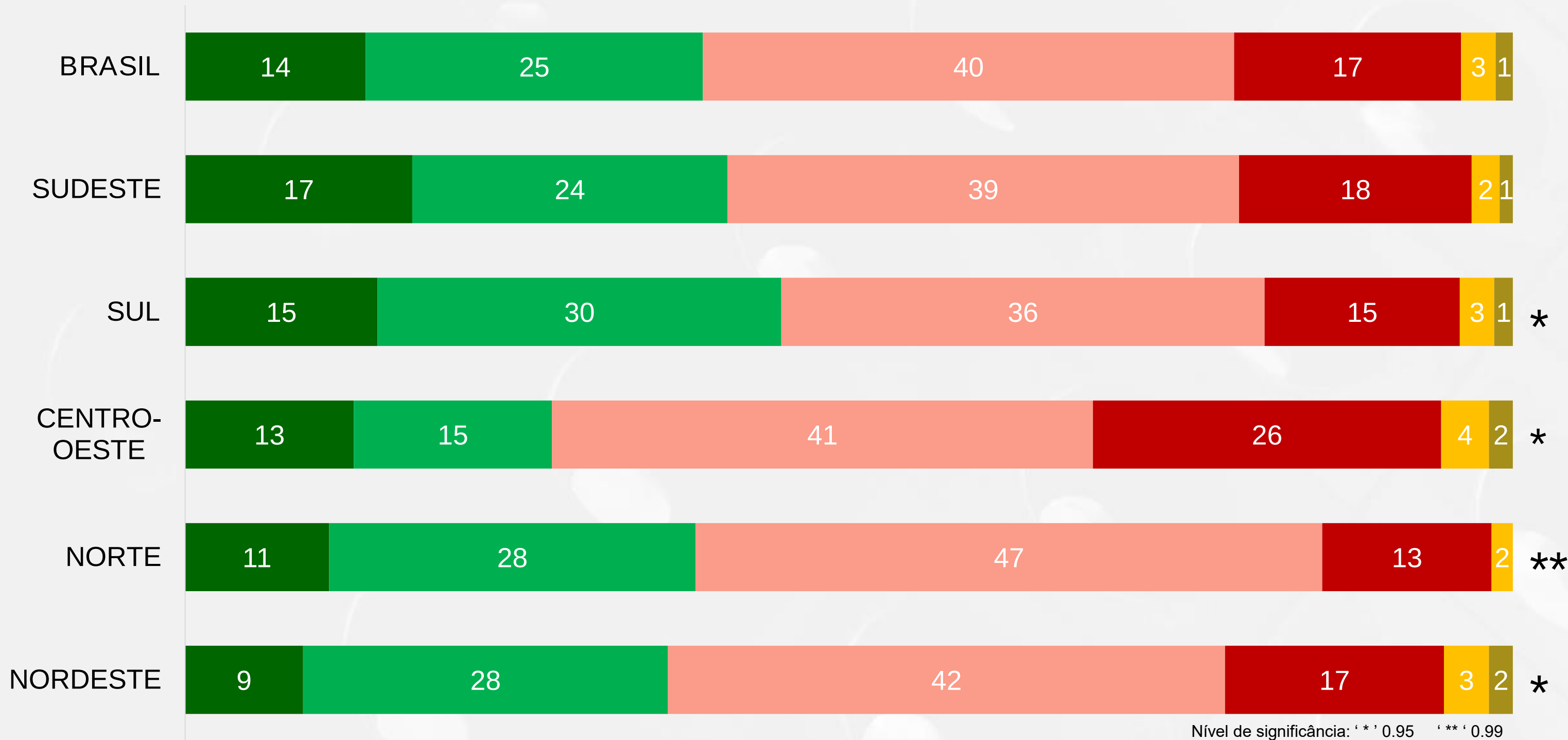
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

OPERADORAS DE ÔNIBUS

(%)

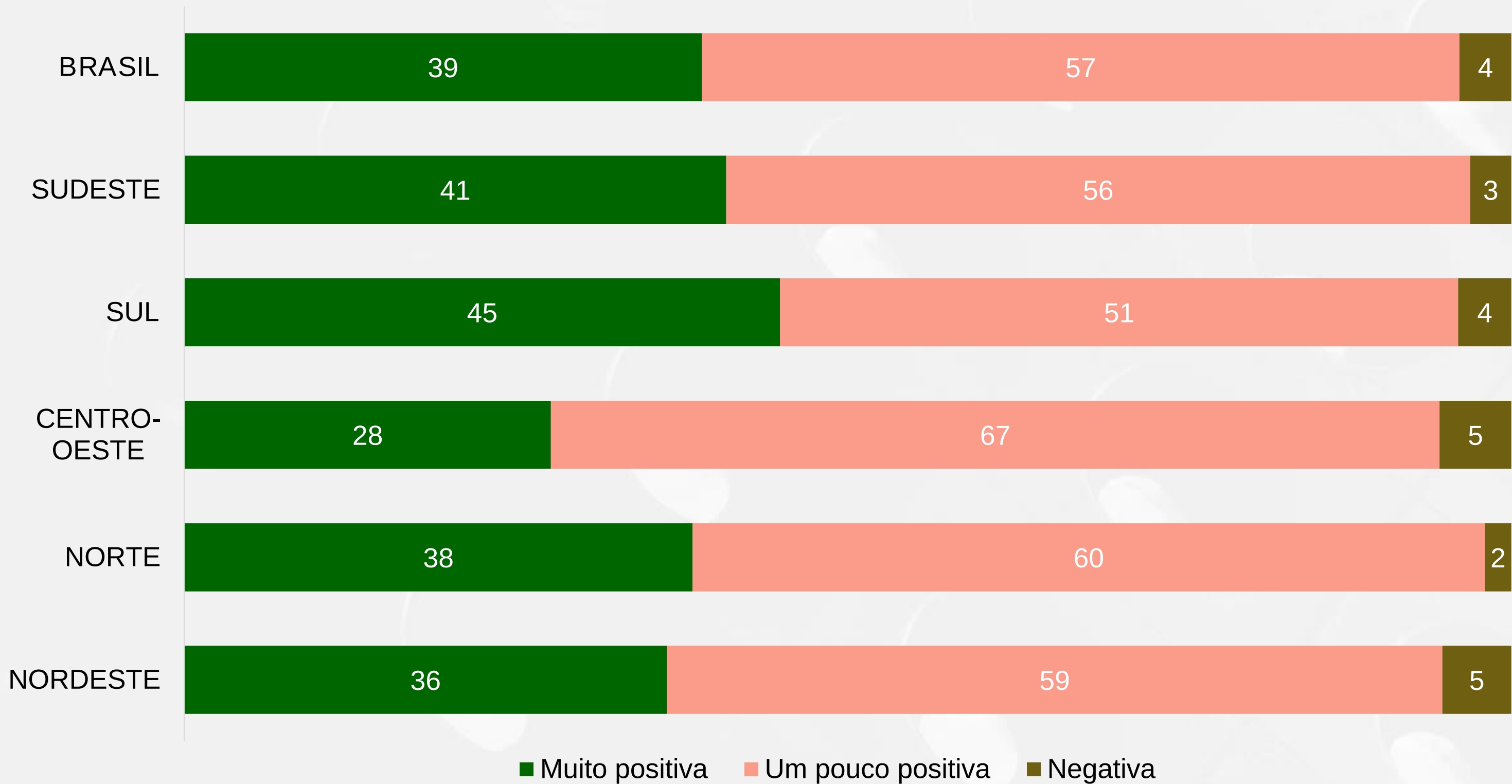


■ Muito positiva ■ Um pouco positiva ■ Negativa ■ Muito negativa ■ Já ouviu falar, mas não consegue avaliar ■ Nunca ouviu falar

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

OPERADORAS DE ÔNIBUS

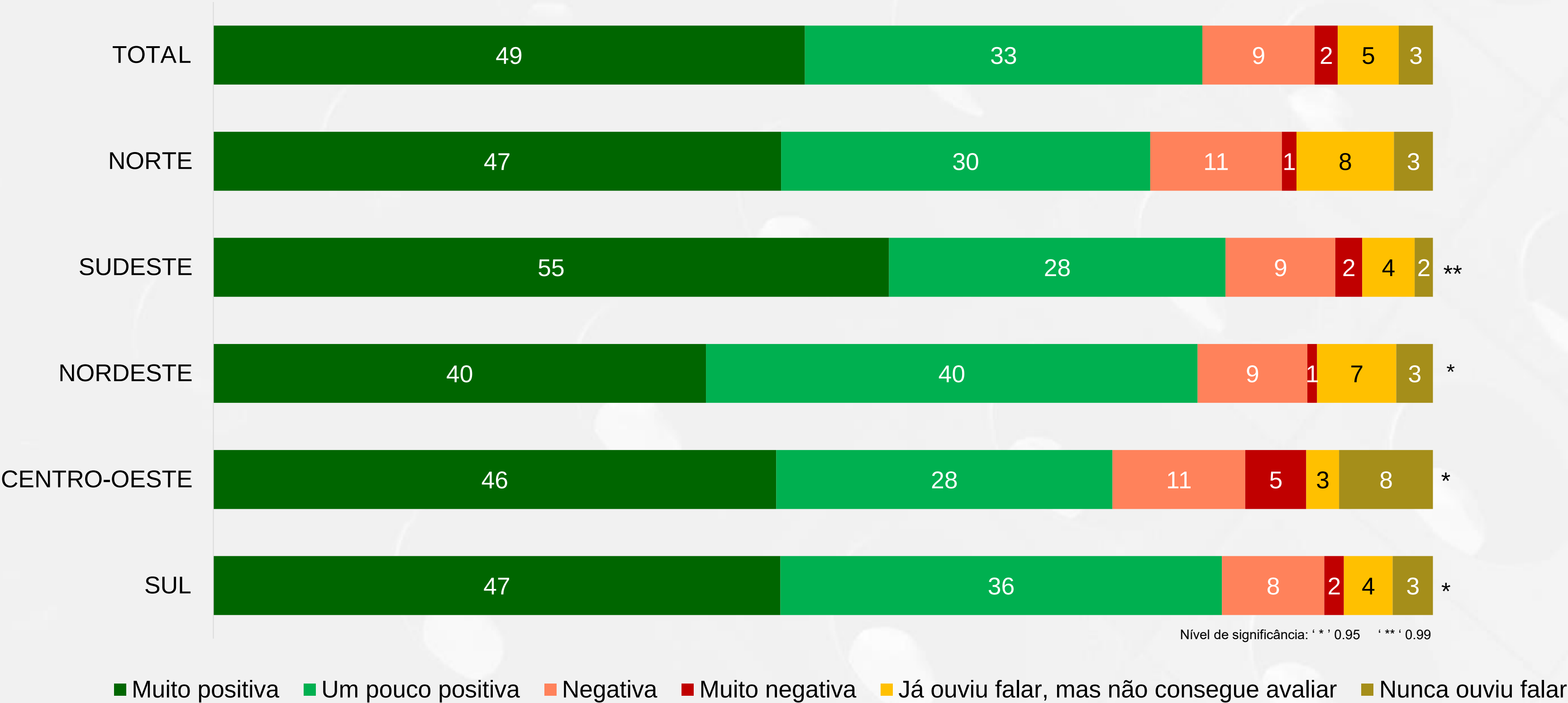
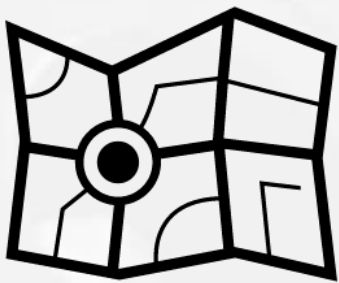
TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS DE TRANSPORTE PRIVADO

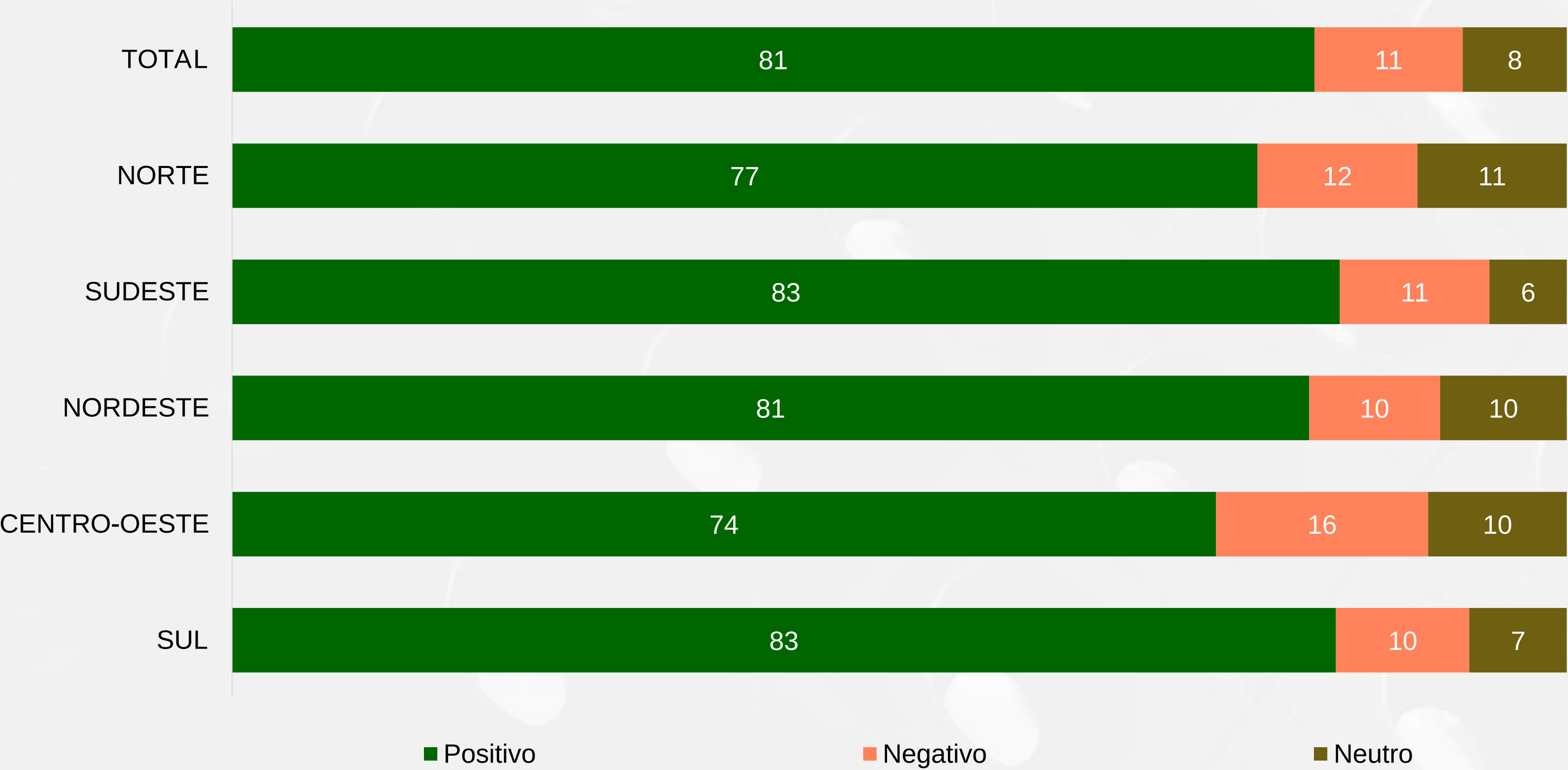
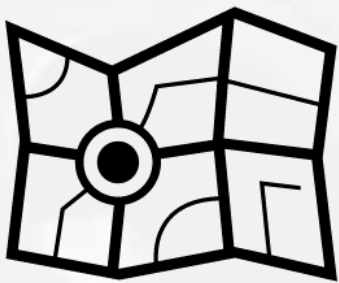
(%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS DE TRANSPORTE PRIVADO

TOP 2 BOX (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES

- ✓ As organizações que desfrutam de melhor imagem entre os entrevistados são as empresas de aplicativos de transporte privado, seguidas pelas organizações ambientais.
- ✓ As montadoras ainda possuem uma imagem positiva para os respondentes (73% positiva x 20% negativa). Mais positiva que as empresas do setor elétrico (61% positiva x 33% negativa).
- ✓ As termoelétricas ainda são desconhecidas para uma parcela dos entrevistados. 8% nunca ouviram falar em termoelétrica e 9% já ouviram falar, mas não se sentiam capazes de avaliar. As termoelétricas ainda tiveram mais avaliações positivas (53%) do que negativas (31%). Sua avaliação foi mais negativa que as empresas do setor elétrico, mas mais positiva que as companhias de petróleo.
- ✓ As companhias de petróleo tiveram a pior avaliação entre as empresas geradoras de energia. Foram 48% avaliações negativas contra 44% positivas.
- ✓ As operadoras de ônibus foram as pior avaliadas pelos respondentes: 39% positiva X 57% negativa.

IMAGEM DAS ORGANIZAÇÕES

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

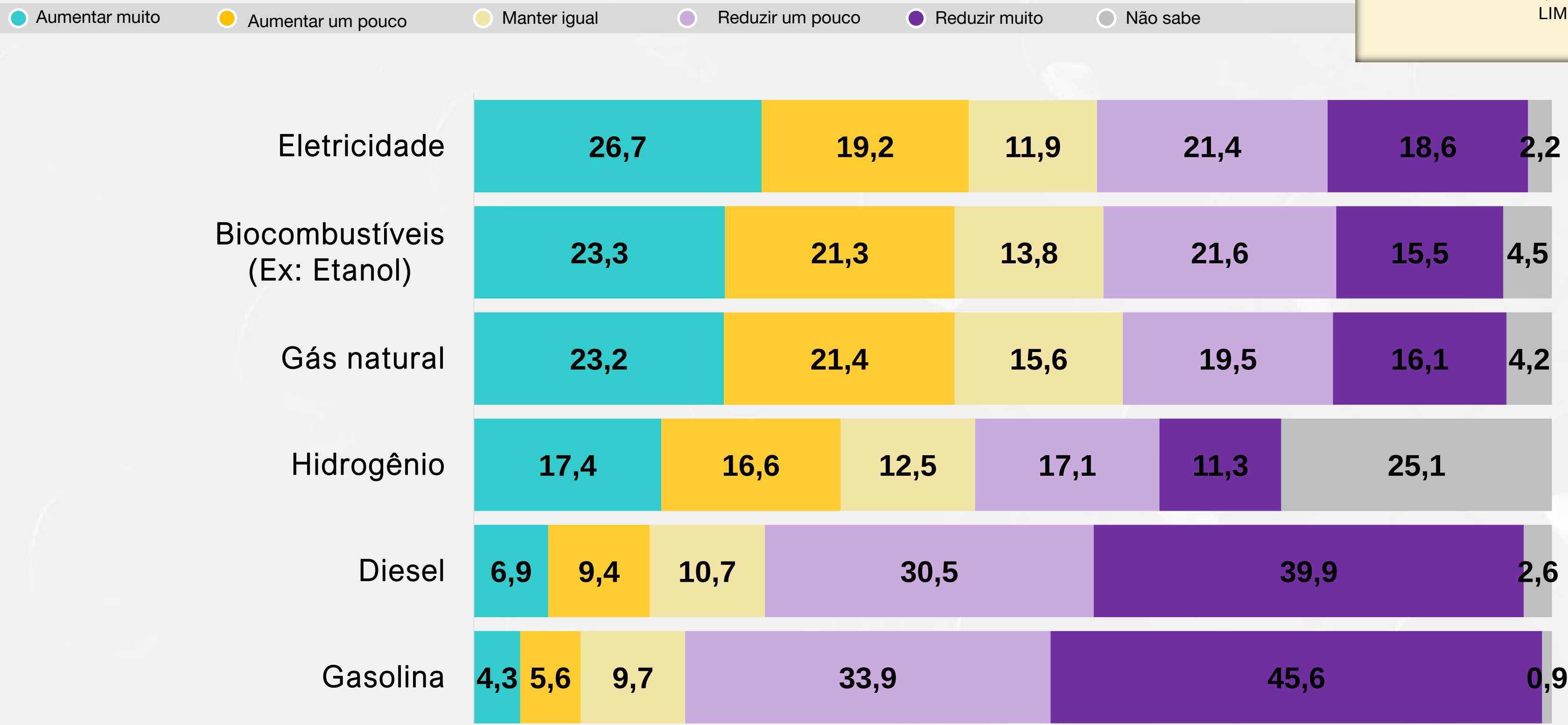
- ✓ Por meio das análises estatísticas de diferenças entre as médias, foi possível identificar diferenças entre as avaliações das organizações. Deste modo, para as Organizações Ambientais foram notadas diferenças significativas entre as avaliações por regiões e a avaliação geral do Brasil, onde as regiões Sul e Norte, respectivamente, são as que melhor avaliam esses tipos de organizações.
- ✓ Em relação às petrolíferas. Também foram notadas diferenças significativas, entre as regiões e o Brasil no geral. Assim, a região Norte é a que melhor avalia este tipo de empresa. E a região Centro-Oeste, a que pior avalia.
- ✓ Para o setor elétrico, para as montadoras, para as termoelétricas e as operadoras de ônibus, também com diferenças significativas, a região Sul é a que apresenta a melhor avaliação para esses tipos de empresas.
- ✓ Em relação aos aplicativos de transporte privado como o Uber, as regiões Sudeste e Sul são as que apresentam as melhores avaliações. Sendo a região Centro-oeste a região com a pior avaliação.

Fontes de Energia

FONTES DE ENERGIA

BRASIL: AUMENTAR x REDUZIR (%)

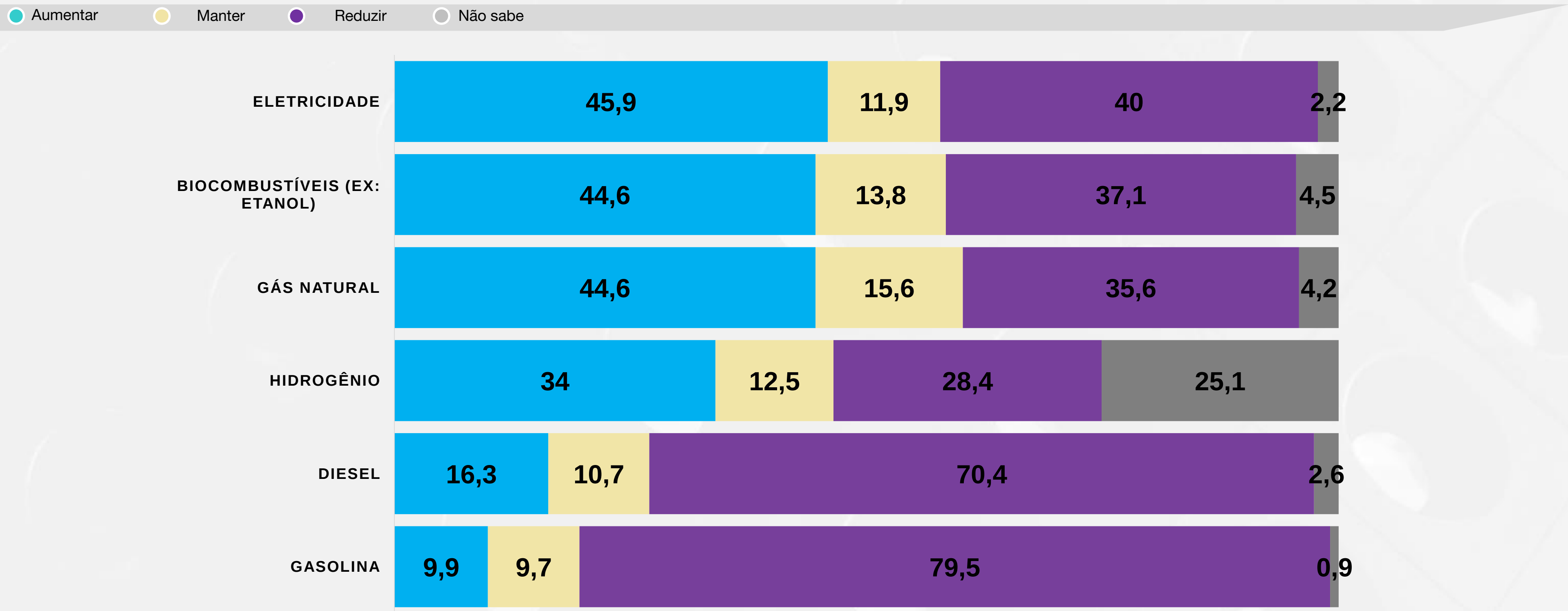
FOI DETECTADA A DIFERENÇA SIGNIFICATIVA ENTRE AS PESSOAS MAIS JOVENS (16 A 34 ANOS), COM MAIOR NÍVEL DE ESCOLARIDADE (ENSINO SUPERIOR E CURSO TÉCNICO / PROF.) E CLASSE SOCIAL MAIS ALTA (A E B), O DESEJO DA MUDANÇA DO USO DE COMBUSTÍVEIS COMO GASOLINA E DIESEL, POR COMBUSTÍVEIS MAIS LIMPOS.



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

FONTES DE ENERGIA

BRASIL: AUMENTAR x REDUZIR (% TOP 2 BOX)

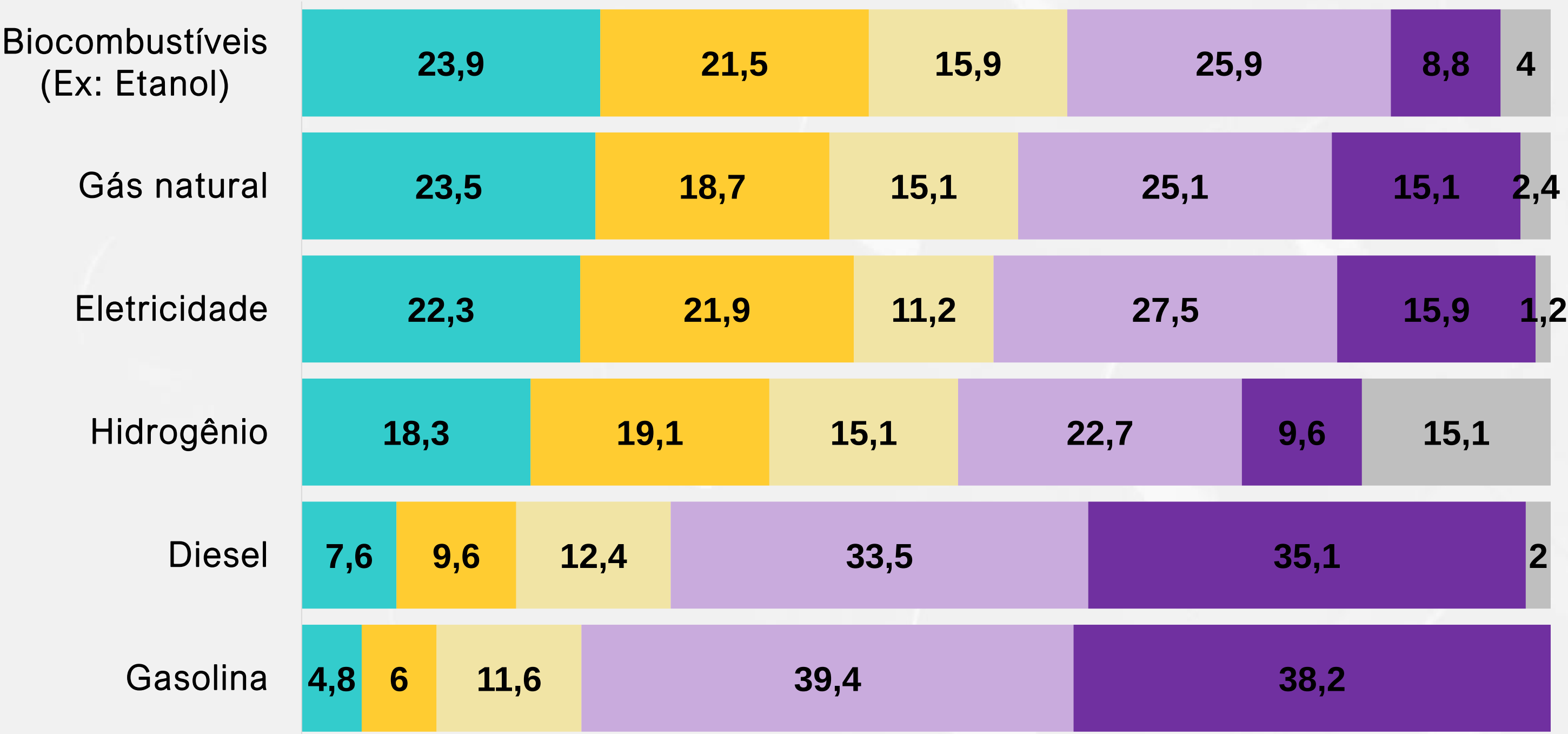


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO NORTE (%)

Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe



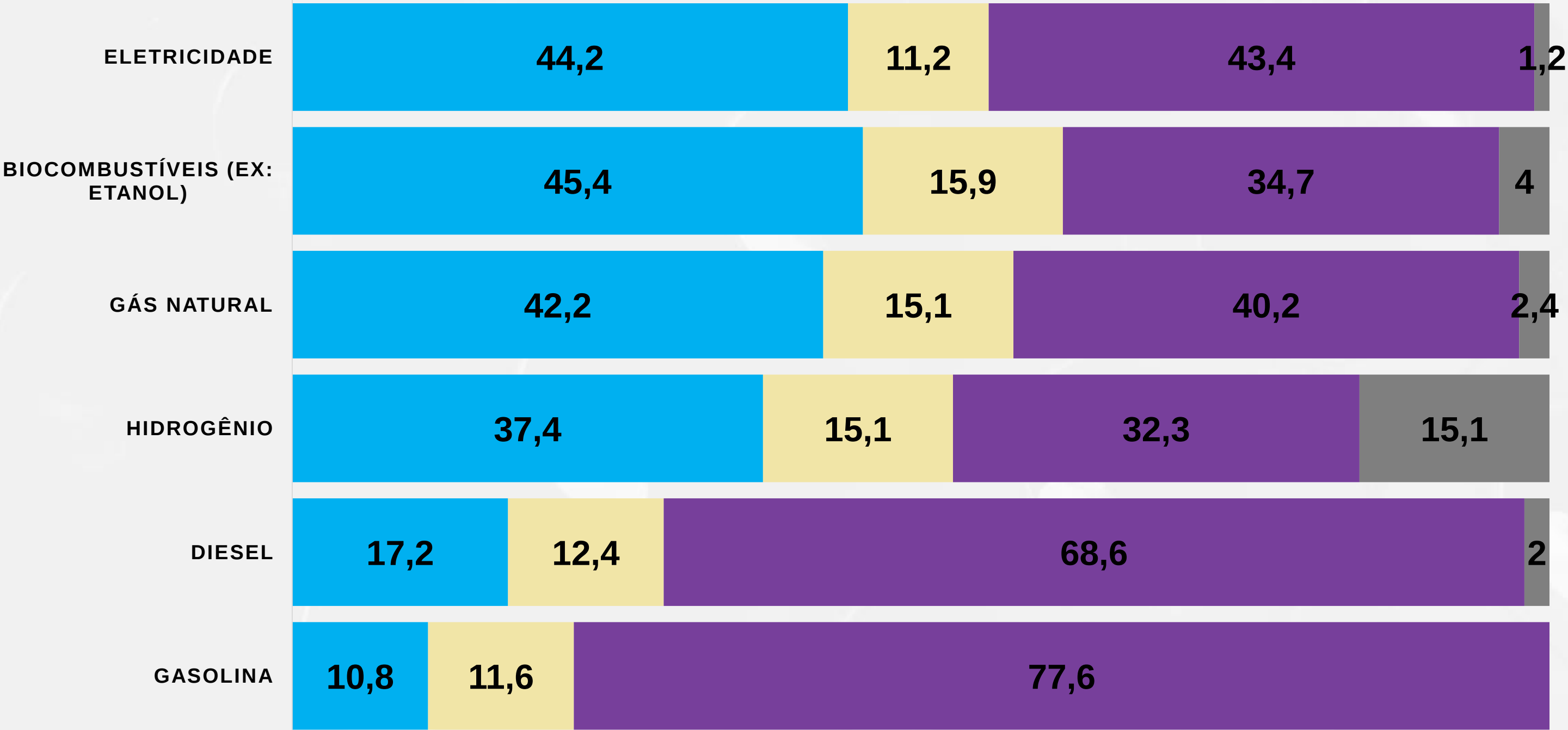
* Significante a 5%

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO NORTE (% TOP 2 BOX)

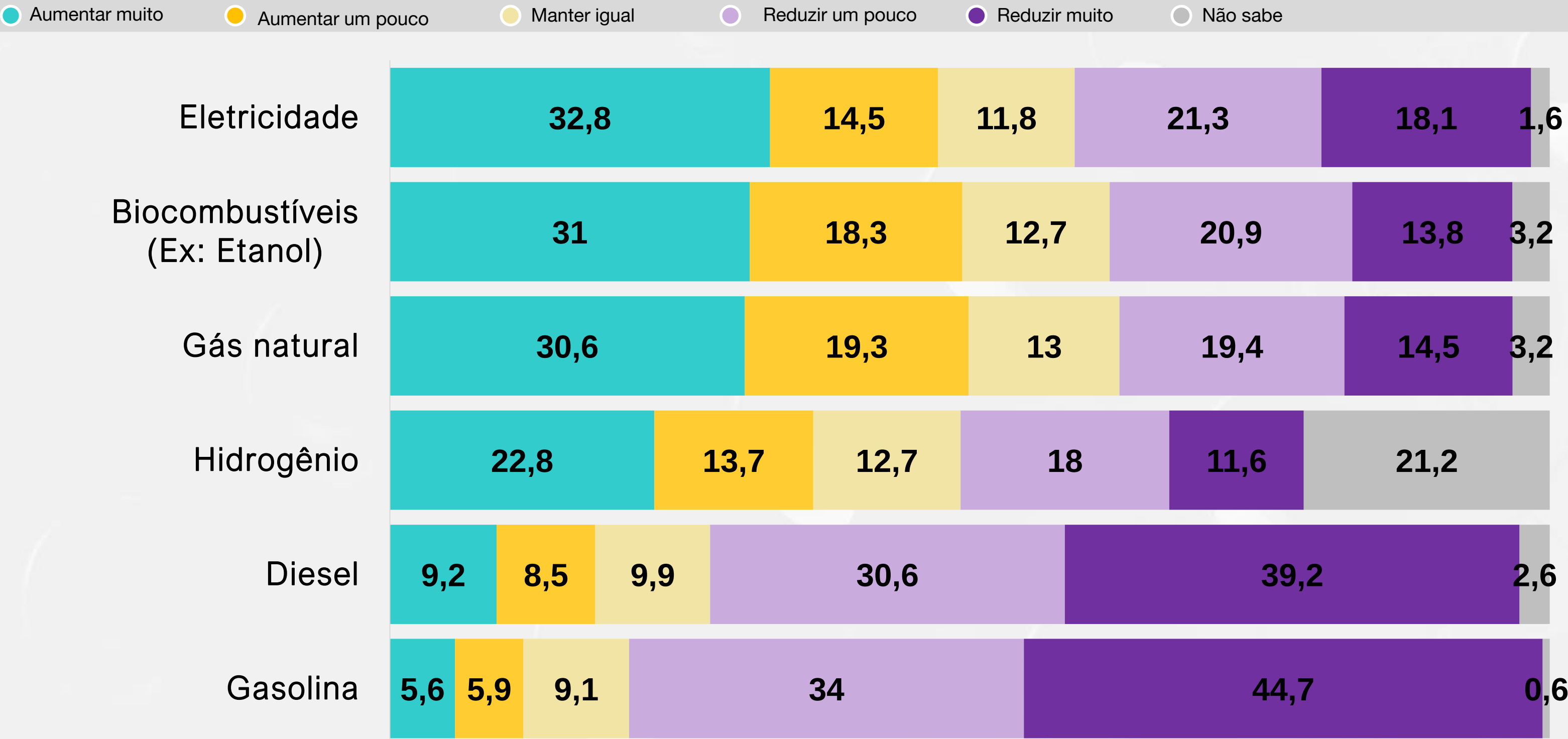
Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO SUDESTE (%)

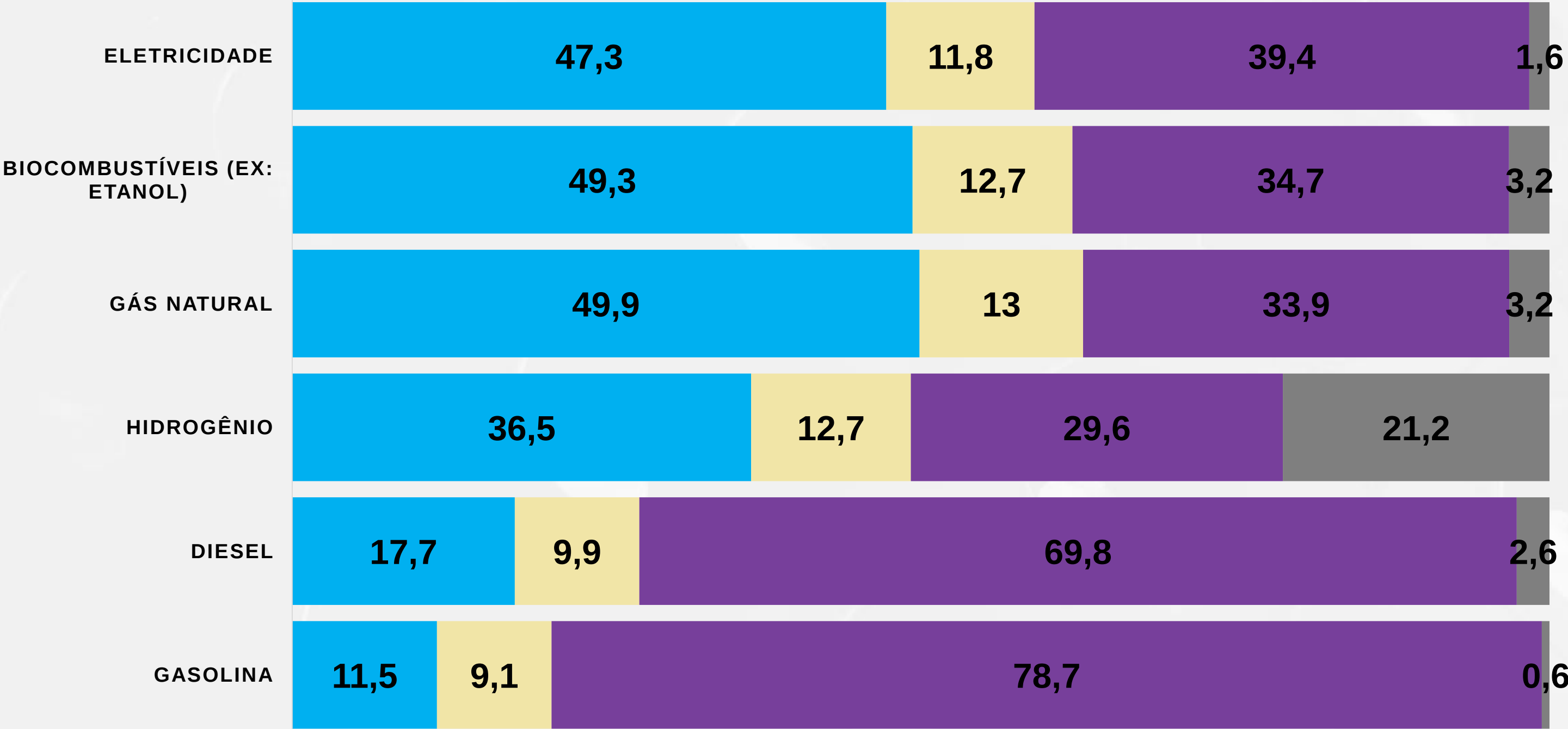


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO SUDESTE (% TOP 2 BOX)

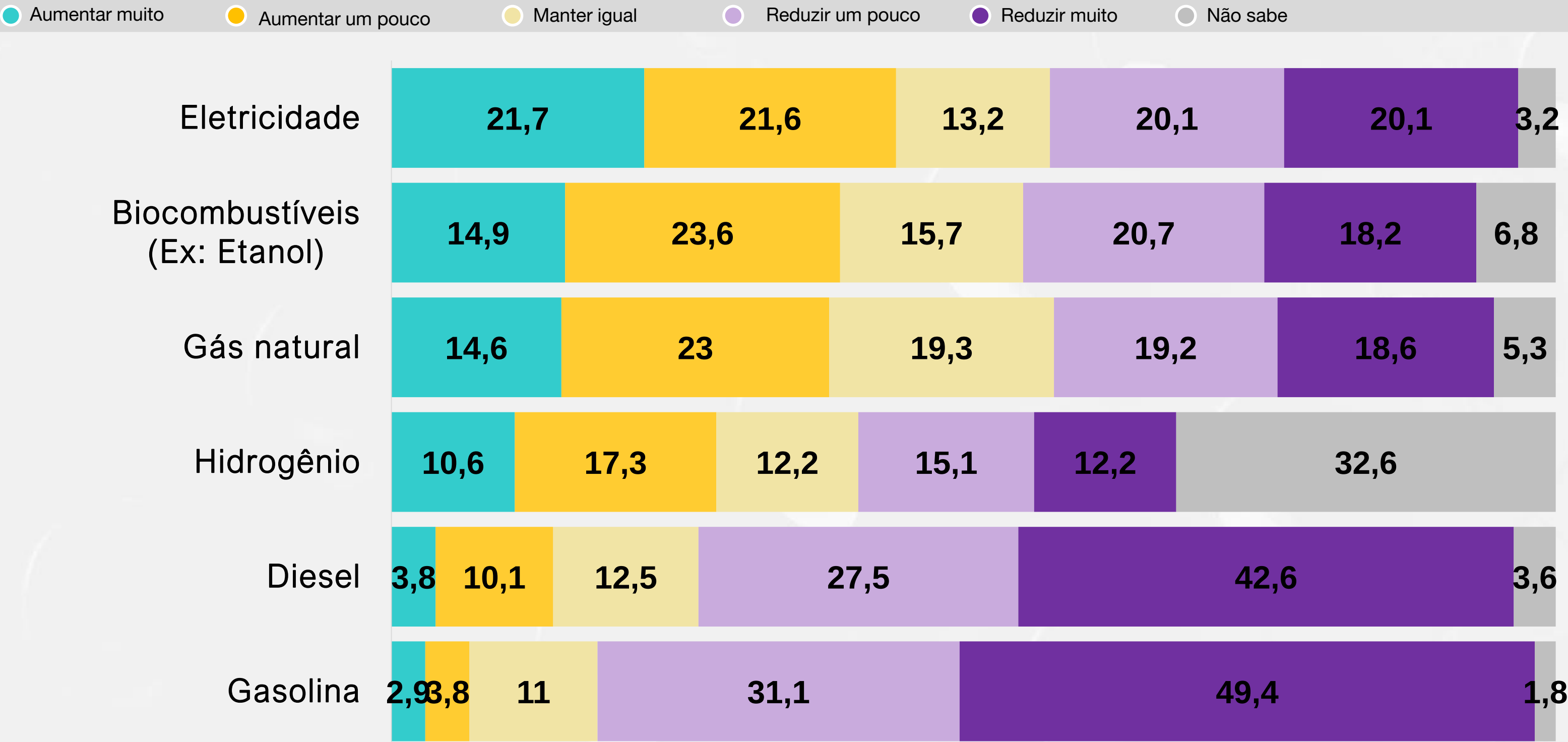
Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

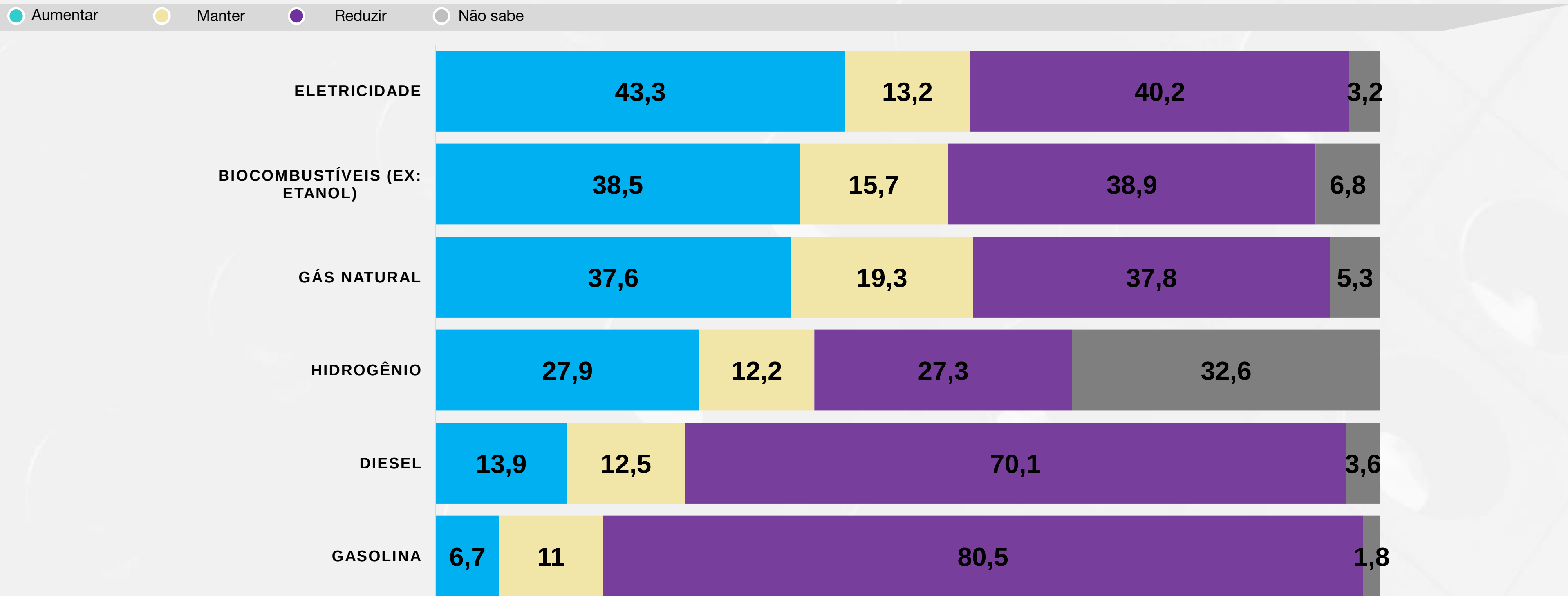
REGIÃO NORDESTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO NORDESTE (% TOP 2 BOX)

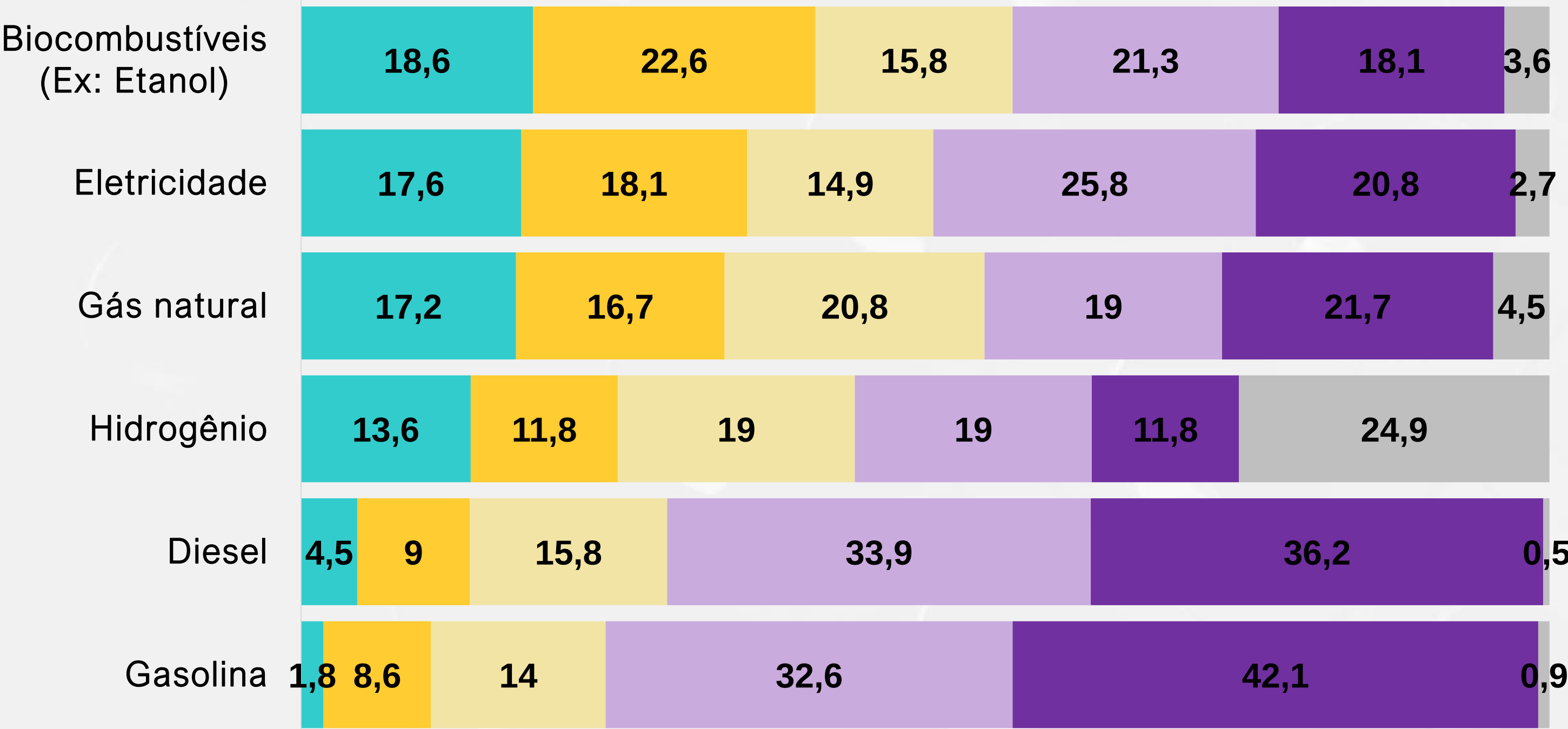


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO CENTRO-OESTE (%)

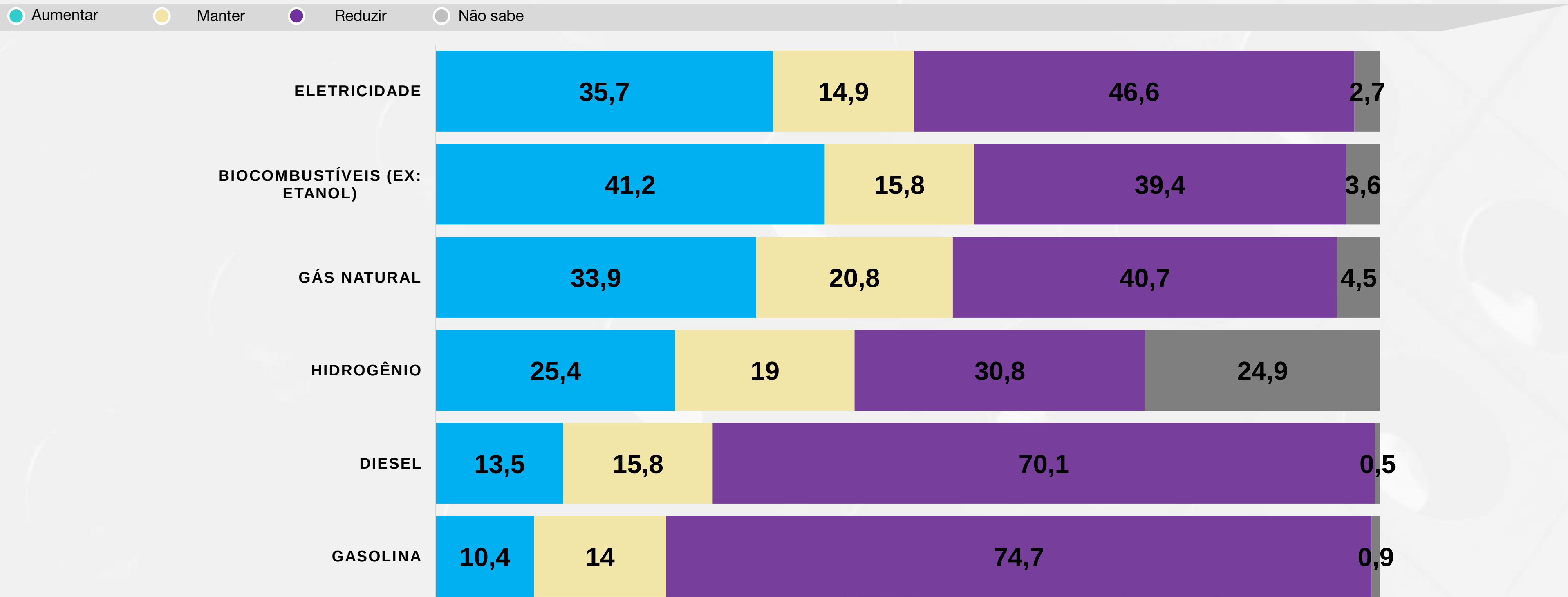
Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO CENTRO-OESTE (% TOP 2 BOX)

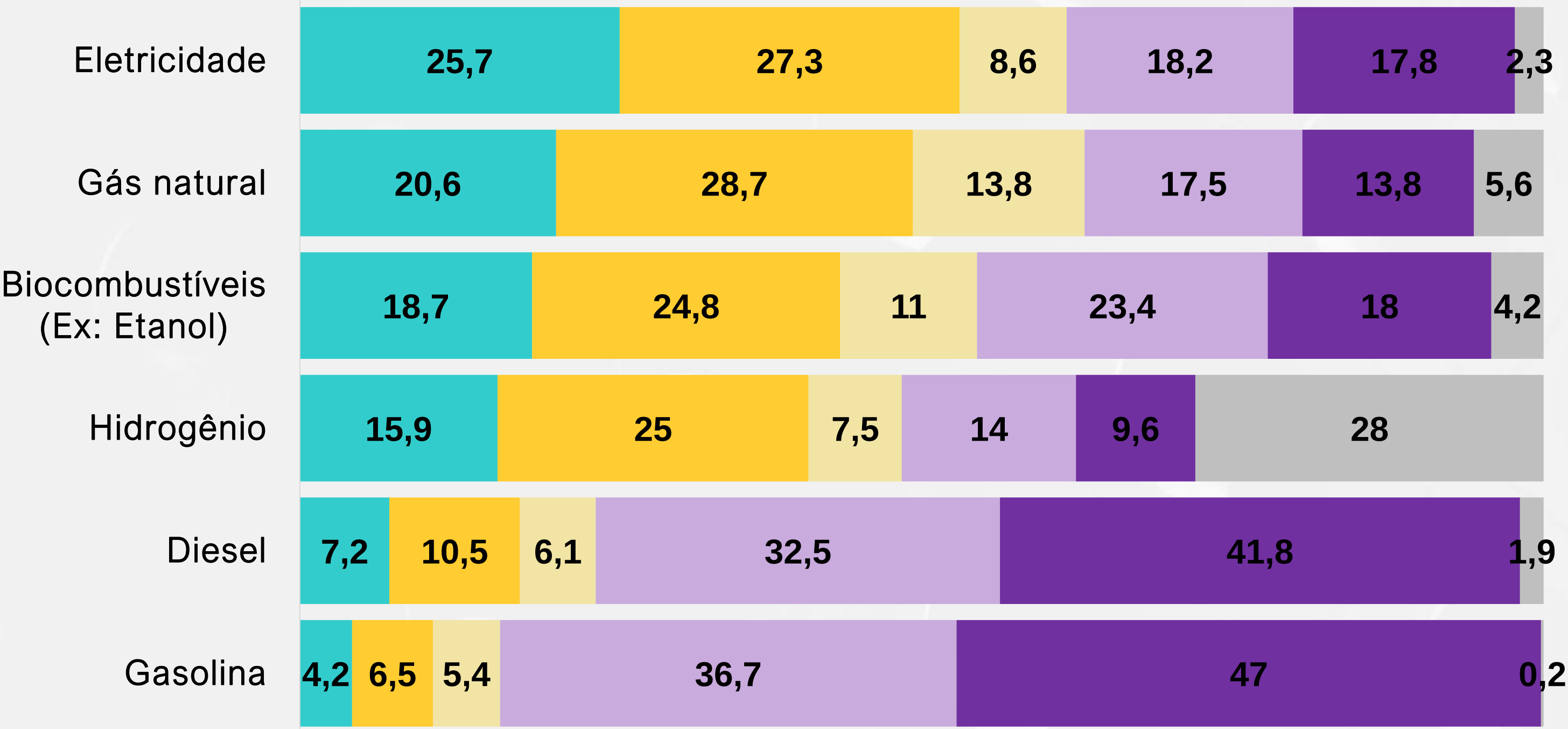


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO SUL (%)

Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe

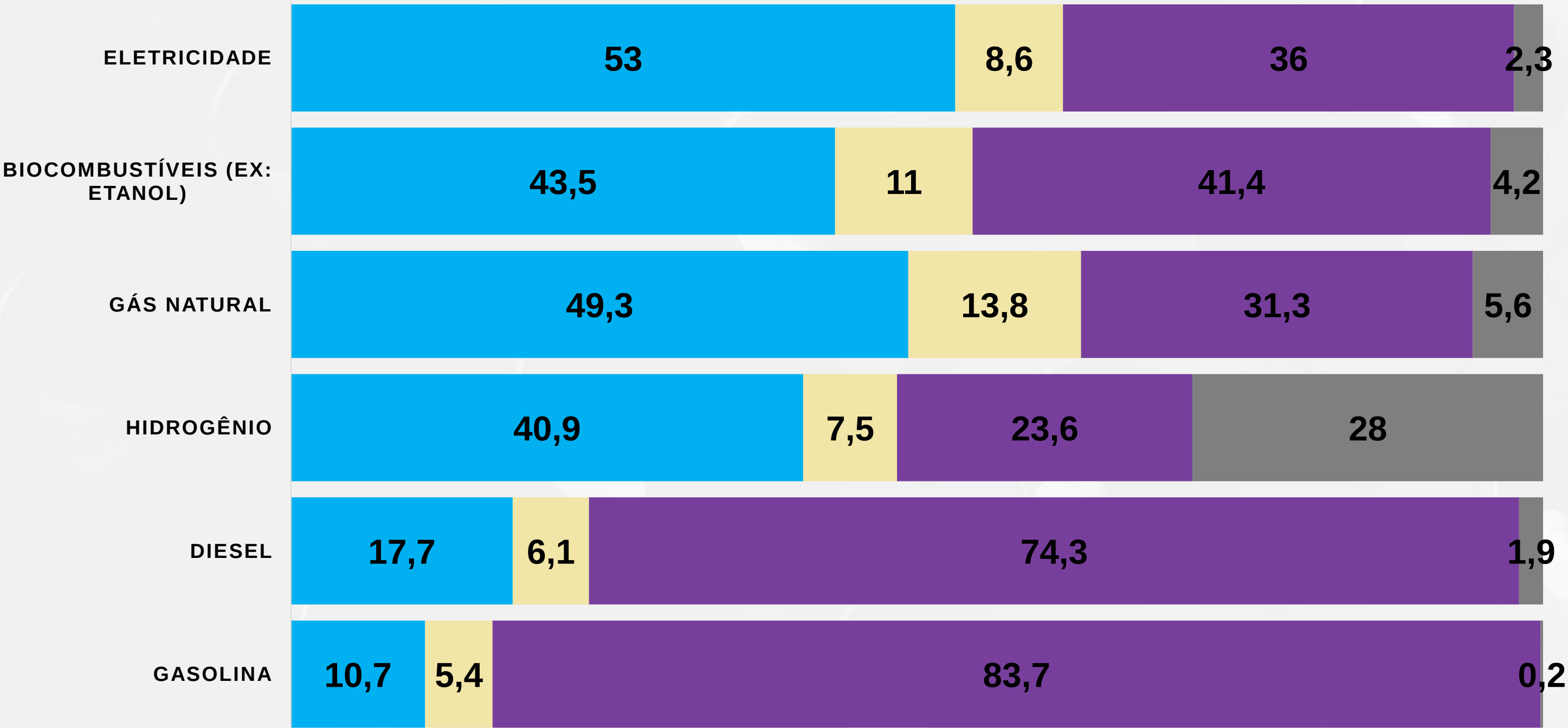


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

REGIÃO SUL (% TOP 2 BOX)

Aumentar Manter Reduzir Não sabe

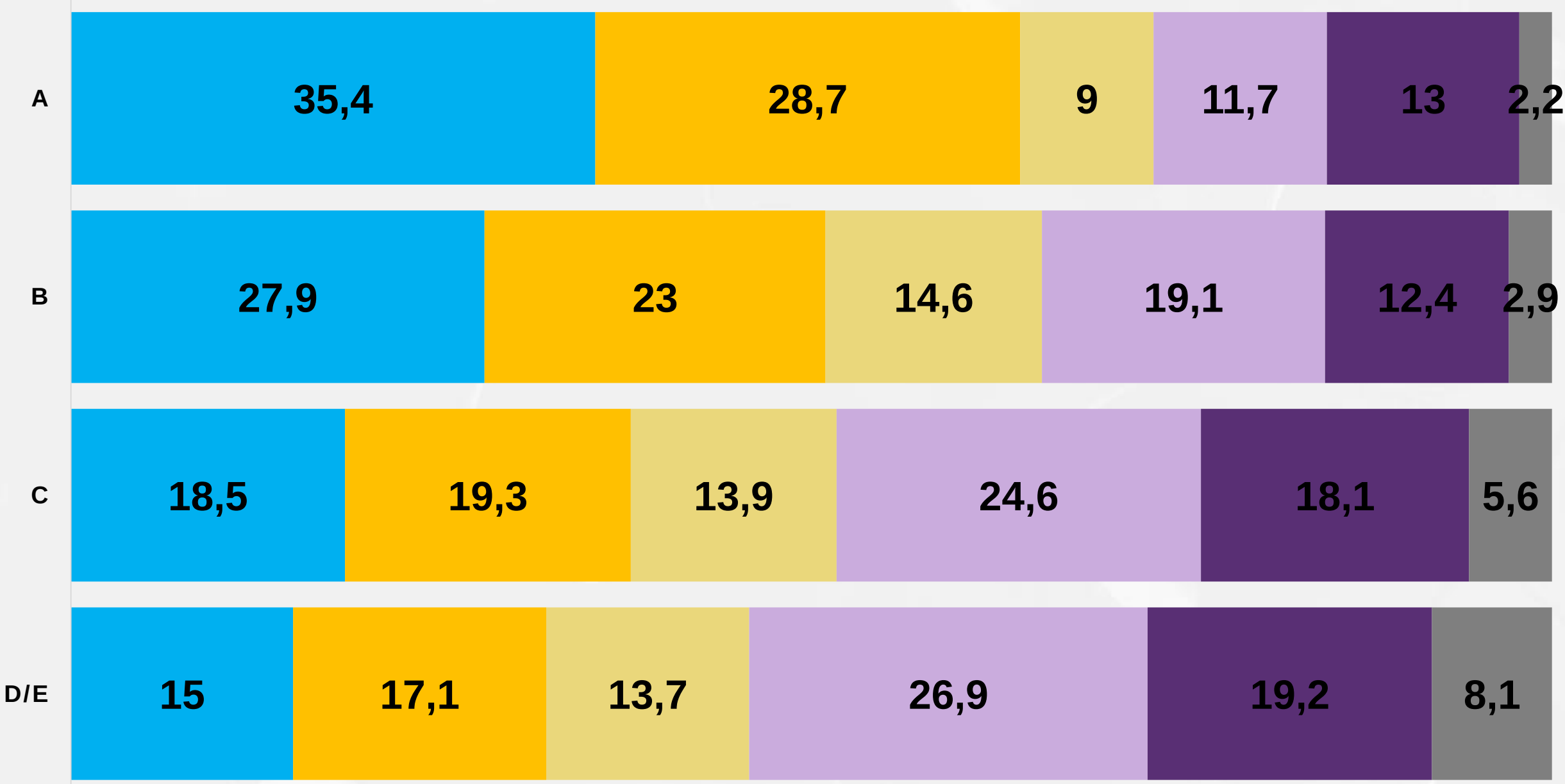


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

BIOCOMBUSTÍVEL (Ex: ETANOL) (%)

Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe

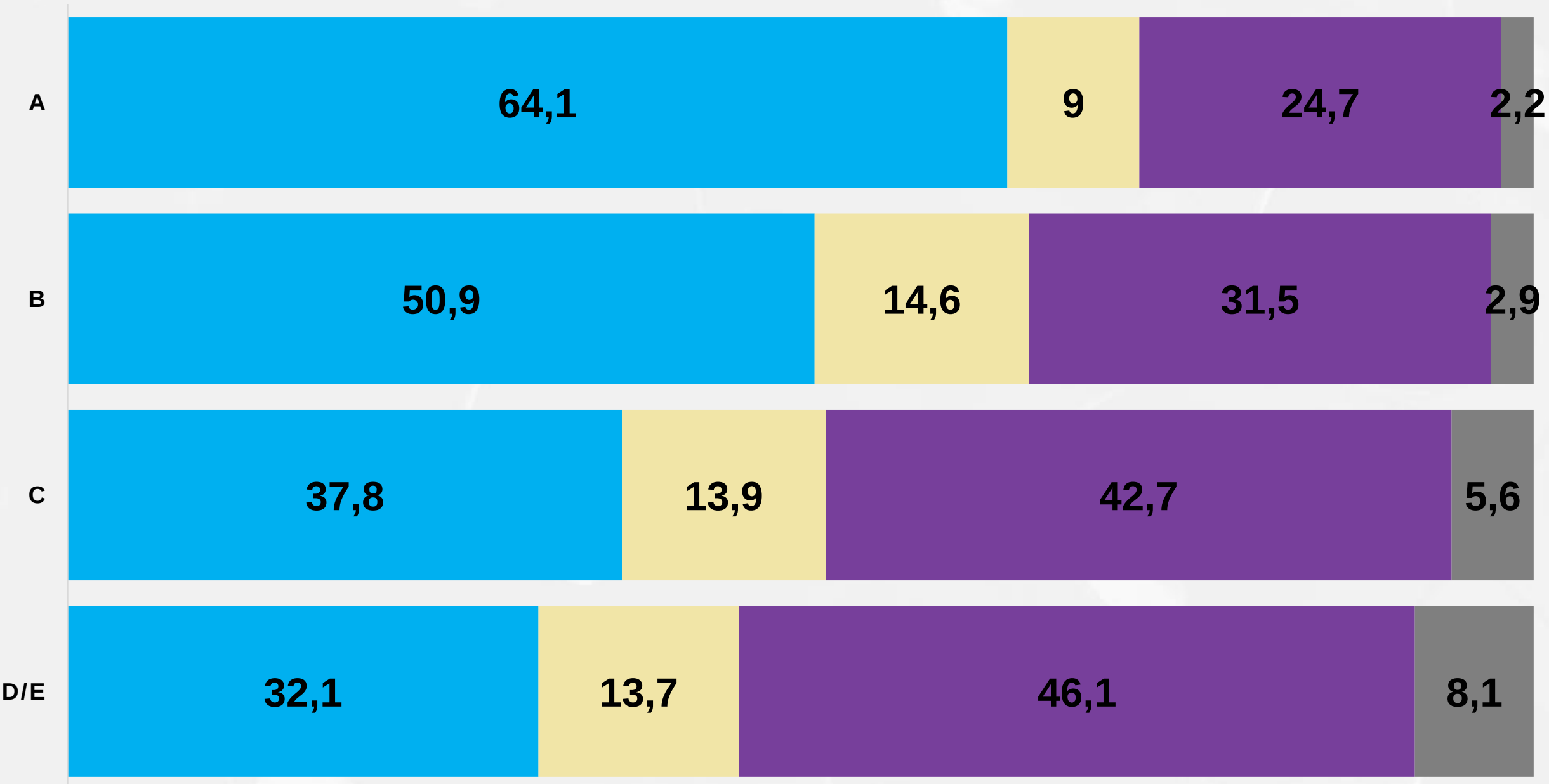


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

BIOCOMBUSTÍVEL (Ex: ETANOL) (% TOP 2 BOX)

Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

GÁS NATURAL (%)

Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe

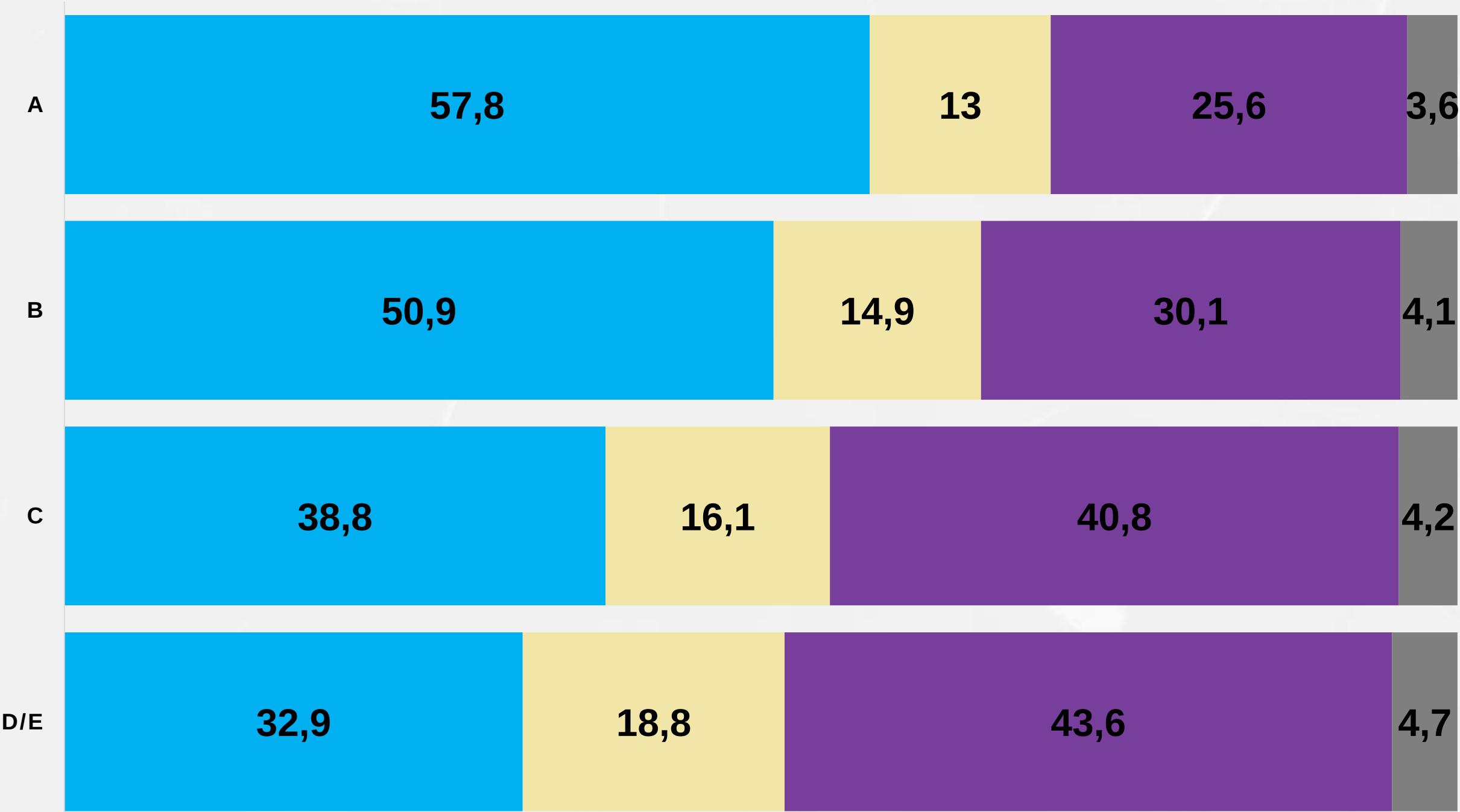


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

GÁS NATURAL (% TOP 2 BOX)

Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR HIDROGÊNIO (%)

Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

HIDROGÊNIO (% TOP 2 BOX)

Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

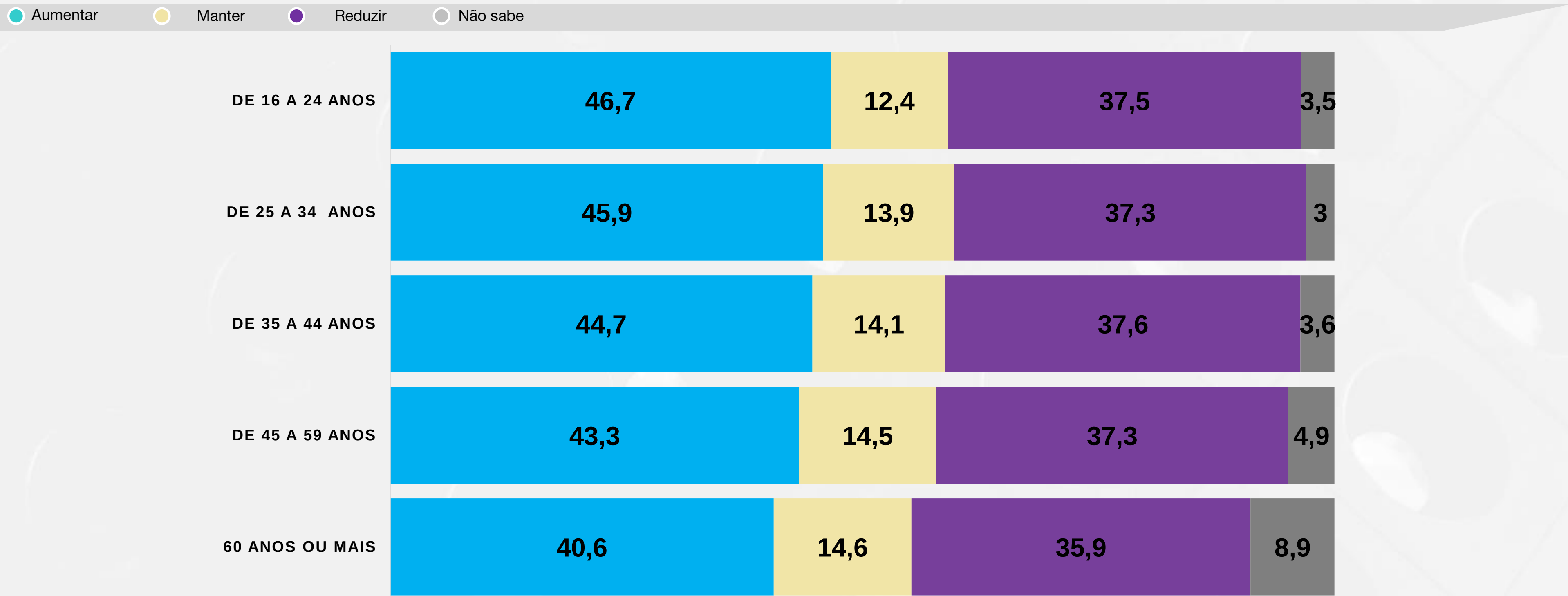
BIOCOMBUSTÍVEIS (Ex: ETANOL) (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

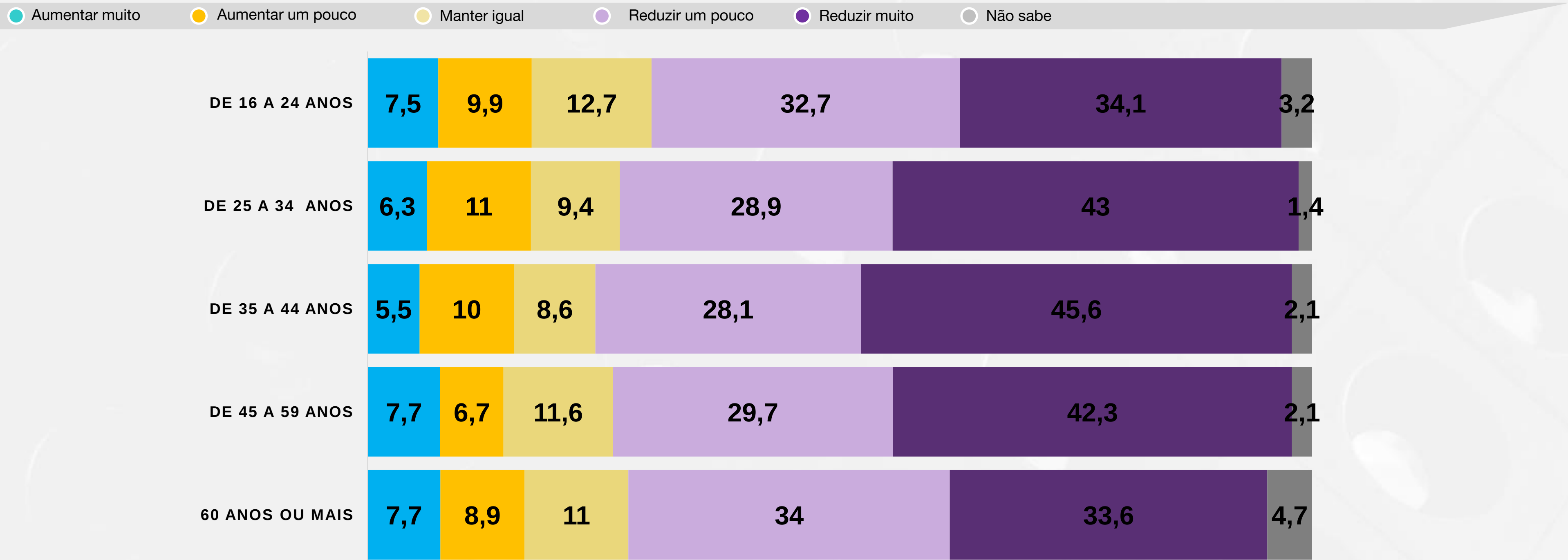
AUMENTAR x REDUZIR

BIOCOMBUSTÍVEIS (Ex: ETANOL) (% TOP 2 BOX)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR DIESEL (%)

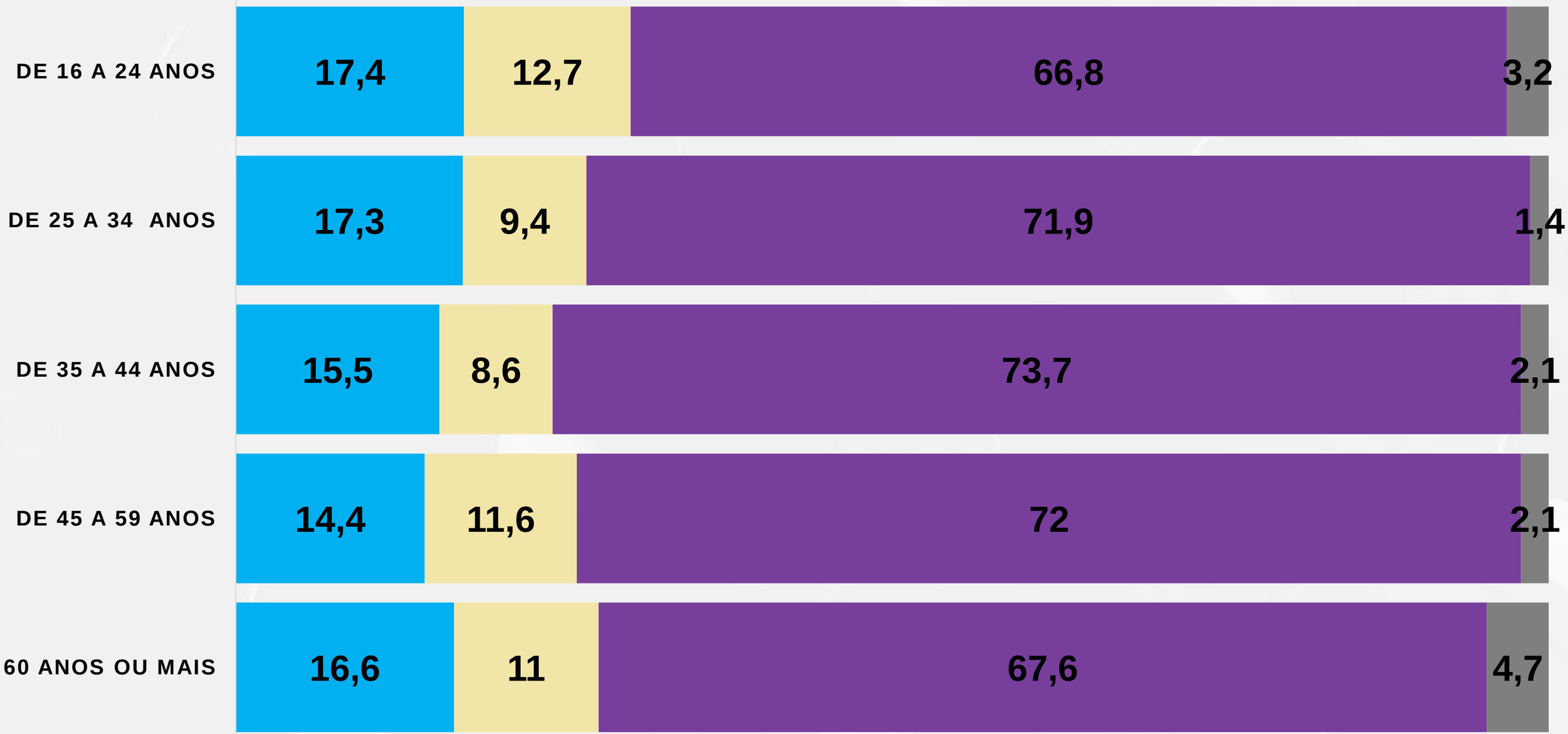


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

DIESEL (% TOP 2 BOX)

Aumentar Manter Reduzir Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

BIOCOMBUSTÍVEL (Ex: ETANOL) (%)

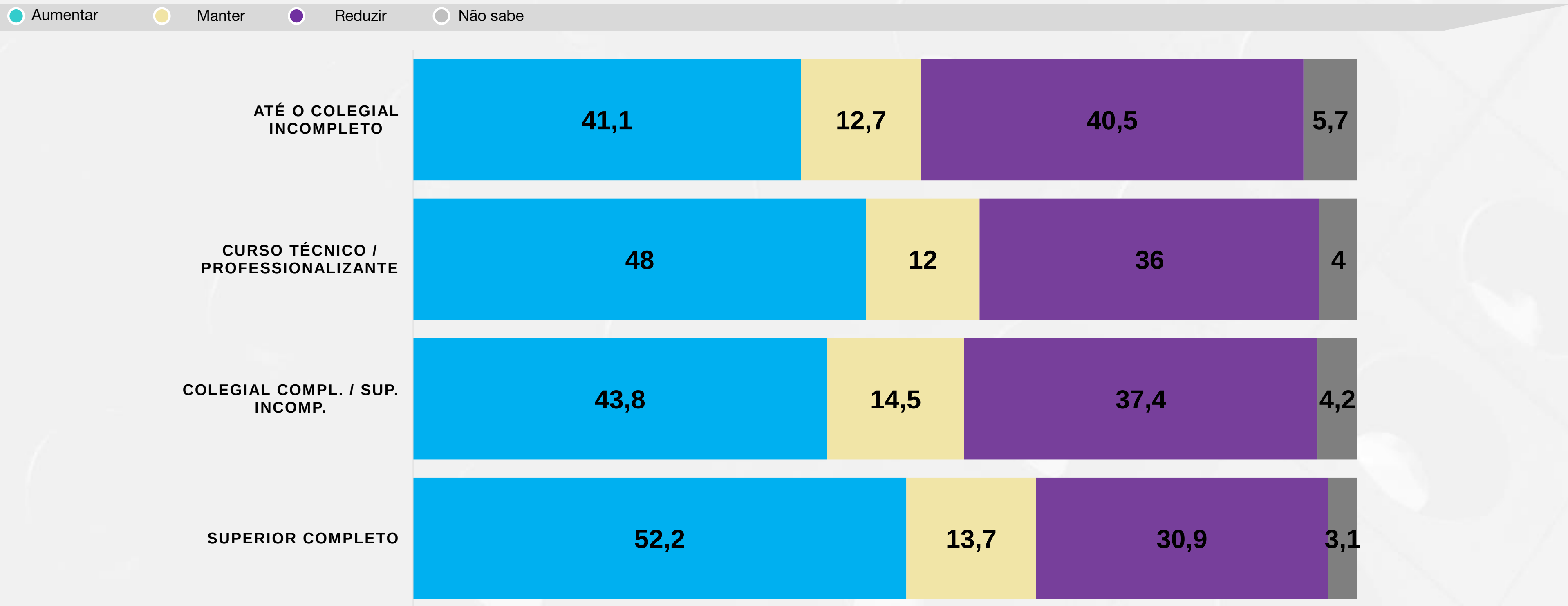
Aumentar muito Aumentar um pouco Manter igual Reduzir um pouco Reduzir muito Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

AUMENTAR x REDUZIR

BIOCOMBUSTÍVEL (Ex: ETANOL) (% TOP 2 BOX)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

FONTES DE ENERGIA

- ✓ A maior parte dos respondentes é a favor de aumentar o uso da eletricidade, biocombustíveis e gás natural como combustíveis no transporte.
- ✓ 25% dos entrevistados não souberam dizer se devemos aumentar ou reduzir o uso de hidrogênio.
- ✓ Mais de 70% da amostra acha que devemos reduzir o uso de diesel e gasolina.
- ✓ Região sudeste é a mais favorável a aumentar muito o uso de eletricidade, biocombustíveis e gás natural.
- ✓ 79,5% da amostra é a favor de reduzir muito o uso de gasolina como combustível nos meios de transporte.

FONTES DE ENERGIA

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

- ✓ Em relação aos tipos de combustíveis foram notadas diferenças significativas, assim, a Gasolina e o Diesel são os que mais devem ser reduzidos, e o Gás natural e o Hidrogênio aqueles que devemos aumentar o consumo.
- ✓ A região Sul é a que mais pessoas acreditam que devemos reduzir a Gasolina e o Diesel, e ao mesmo tempo intensificar o consumo de Gás Natural e Hidrogênio. Importante ressaltar que na região Sudeste, igualmente à avaliação da região Sul, muitas pessoas acreditam que devemos aumentar o consumo de Gás Natural.
- ✓ Foram notadas algumas diferenças significativas entre as classes sociais, idades e escolaridade da amostra, assim:
- ✓ Pessoas da classe A acreditam mais do que as demais classes que o Diesel e a Gasolina devem ter o consumo diminuído, assim como o consumo de Biocombustíveis deve ser intensificado.
- ✓ As pessoas de 35 a 44 anos de idade acham mais, do que as demais idades, que devemos diminuir mais o consumo do Diesel.
- ✓ Pessoas com o superior completo acreditam mais que os biocombustíveis devem ter o seu consumo intensificado.



Impacto dos Combustíveis Fósseis

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS

ESTIMULADA (%)



NA ECONOMIA BRASILEIRA



NO SISTEMA DE TRANSPORTE



NA MUDANÇA CLIMÁTICA



NA SITUAÇÃO FINANCEIRA PESSOAL



NA QUALIDADE DA ÁGUA



NA QUALIDADE DO AR

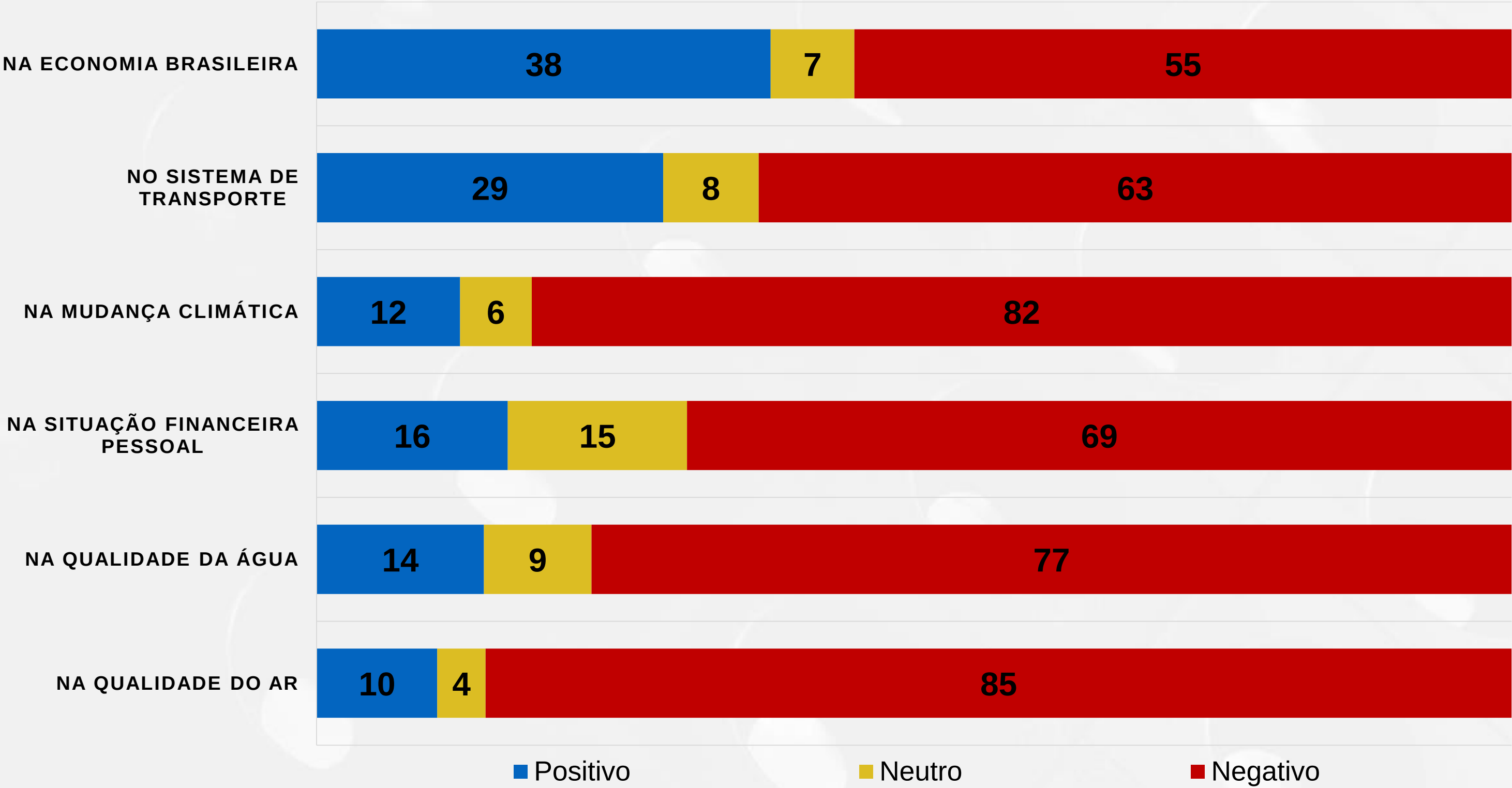


Muito positivo Positivo Nenhum impacto Negativo Muito negativo Não sabe

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS

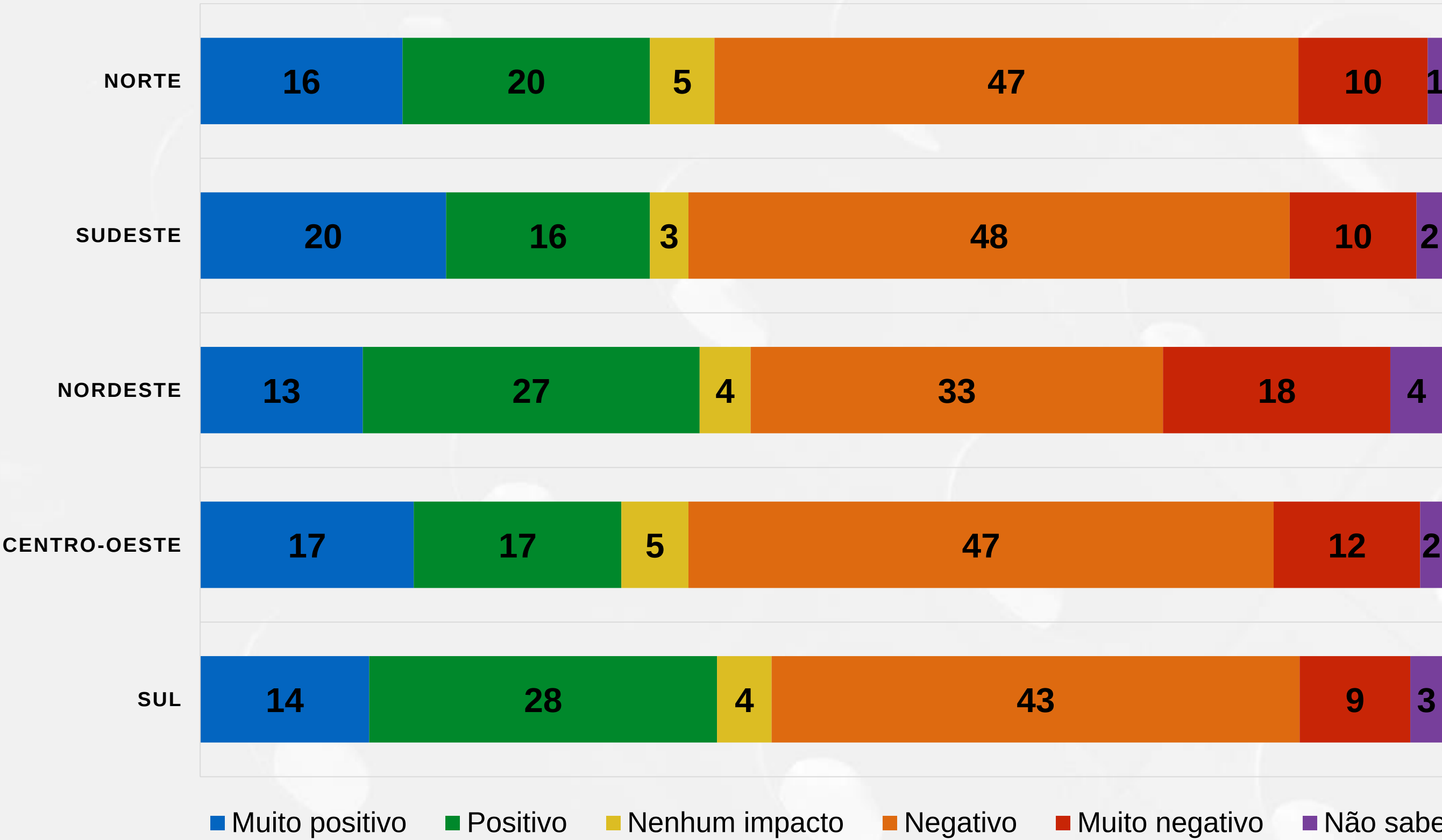
ESTIMULADA (% TOP 2 BOX)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

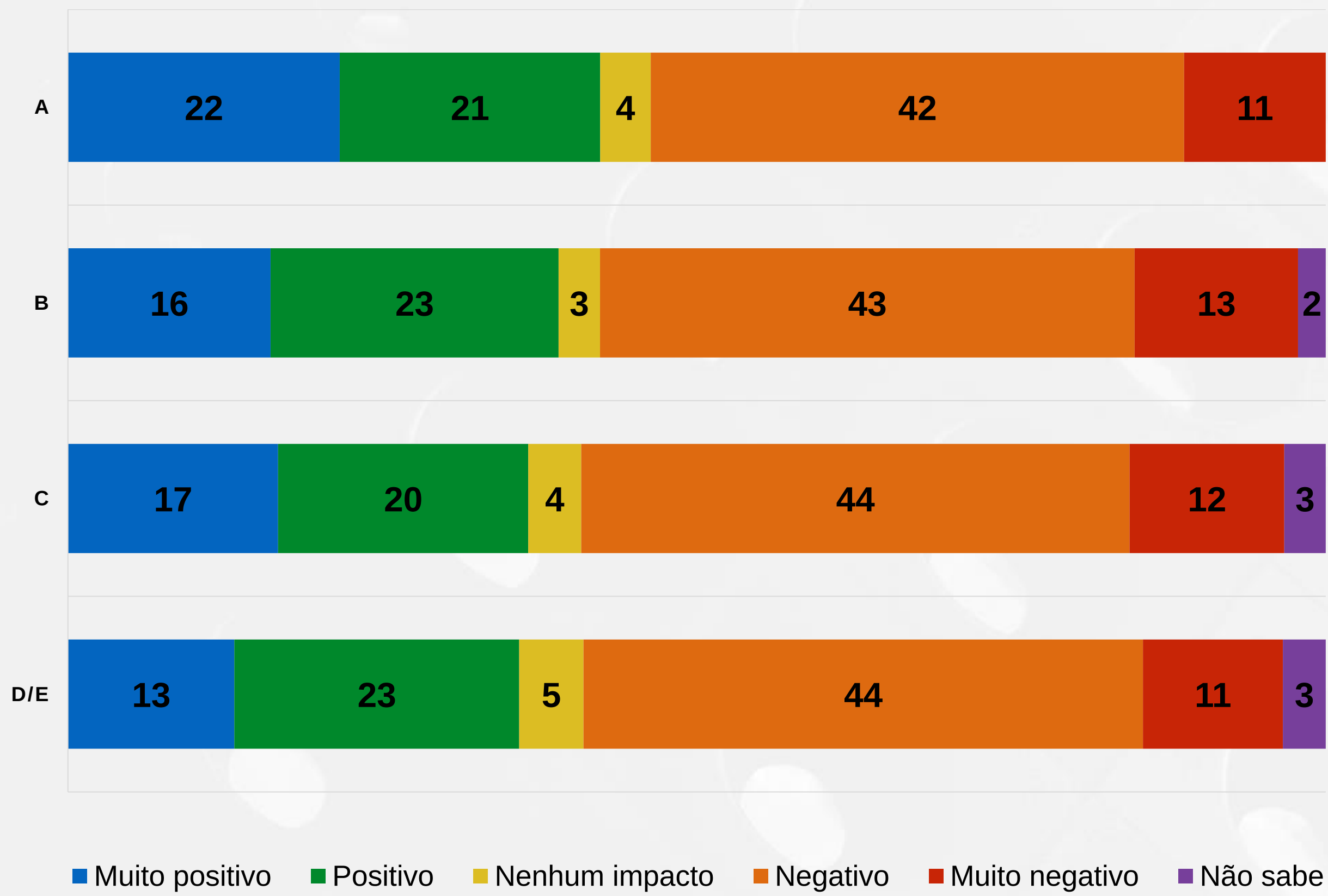
NA ECONOMIA BRASILEIRA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS – CLASSE SOCIAL

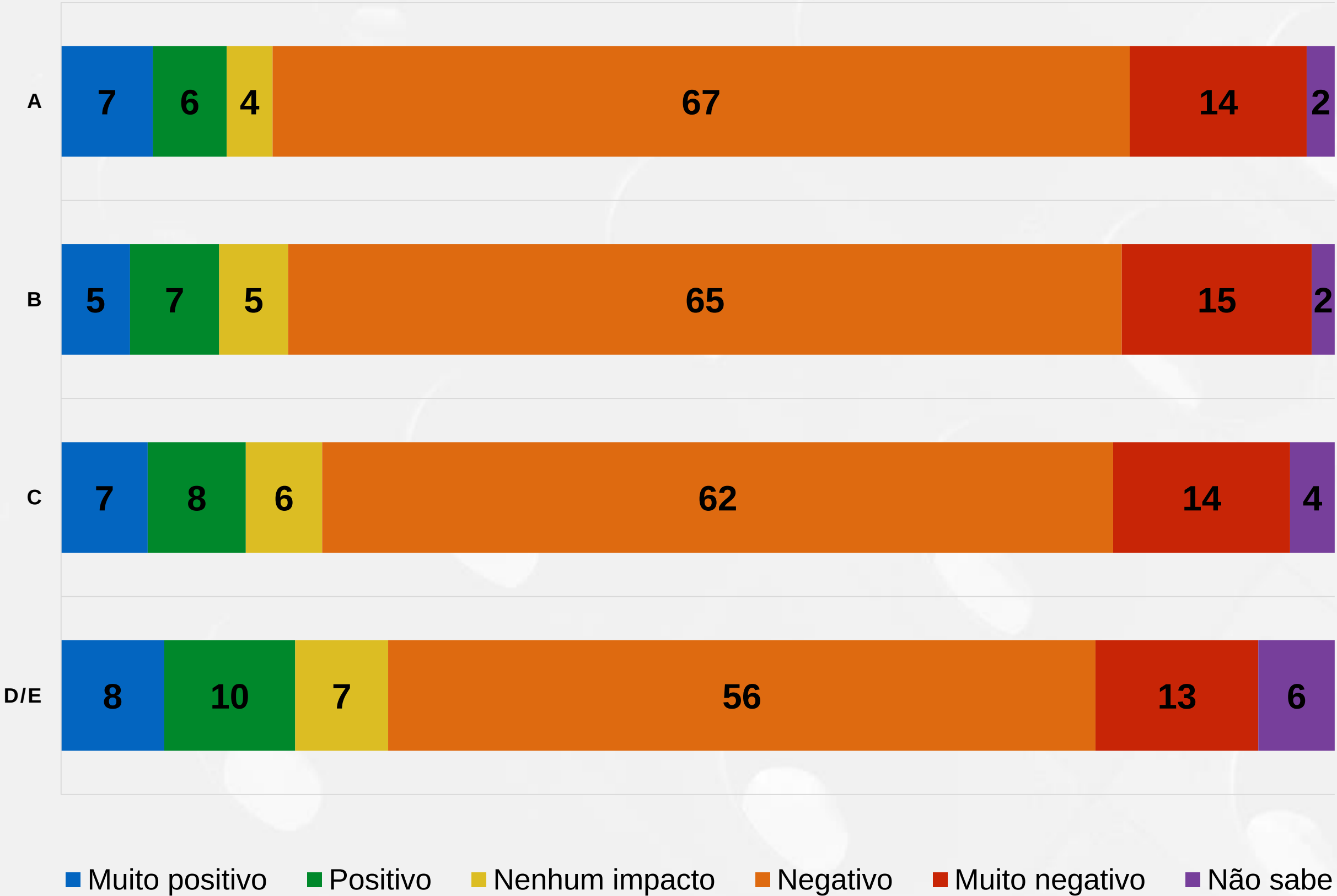
NA ECONOMIA BRASILEIRA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS – CLASSE SOCIAL

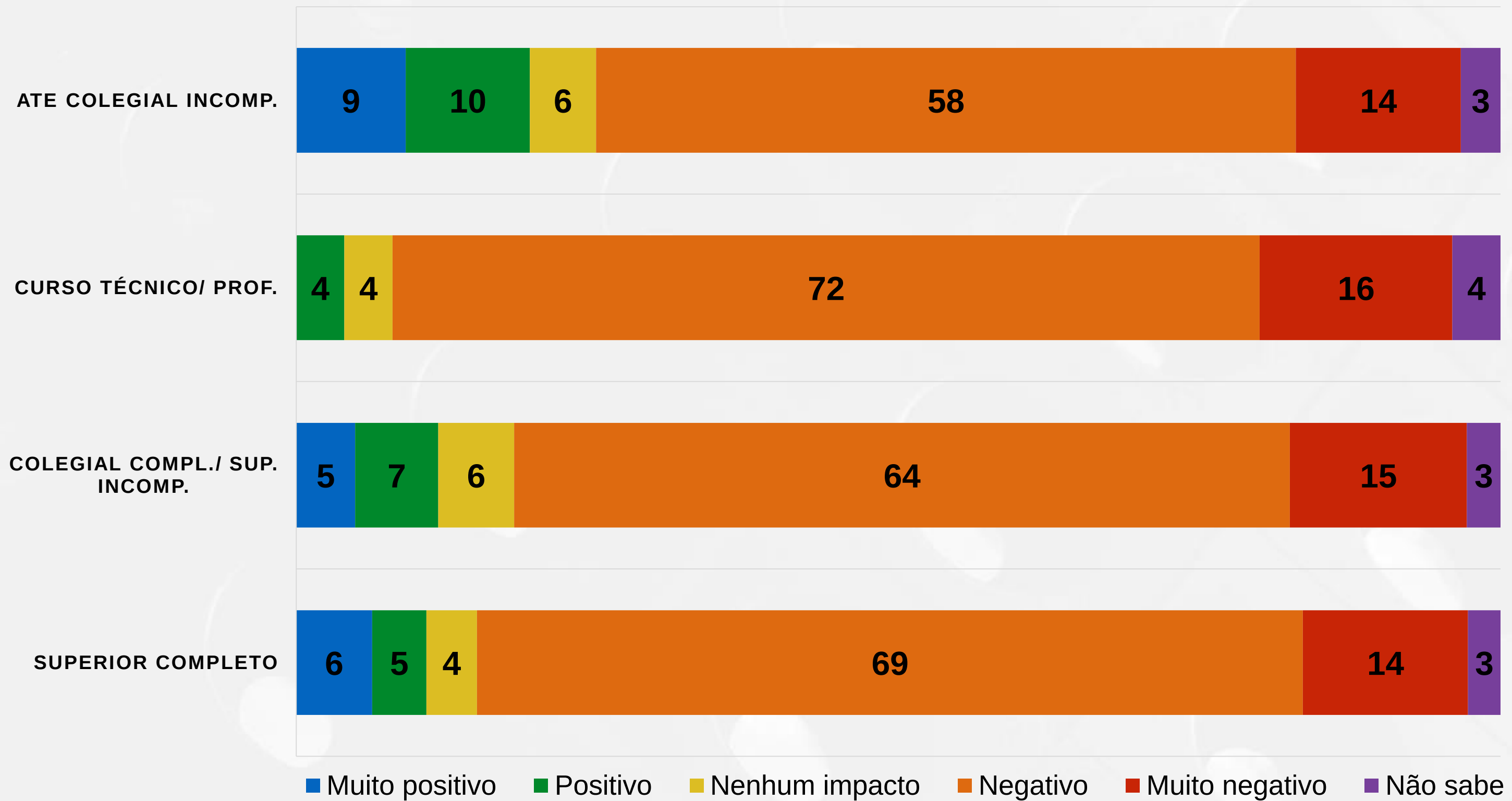
QUALIDADE DA ÁGUA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas



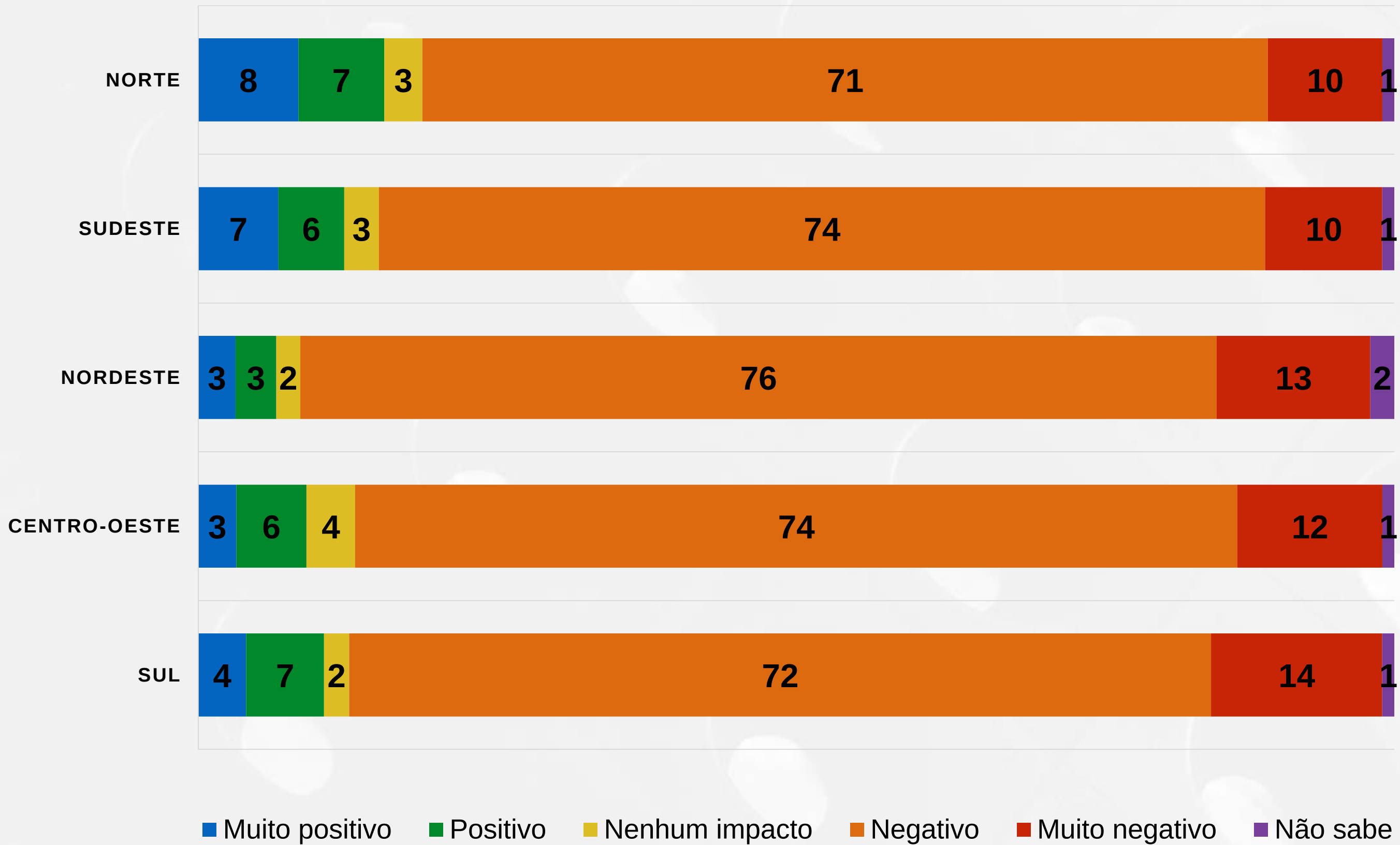
QUALIDADE DA ÁGUA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

NA QUALIDADE DO AR (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - ESCOLARIDADE

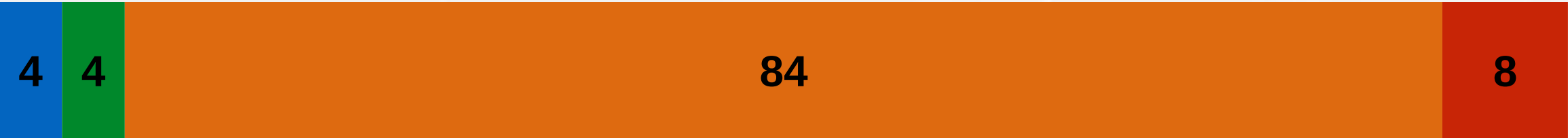
NA QUALIDADE DO AR (%)



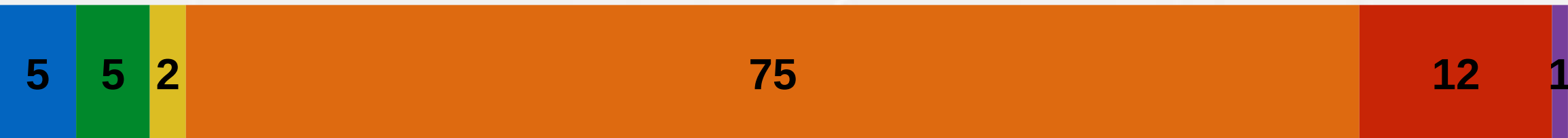
ATE COLEGIAL INCOMP.



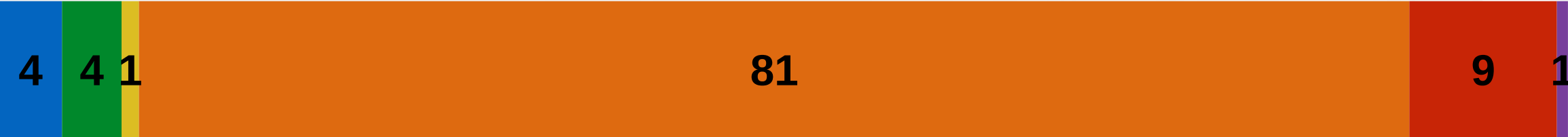
CURSO TÉCNICO/ PROF.



COLEGIAL COMPL./ SUP. INCOMP.



SUPERIOR COMPLETO

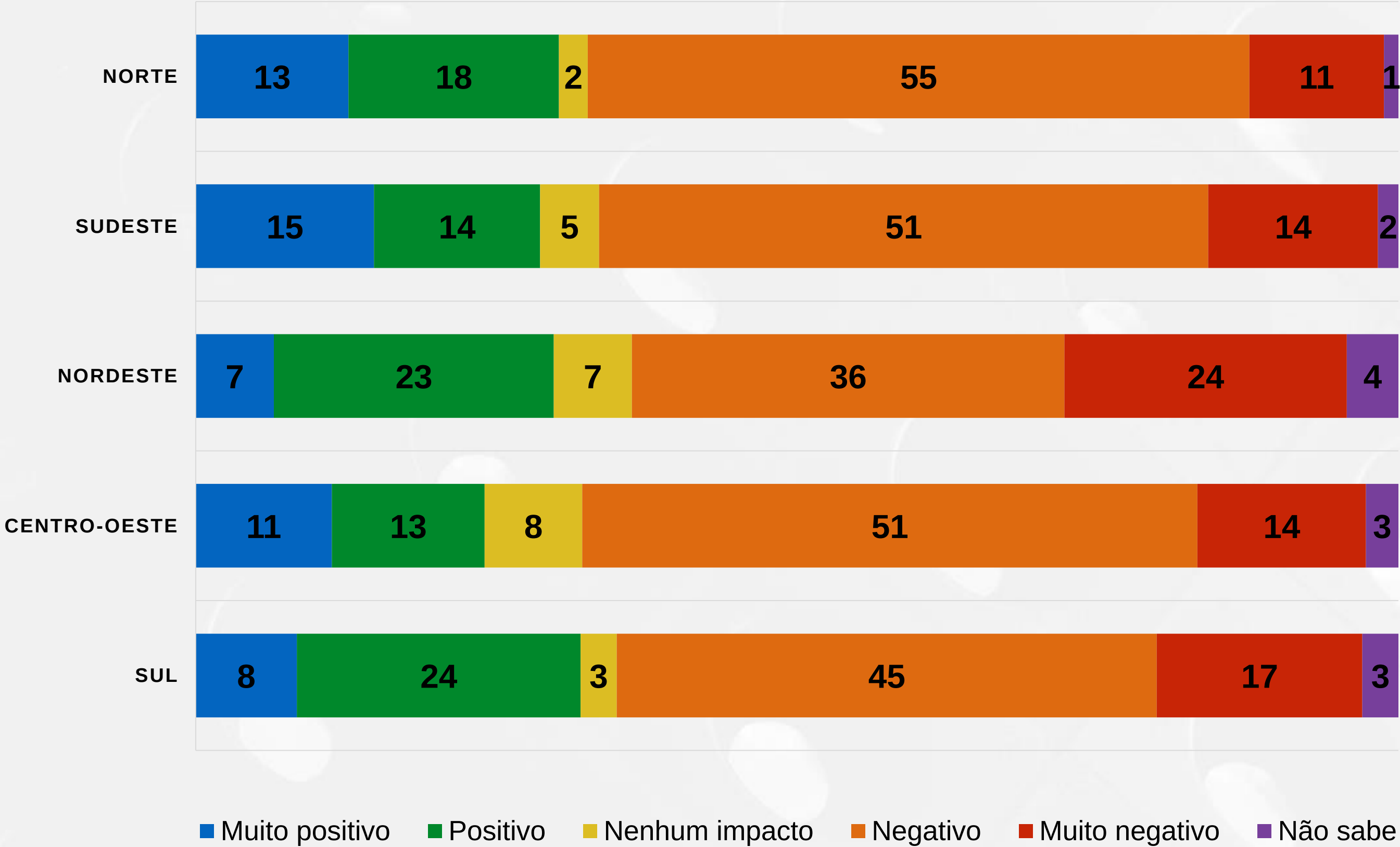


■ Muito positivo ■ Positivo ■ Nenhum impacto ■ Negativo ■ Muito negativo ■ Não sabe

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

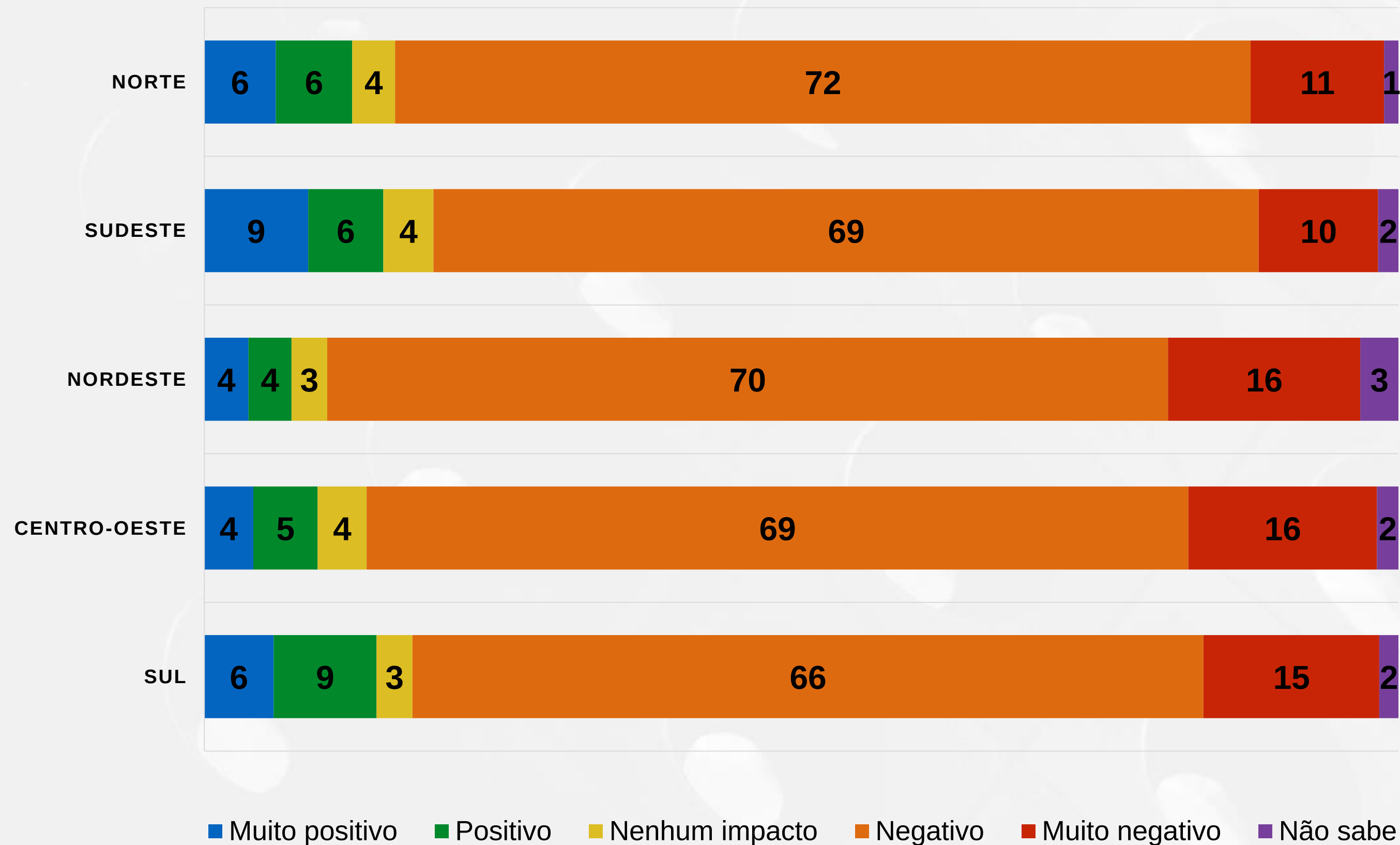
NO SISTEMA DE TRANSPORTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

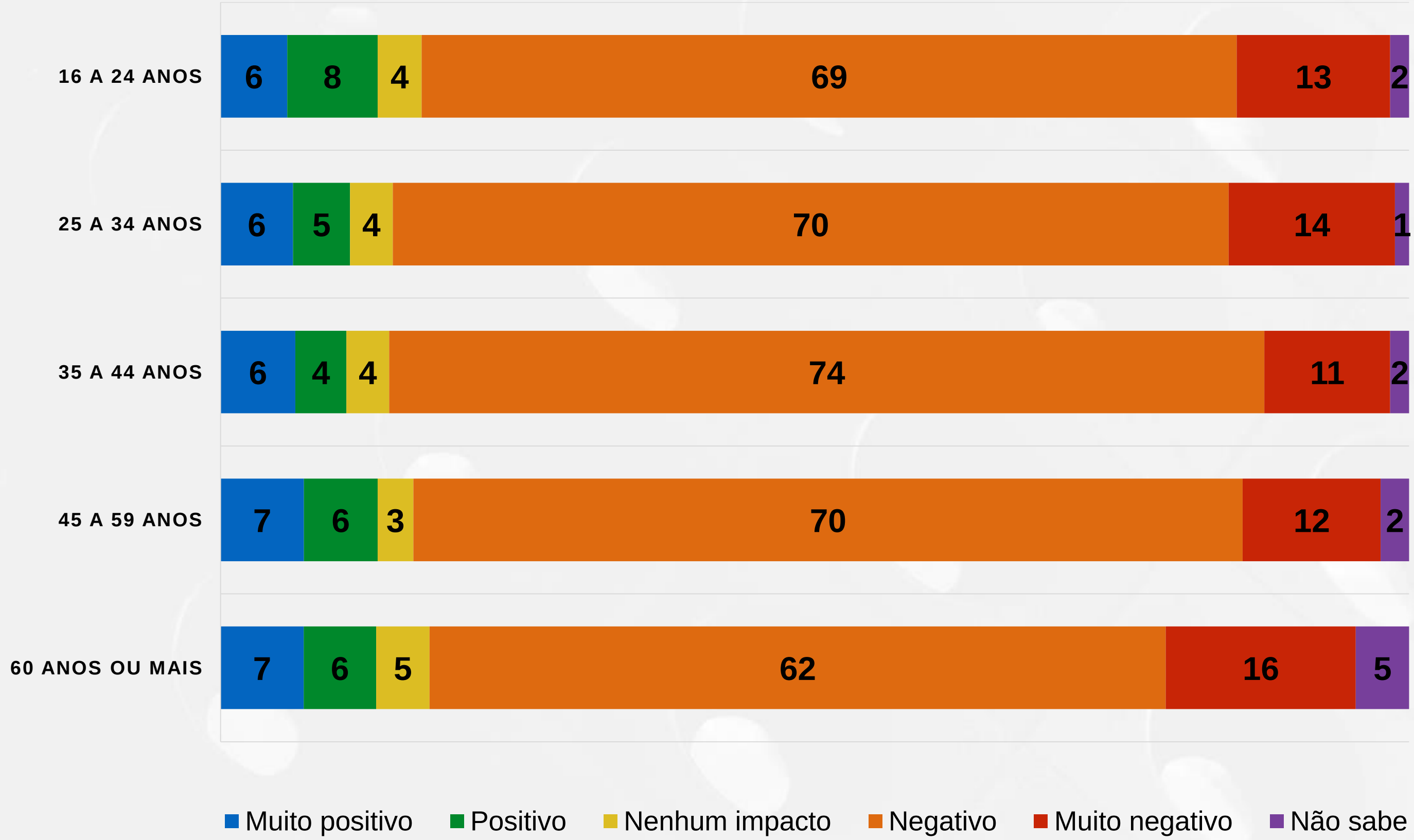
NAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - IDADE

NAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS (%)



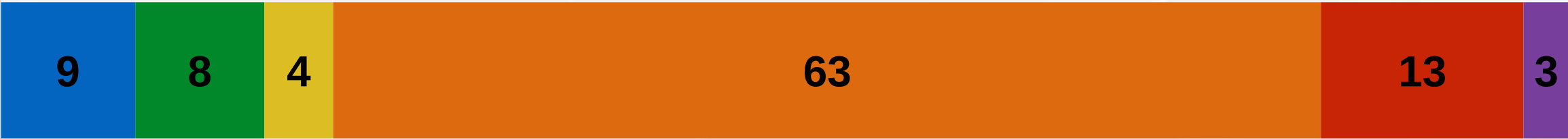
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS - ESCOLARIDADE

NAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS (%)



ATE COLEGIAL INCOMP.



CURSO TÉCNICO/ PROF.



COLEGIAL COMPL./ SUP. INCOMP.



SUPERIOR COMPLETO



Muito positivo Positivo Nenhum impacto Negativo Muito negativo Não sabe

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS

- ✓ Os combustíveis causam mais impactos negativos que positivos, em todos os quesitos avaliados.
- ✓ Na qualidade do ar: 85% dos entrevistados acham que o impacto é negativo.
- ✓ Na mudança climática: 82% avaliam que o impacto dos combustíveis é negativo.
- ✓ Na qualidade da água: 77% também avaliam como negativo.
- ✓ Na situação financeira pessoal: impacto negativo para 69% dos respondentes.
- ✓ No sistema de transporte: 63% consideram negativo e 16% como positivo.
- ✓ Na economia brasileira: a maioria ainda avalia que o impacto é negativo (55%), mas 38% o consideram positivo.

IMPACTO DOS COMBUSTÍVEIS

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

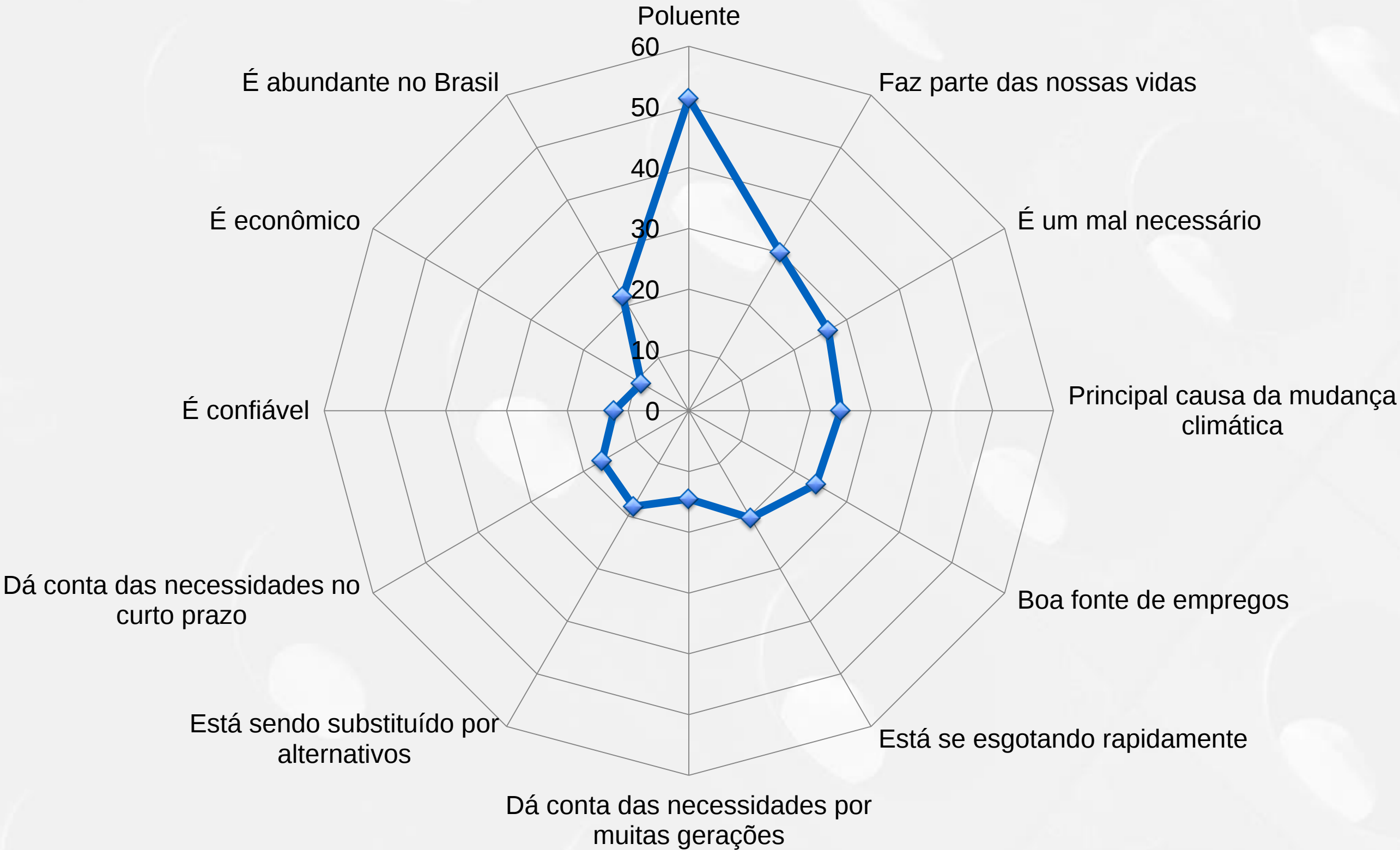
- ✓ Os impactos do uso dos combustíveis também apresentou diferenças significativas, para alguns itens, entre as regiões, classes sociais, faixas etárias e escolaridade, assim:
- ✓ A região Centro-oeste acha, mais do que as demais regiões, que o impacto dos combustíveis sobre a economia brasileira é negativo. Assim como as classes B e C.
- ✓ A qualidade da água é impactada negativamente com o uso dos combustíveis, principalmente para as pessoas da classe A e as pessoas com curso técnico.
- ✓ Para a região nordeste (quando comparada às demais regiões) e para as pessoas com ensino superior completo (se comparados aos demais níveis de escolaridade), a qualidade do ar é impactada negativamente com o uso dos combustíveis.
- ✓ Para as pessoas da região Norte o sistema de transporte é mais negativamente impactado, do que as avaliações das pessoas das outras regiões.
- ✓ As mudanças climáticas sofrem maior impacto negativo com o uso dos combustíveis para as pessoas residentes na região Norte, pessoas de 35 a 44 anos de idade e pessoas com curso técnico e superior completo.

Percepções sobre os Combustíveis Fósseis

PERCEPÇÕES SOBRE OS COMBUSTÍVEIS

BRASIL ESTIMULADA (%)

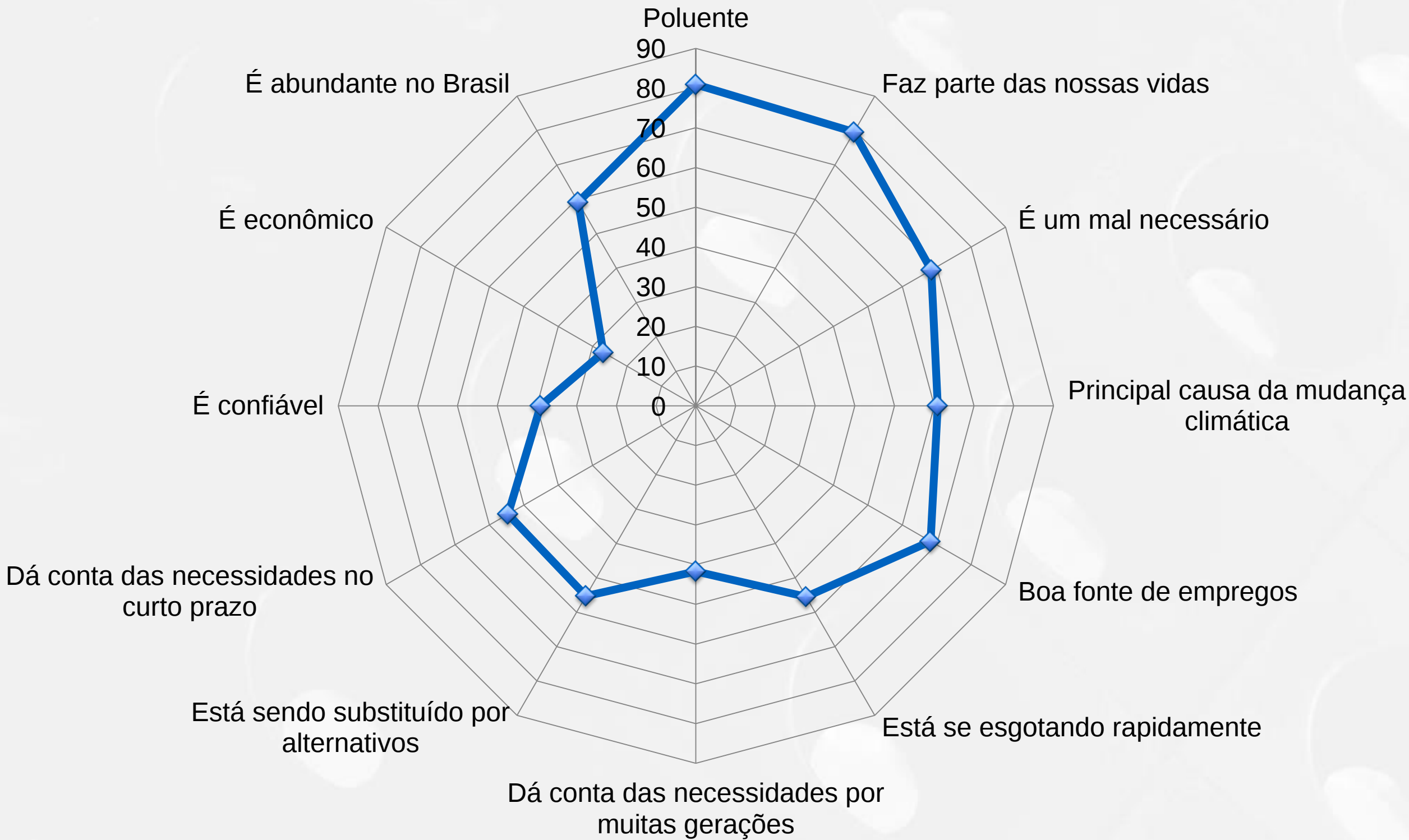
DESCREVE MUITO BEM



PERCEPÇÕES SOBRE OS COMBUSTÍVEIS

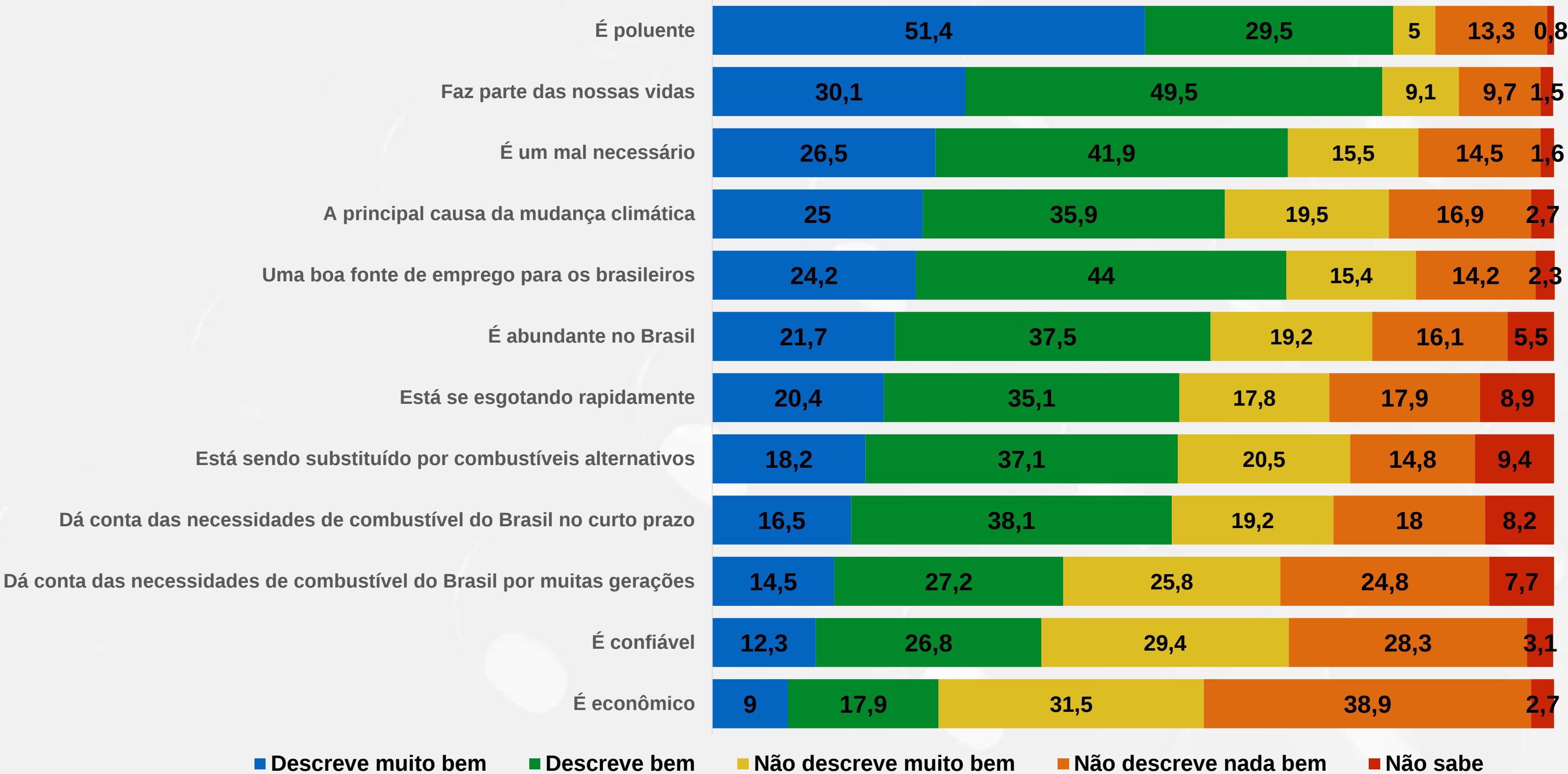
BRASIL ESTIMULADA (% TOP 2 BOX)

DESCREVE BEM



PERCEPÇÕES SOBRE COMBUSTÍVEIS

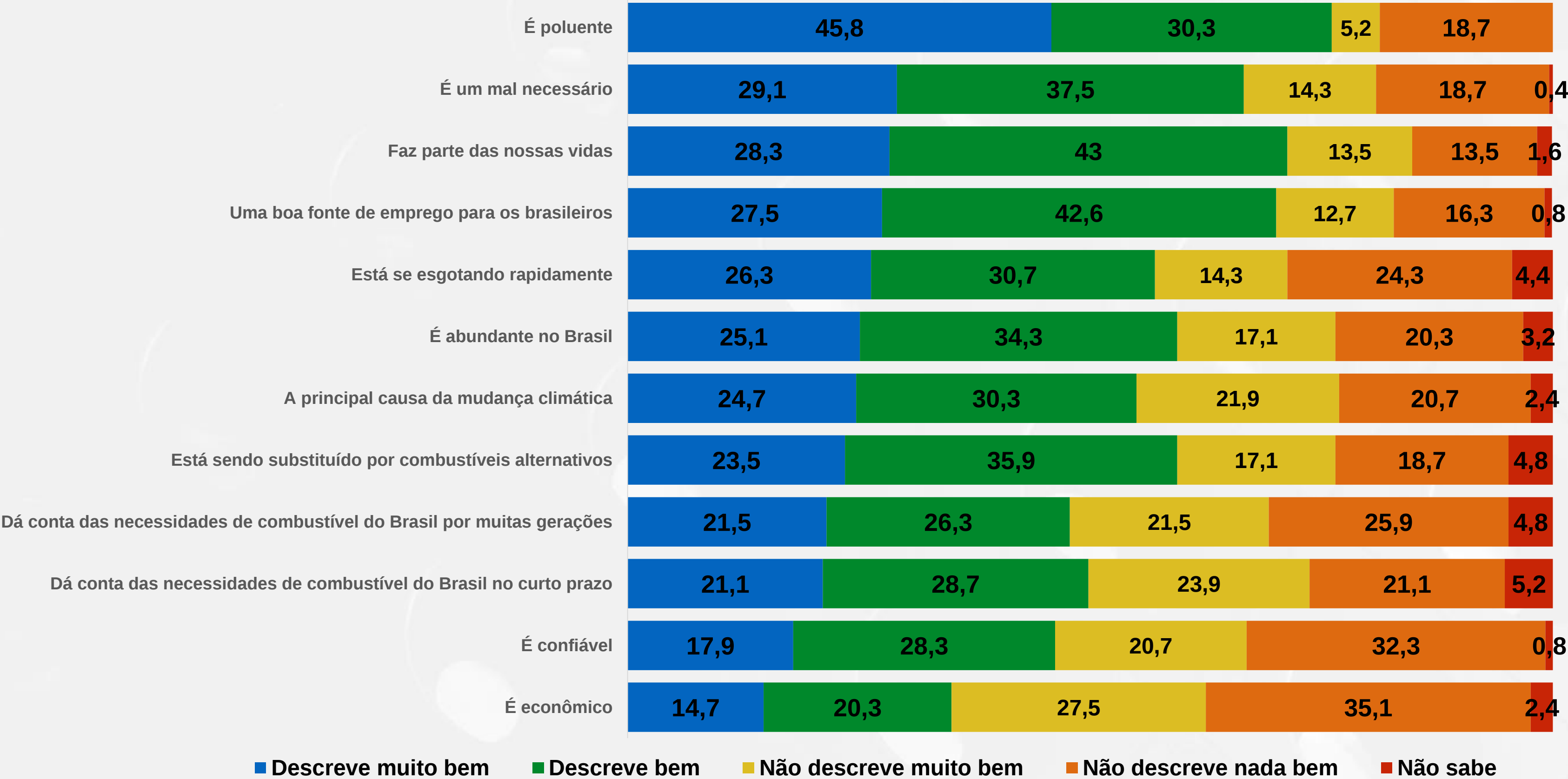
ESTIMULADA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS

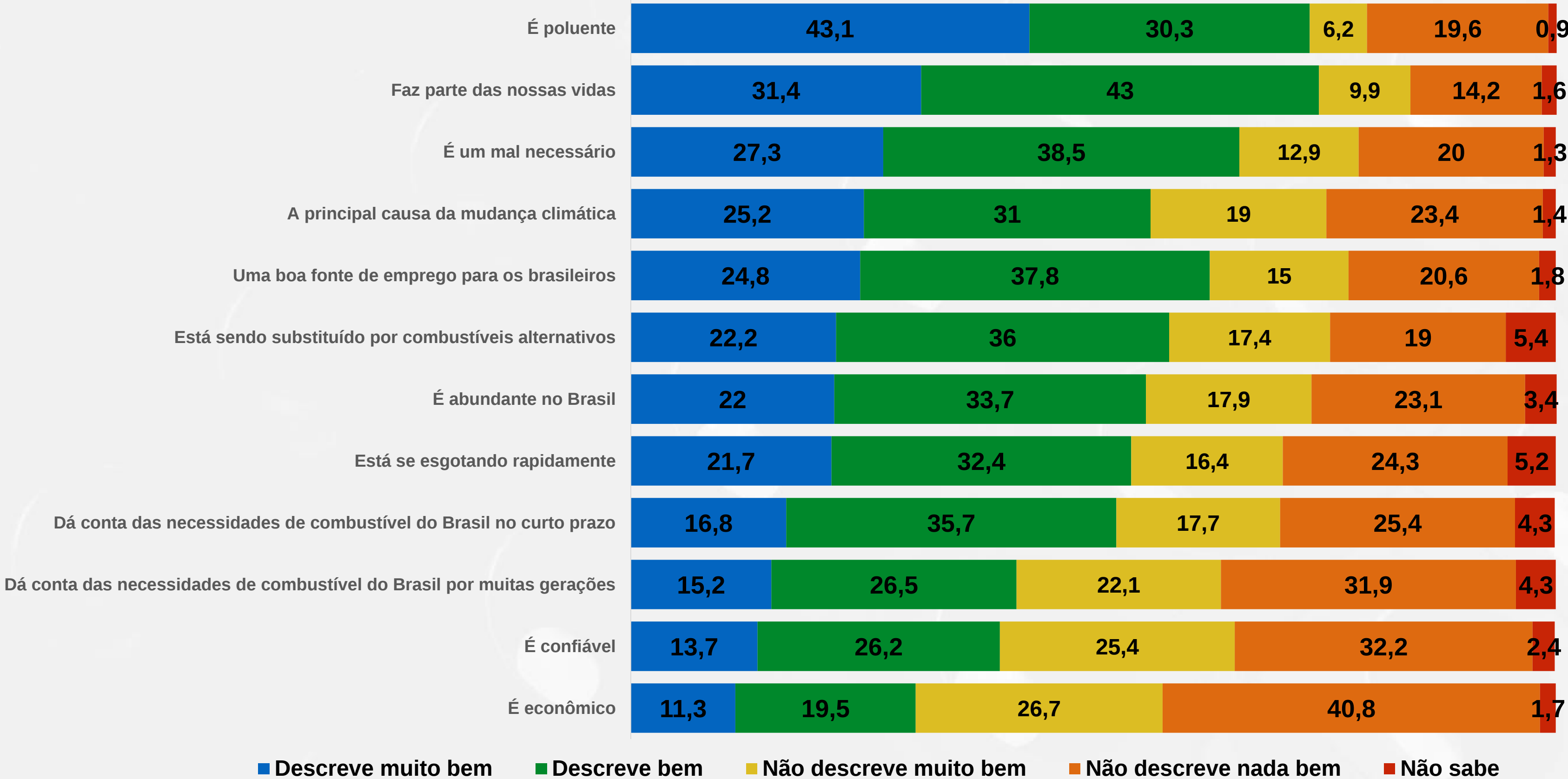
REGIÃO NORTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Norte= 251 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS

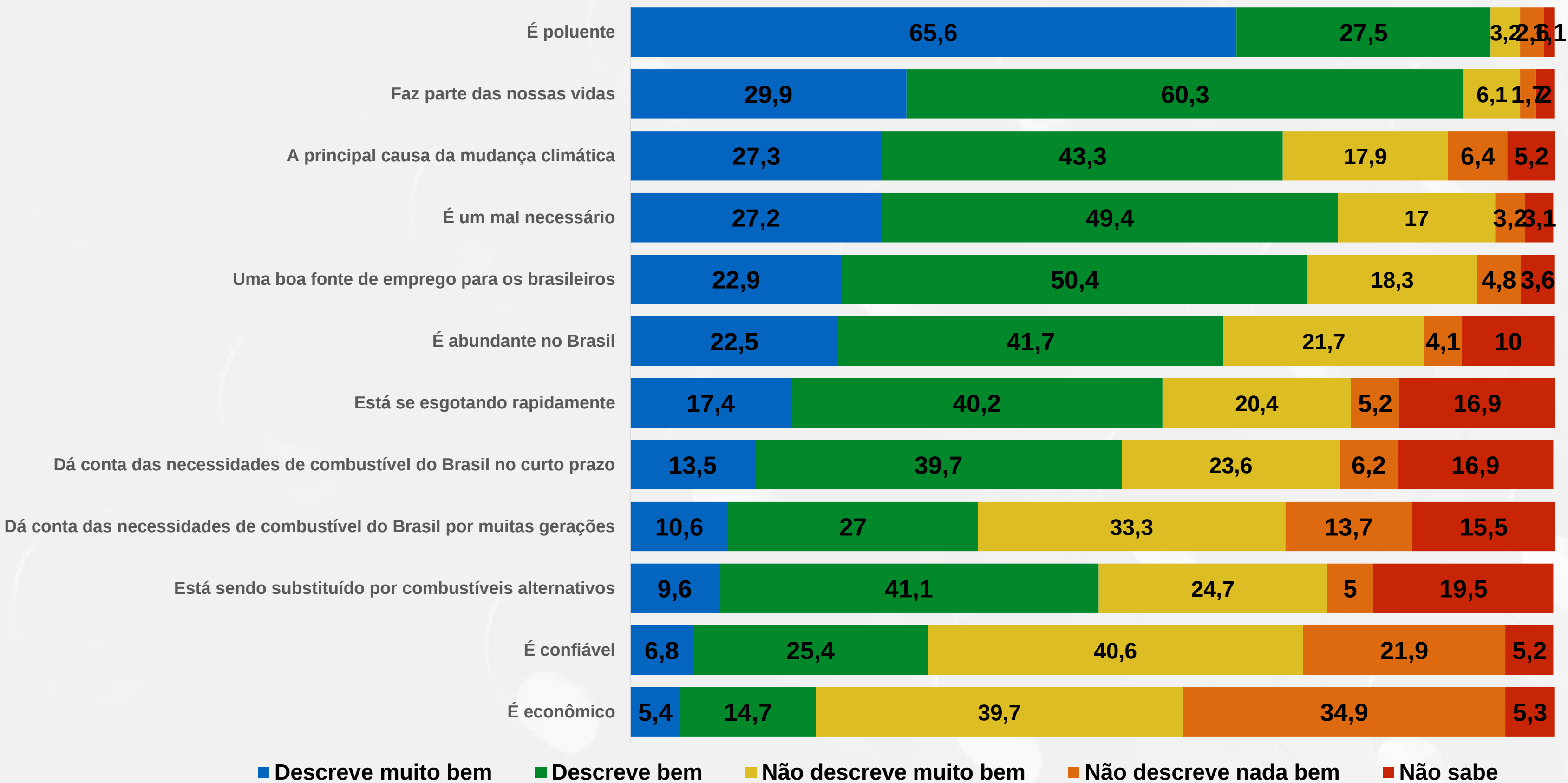
REGIÃO SUDESTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Sudeste = 1266 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS

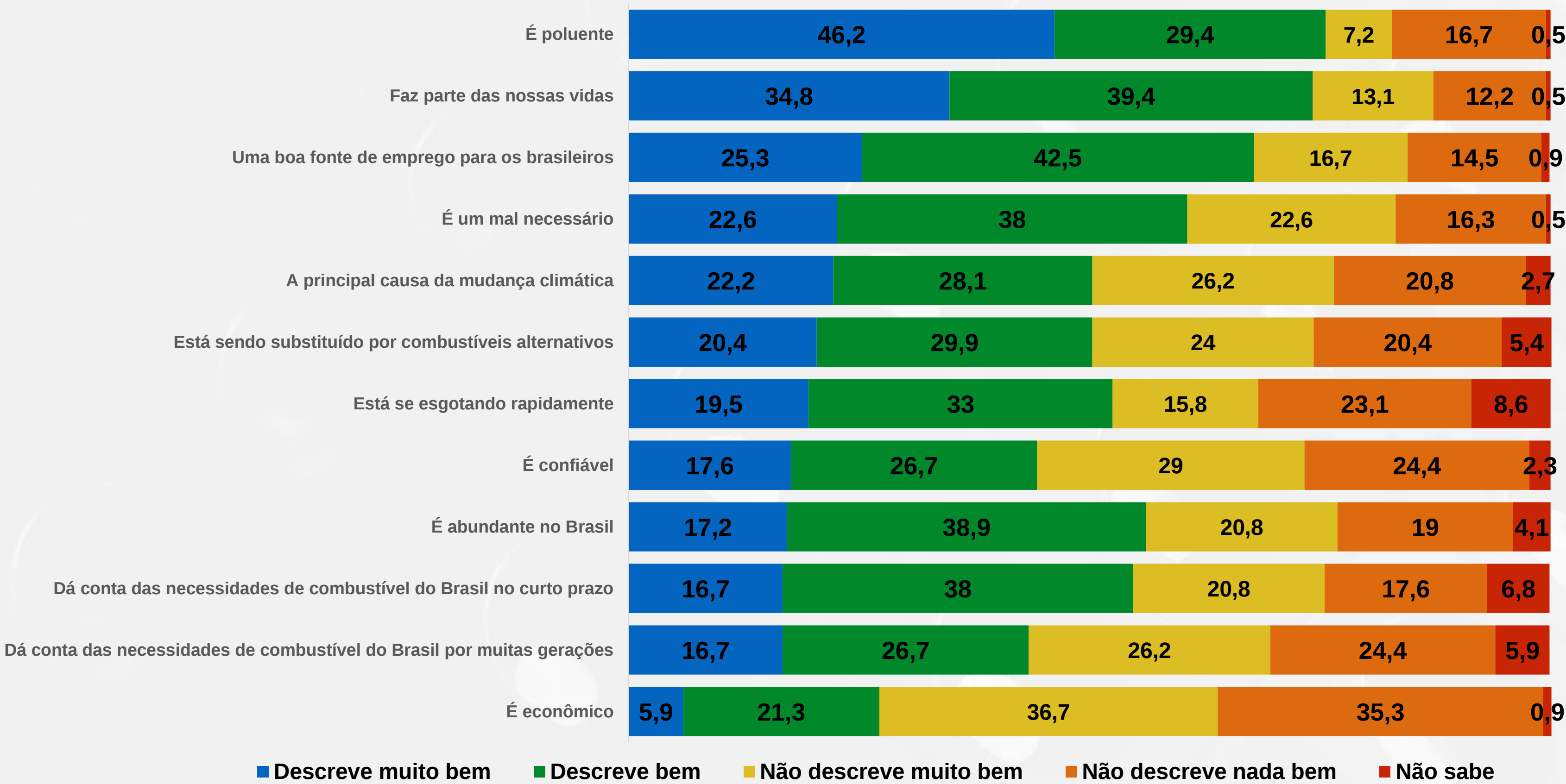
REGIÃO NORDESTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Nordeste = 834 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS

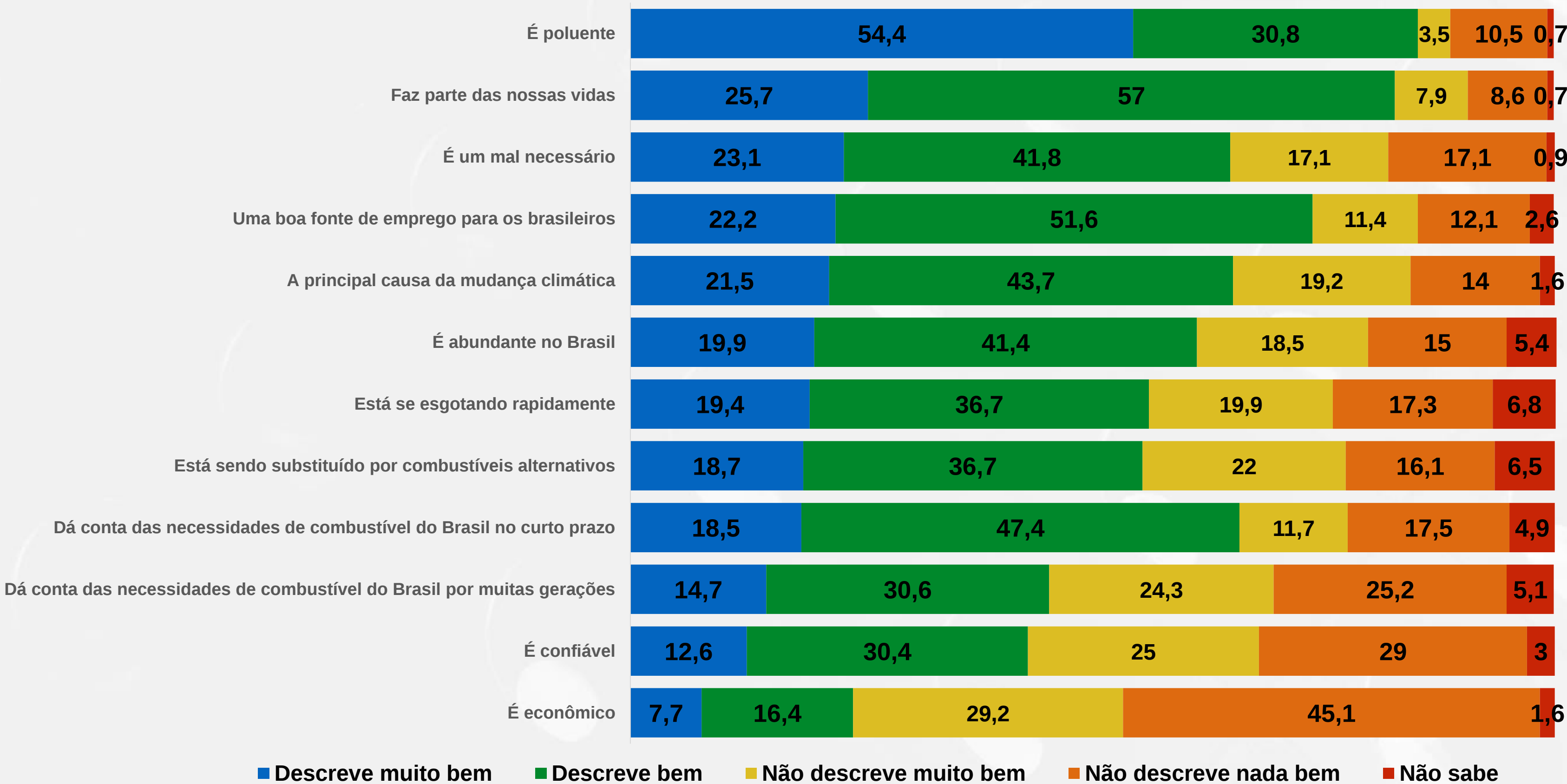
REGIÃO CENTRO-OESTE (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Centro-Oeste = 221 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS

REGIÃO SUL (%)

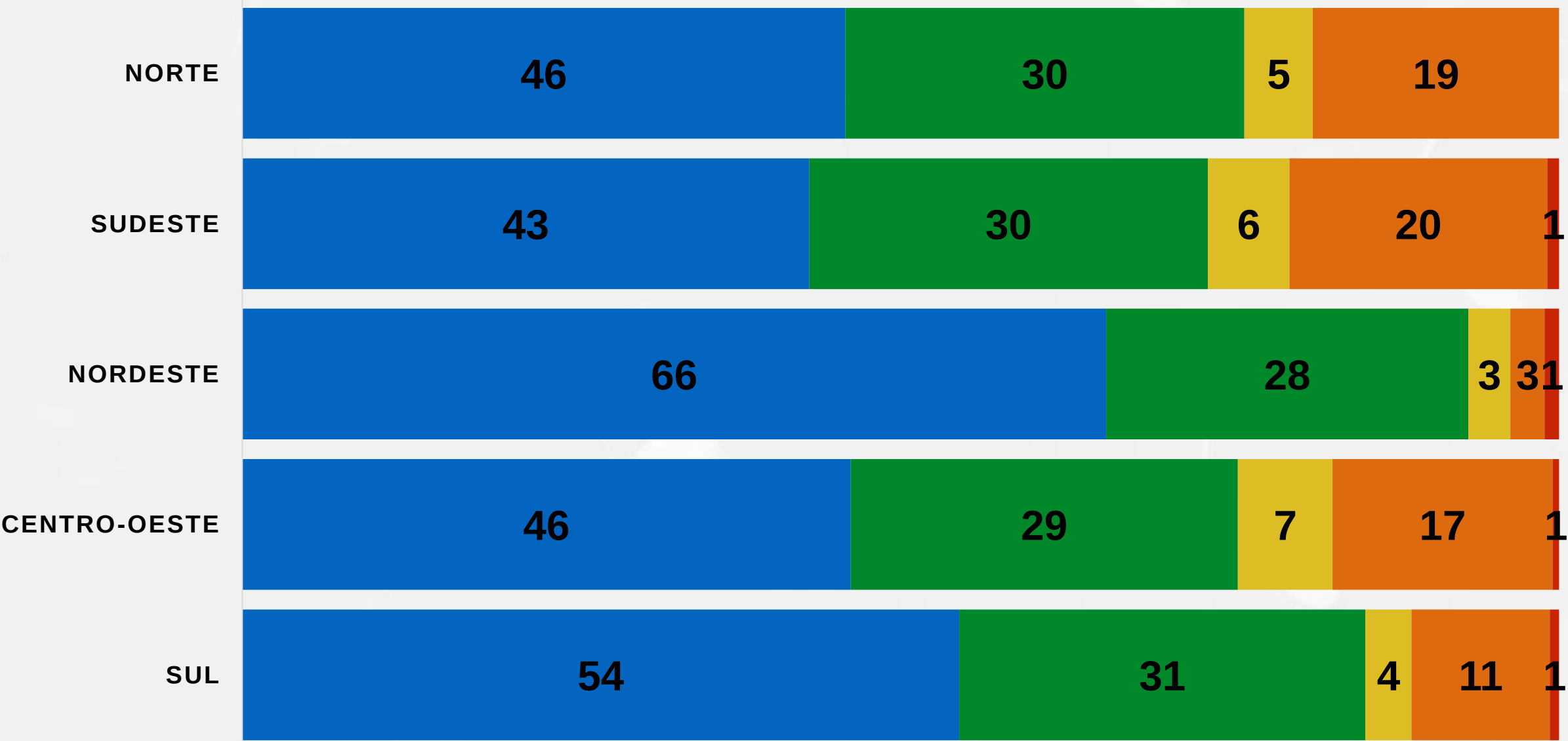


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Sul = 428 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

É POLUENTE (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

É UM MAL NECESSÁRIO (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe

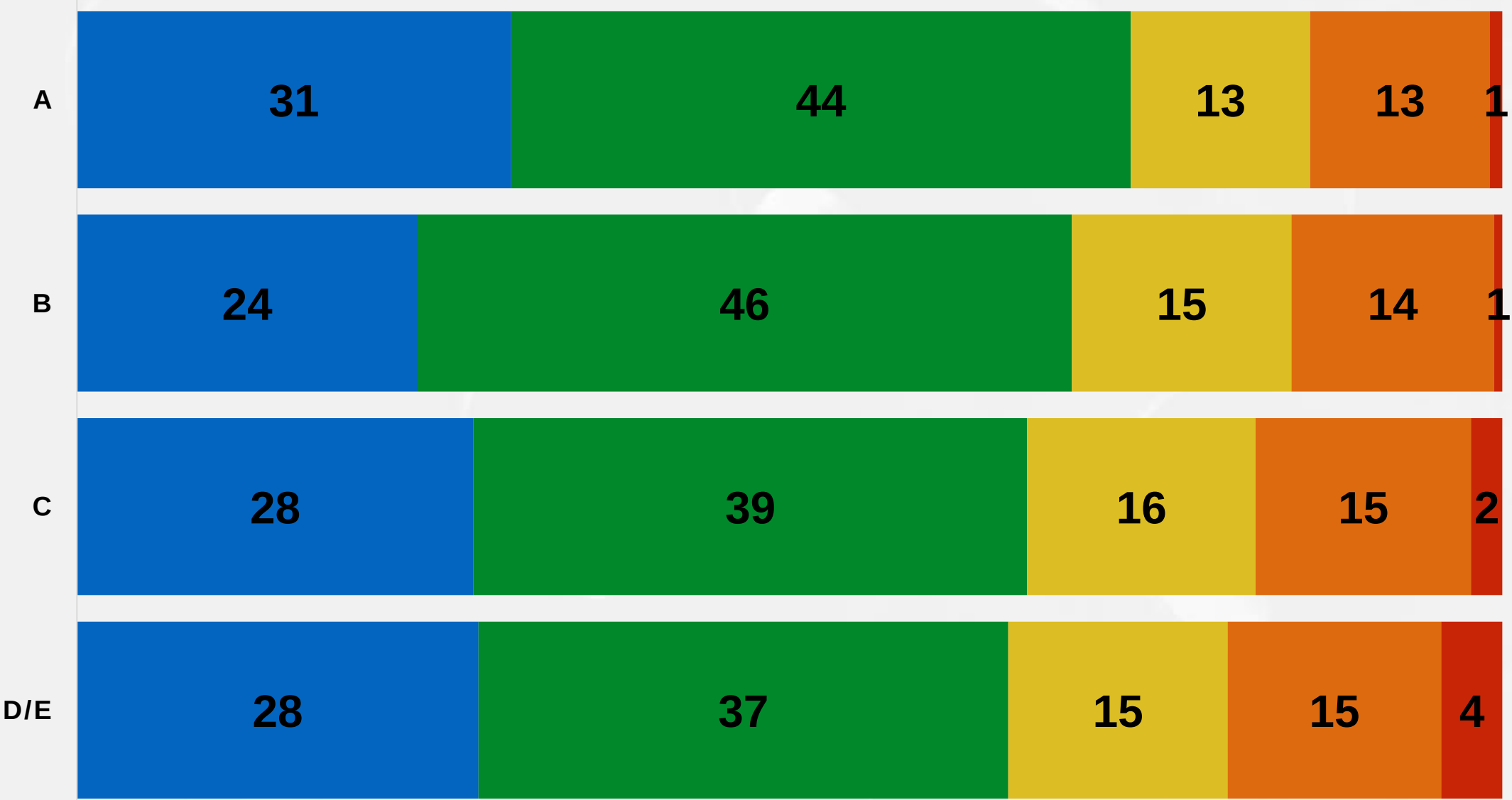


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS – CLASSE SOCIAL

É UM MAL NECESSÁRIO (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

A PRINCIPAL CAUSA DA MUDANÇA CLIMÁTICA (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - IDADE

A PRINCIPAL CAUSA DA MUDANÇA CLIMÁTICA (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

UMA BOA FONTE DE EMPREGO PARA OS BRASILEIROS (%)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

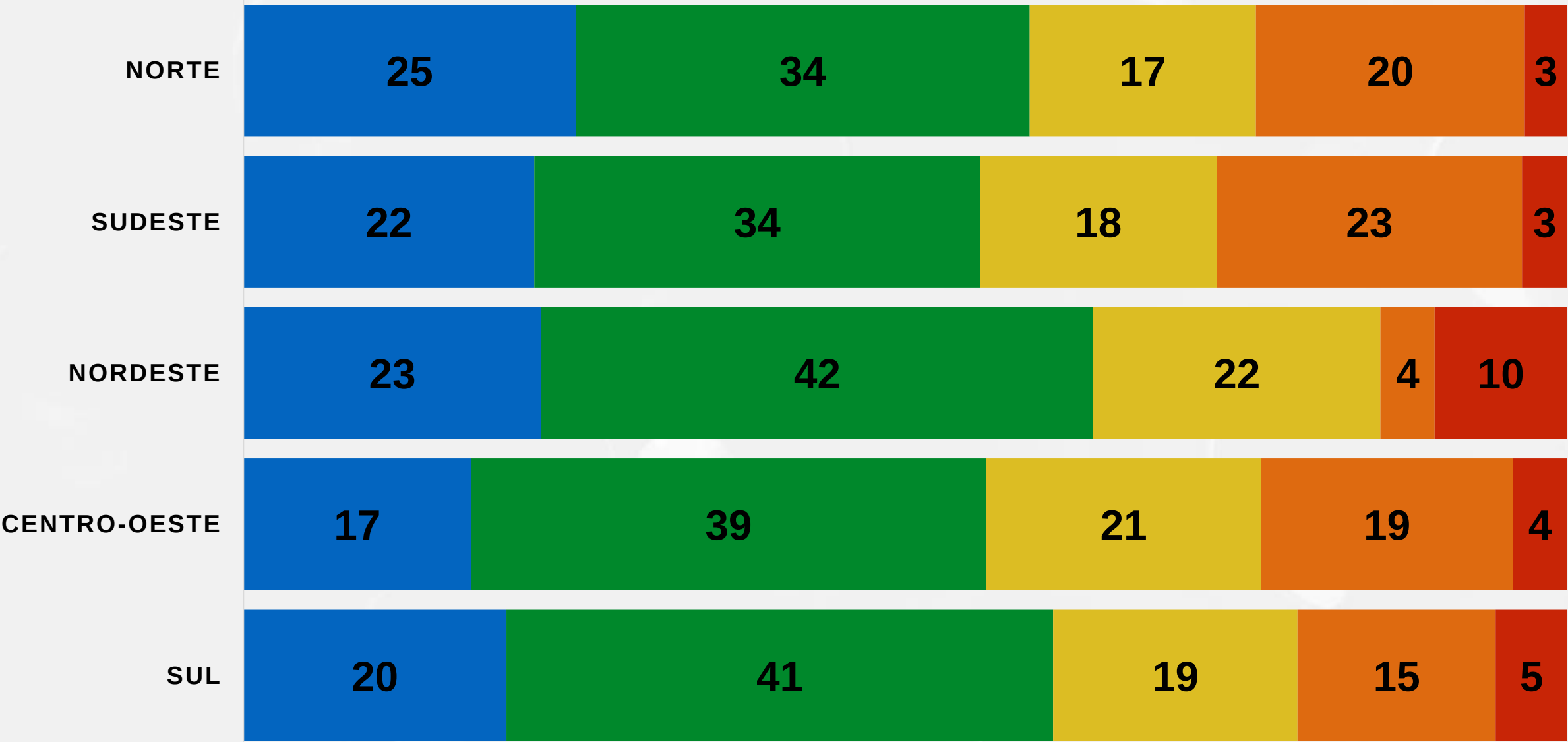


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

É ABUNDANTE NO BRASIL (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe

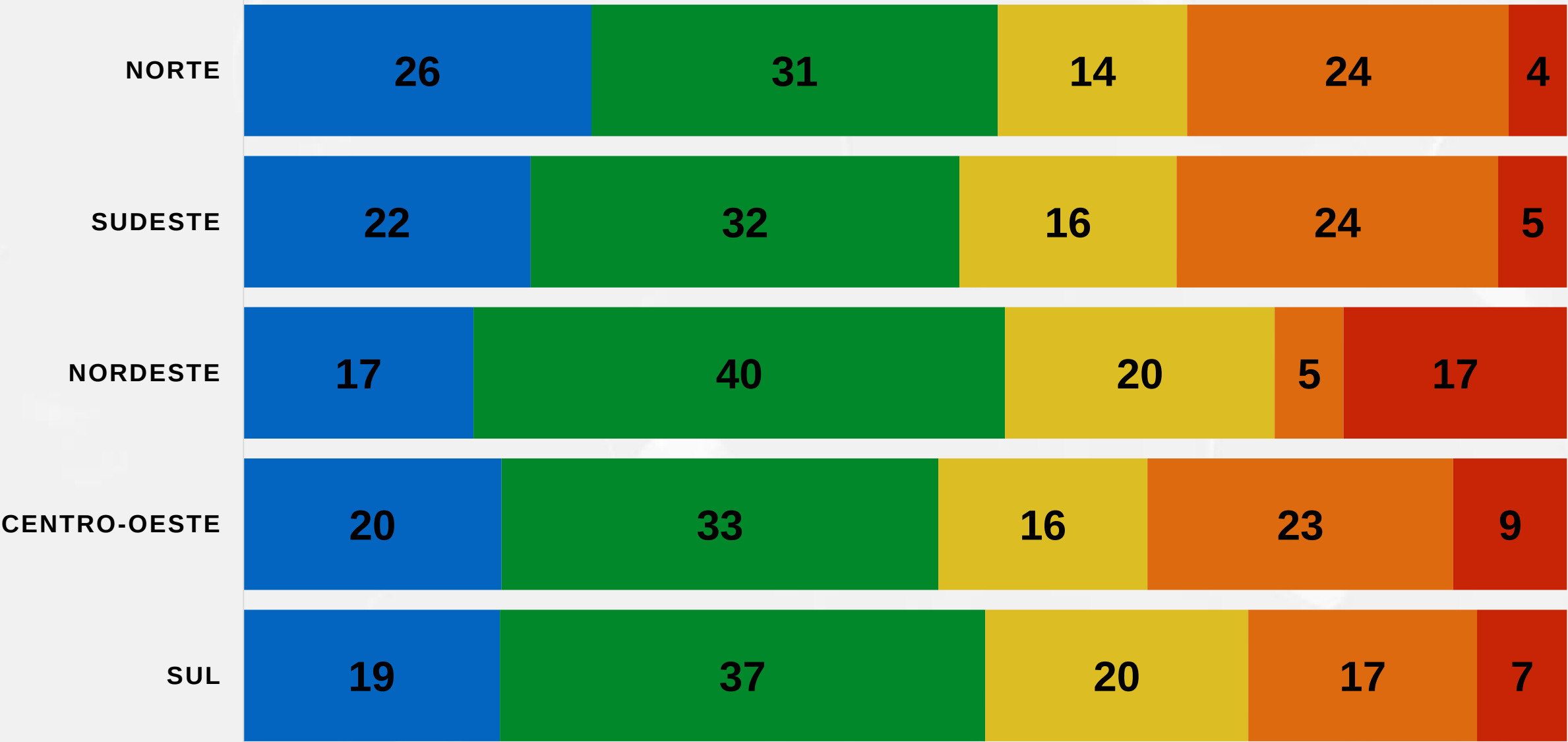


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

ESTÁ ESGOTANDO RAPIDAMENTE (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe

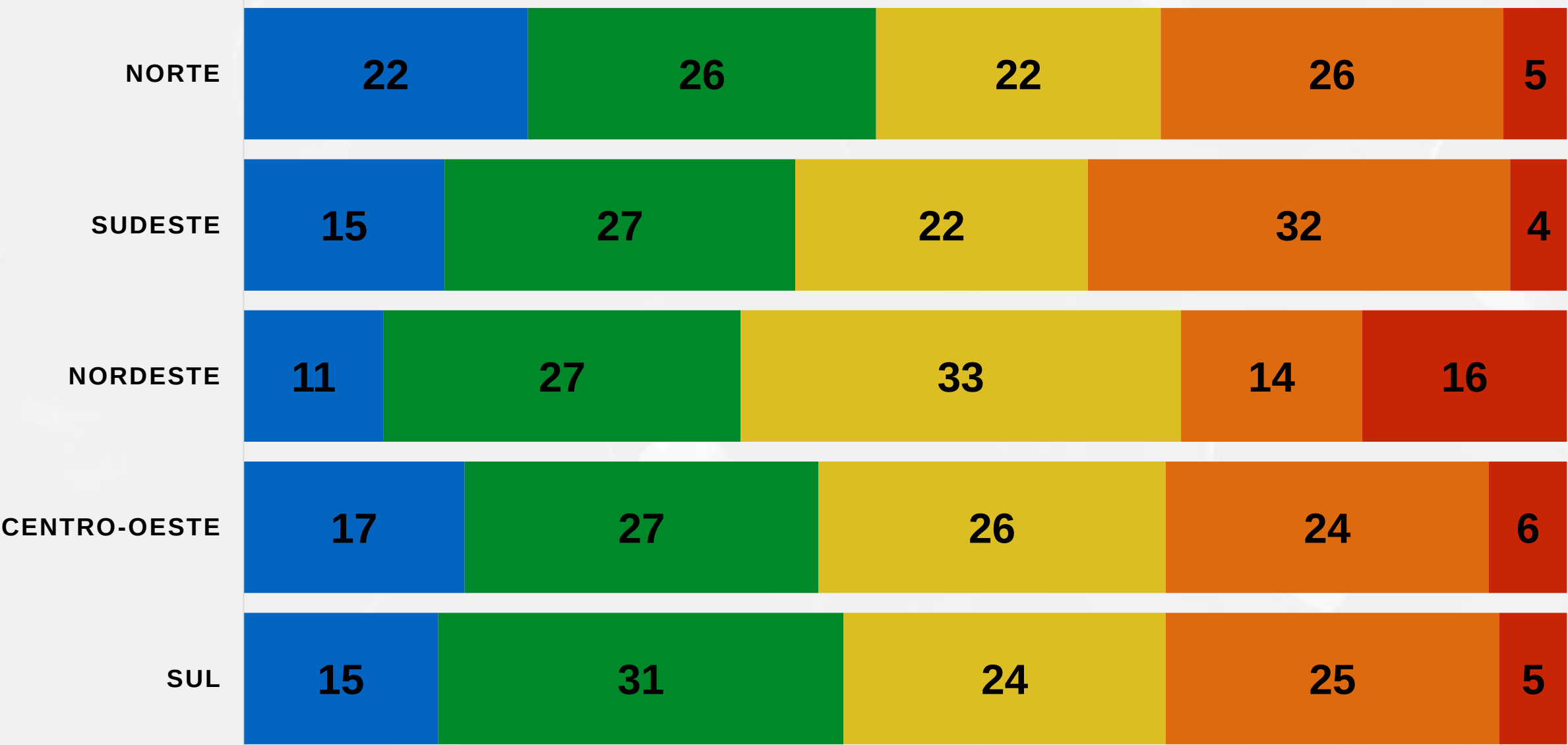


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

DÁ CONTA DAS NECESSIDADES DE COMBUSTÍVEL DO BRASIL NO LONGO PRAZO (%)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

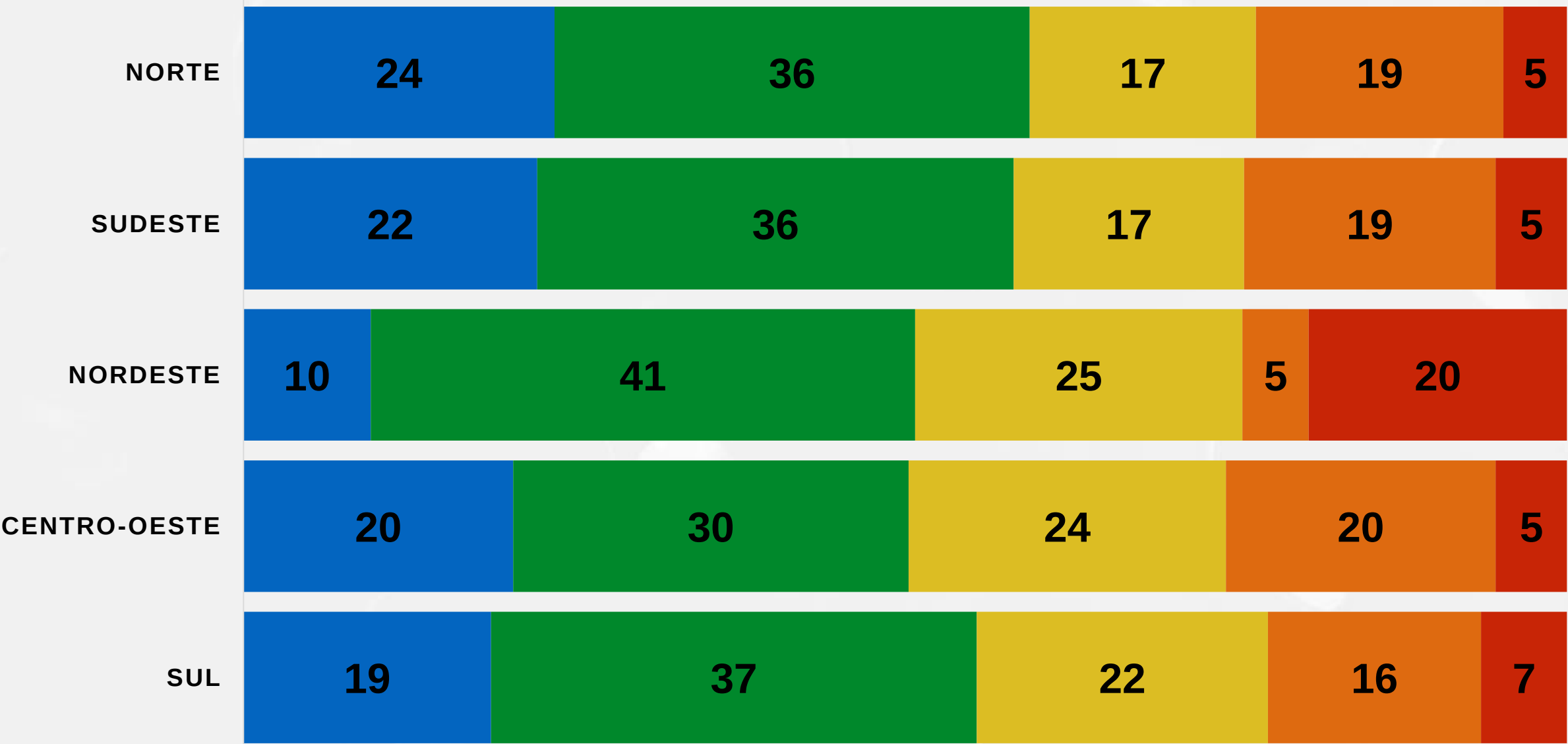


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

ESTÁ SENDO SUBSTITUÍDO POR
COMBUSTÍVEIS ALTERNATIVOS (%)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

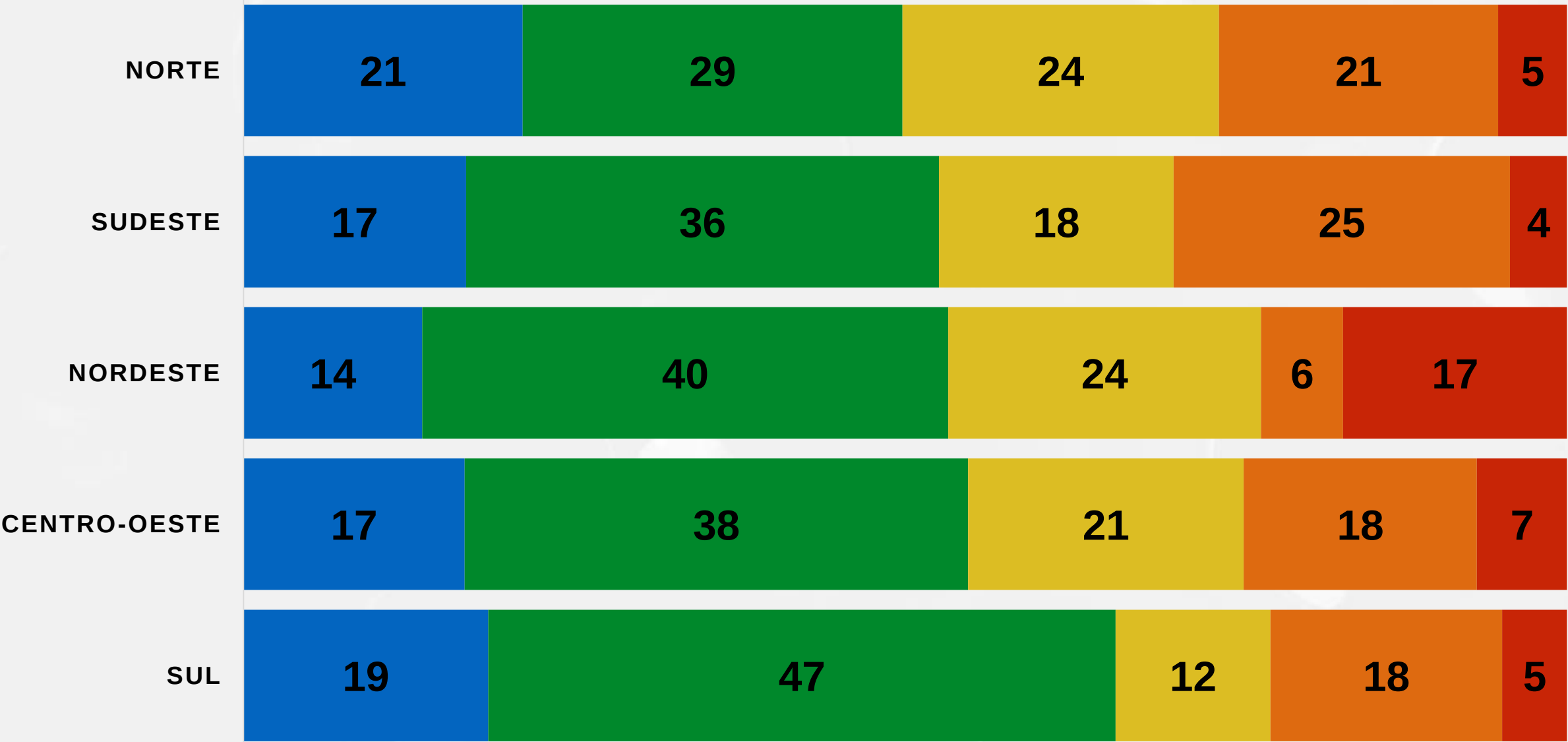


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

DÁ CONTA DAS NECESSIDADES DE COMBUSTÍVEL DO BRASIL NO CURTO PRAZO (%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe

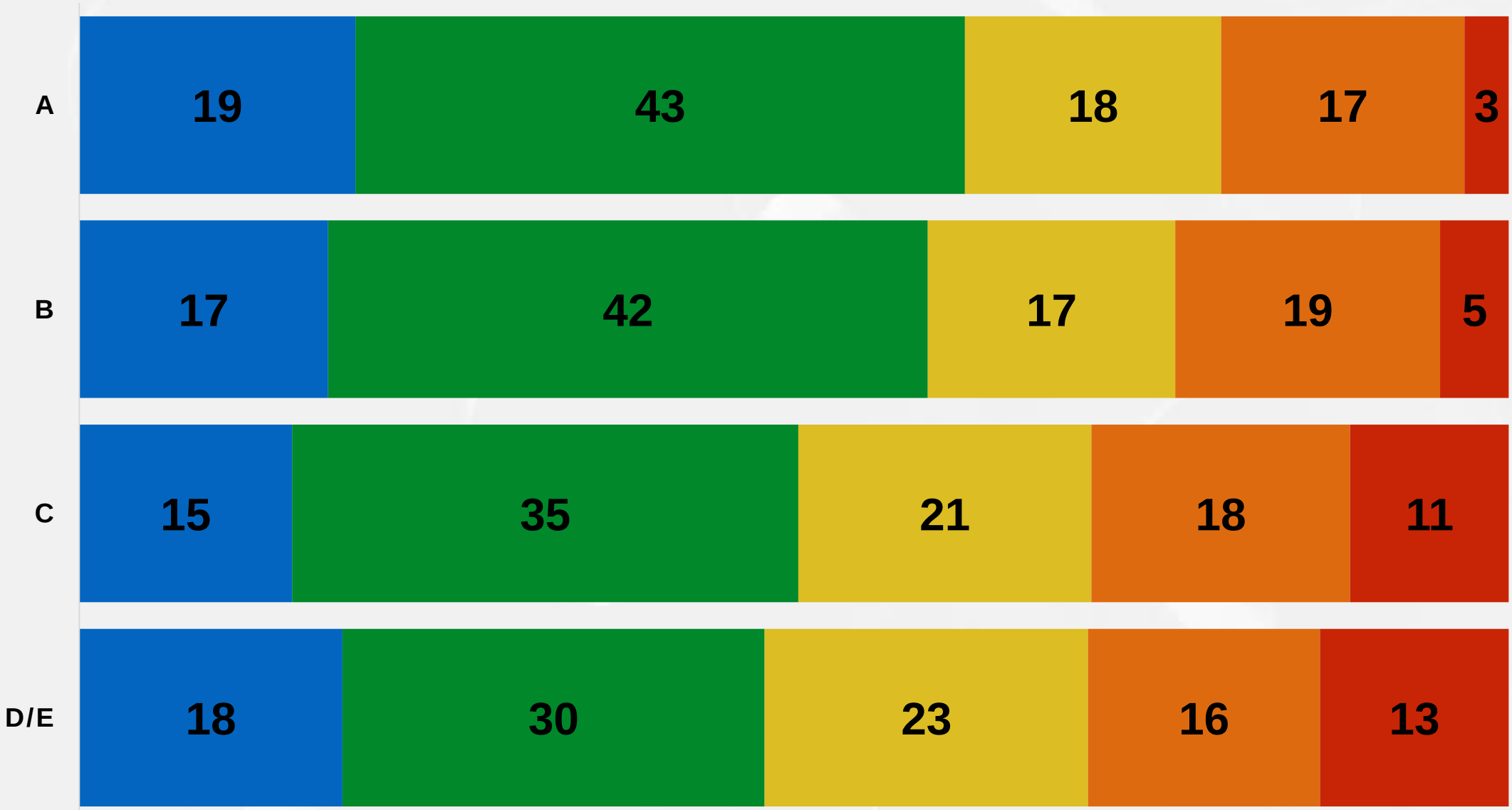


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

DÁ CONTA DAS NECESSIDADES DE COMBUSTÍVEL DO BRASIL NO CURTO PRAZO (%)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

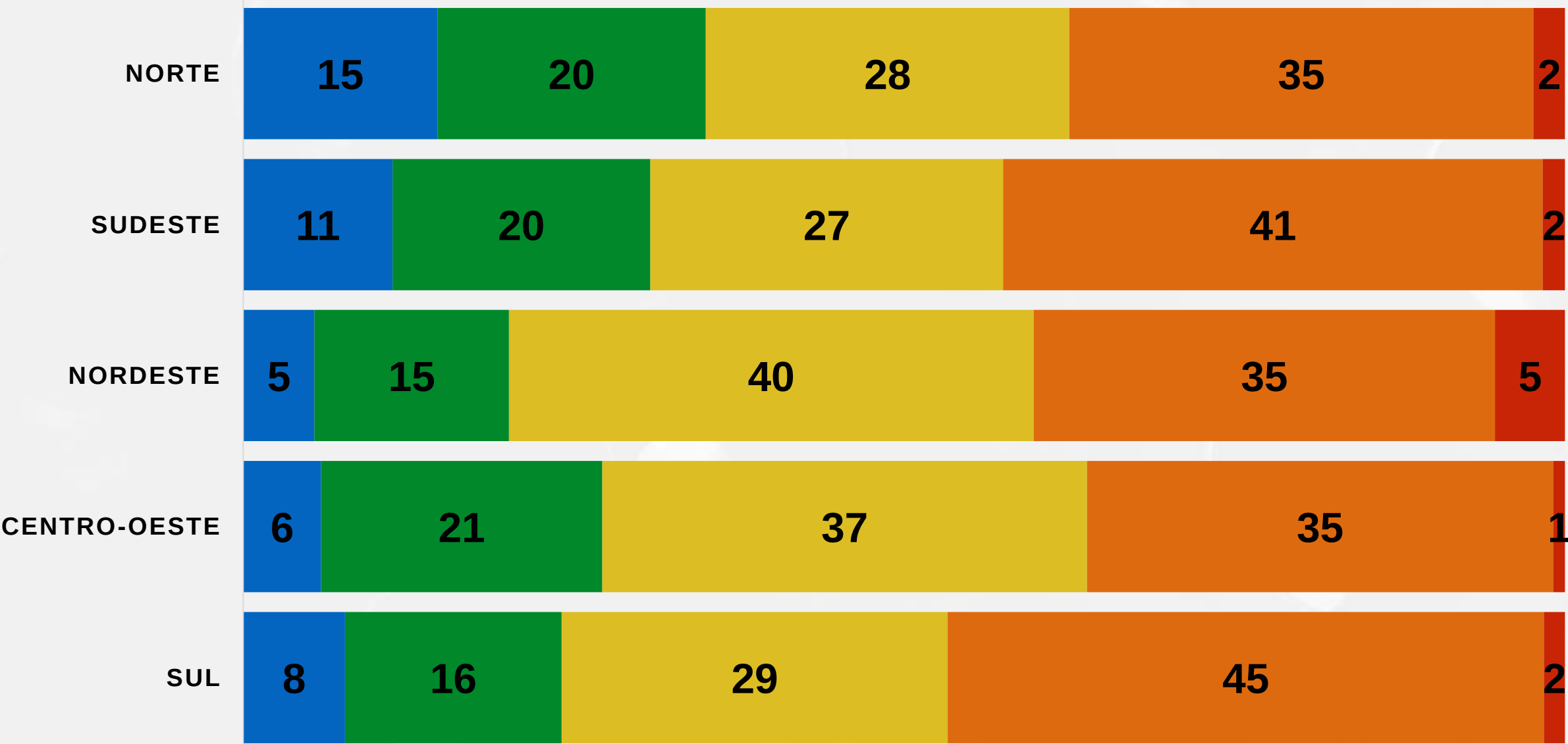


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÃO SOBRE COMBUSTÍVEIS - REGIÃO

É ECONÔMICO(%)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE OS COMBUSTÍVEIS

- ✓ Mais de metade da amostra concorda que “é poluente” descreve muito bem os combustíveis fósseis. Essa proporção é maior no nordeste (65,6%).
- ✓ Mais de 30% dos entrevistados acham que “faz parte das nossas vidas” descreve muito bem a gasolina e o diesel.
- ✓ Mais de 25% avaliam que “é um mal necessário” e “é a principal causa da mudança climática” descrevem muito bem os combustíveis.
- ✓ Mais de 20% concordam que “é abundante no Brasil” e “está se esgotando rapidamente” descrevem bem os combustíveis também.
- ✓ Apenas 39% acham que “é confiável” descreve bem a gasolina e o diesel.

PERCEPÇÕES SOBRE OS COMBUSTÍVEIS

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

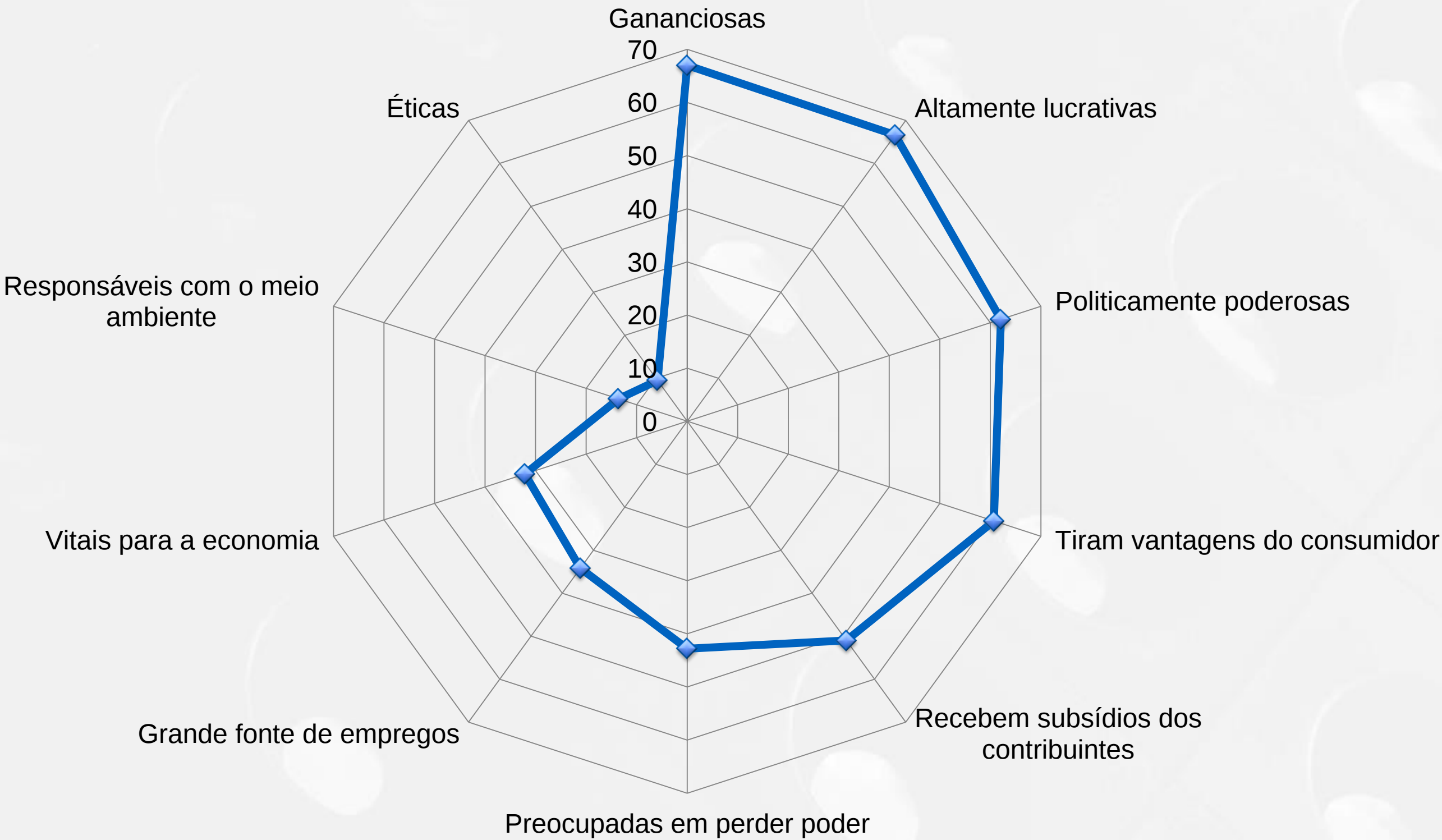
- ✓ A percepção sobre os combustíveis apresentou diferenças significantes em alguns pontos, a saber:
- ✓ Sobre ser POLUENTE, esta definição é mais escolhida pelas pessoas que residem na região Nordeste.
- ✓ Das pessoas que escolheram o item ‘É UM MAL NECESSÁRIO’, as pessoas que mais acreditam que este item descreve os combustíveis são da região Nordeste e as pertencentes à classe A.
- ✓ Para as pessoas da região Nordeste e de 16 a 34 anos de idade, o item ‘A PRINCIPAL CAUSA DA MUDANÇA CLIMÁTICA’ é o que melhor descreve os combustíveis.
- ✓ ‘É UMA BOA FONTE DE EMPREGO’ é a definição mais escolhida pelas pessoas das regiões Sul e Nordeste.
- ✓ ‘É ABUNDANTE NO BRASIL’, é mais relevante para a região Nordeste.
- ✓ ‘ESTÁ SE ESGOTANDO RAPIDAMENTE’ descreve melhor os combustíveis para as pessoas do Norte, Nordeste e Sul.
- ✓ ‘DÁ CONTA DAS NECESSIDADES DO BRASIL, NO LONGO PRAZO’ e ‘ESTÁ SENDO SUBSTITUÍDO POR COMBUSTÍVEIS ALTERNATIVOS’ foram definições mais escolhidas para as pessoas da região Norte.
- ✓ ‘DÁ CONTA DAS NECESSIDADES DO BRASIL, A CURTO PRAZO’ descreve mais os combustíveis para as pessoas do Sul e da classe A.
- ✓ E para as pessoas do Norte, ‘É ECONÔMICO’ descreve bem o combustível, mais do que as demais regiões.

Percepções sobre as Companhias de Petróleo

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

BRASIL ESTIMULADA (%)

DESCREVE MUITO BEM

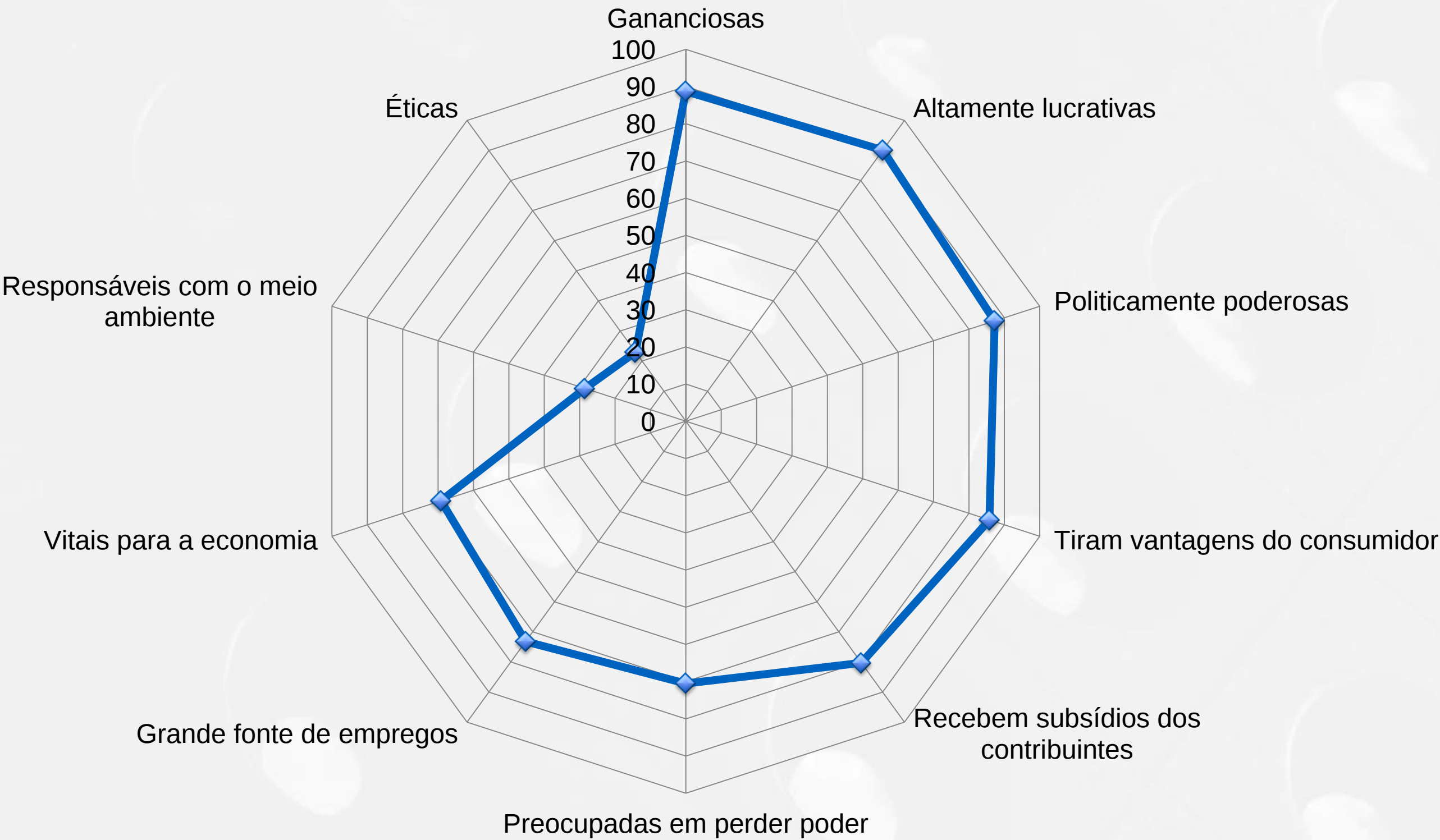


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas
Porcentagem do ponto "Descreve muito bem"

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

BRASIL ESTIMULADA (% TOP 2 BOX)

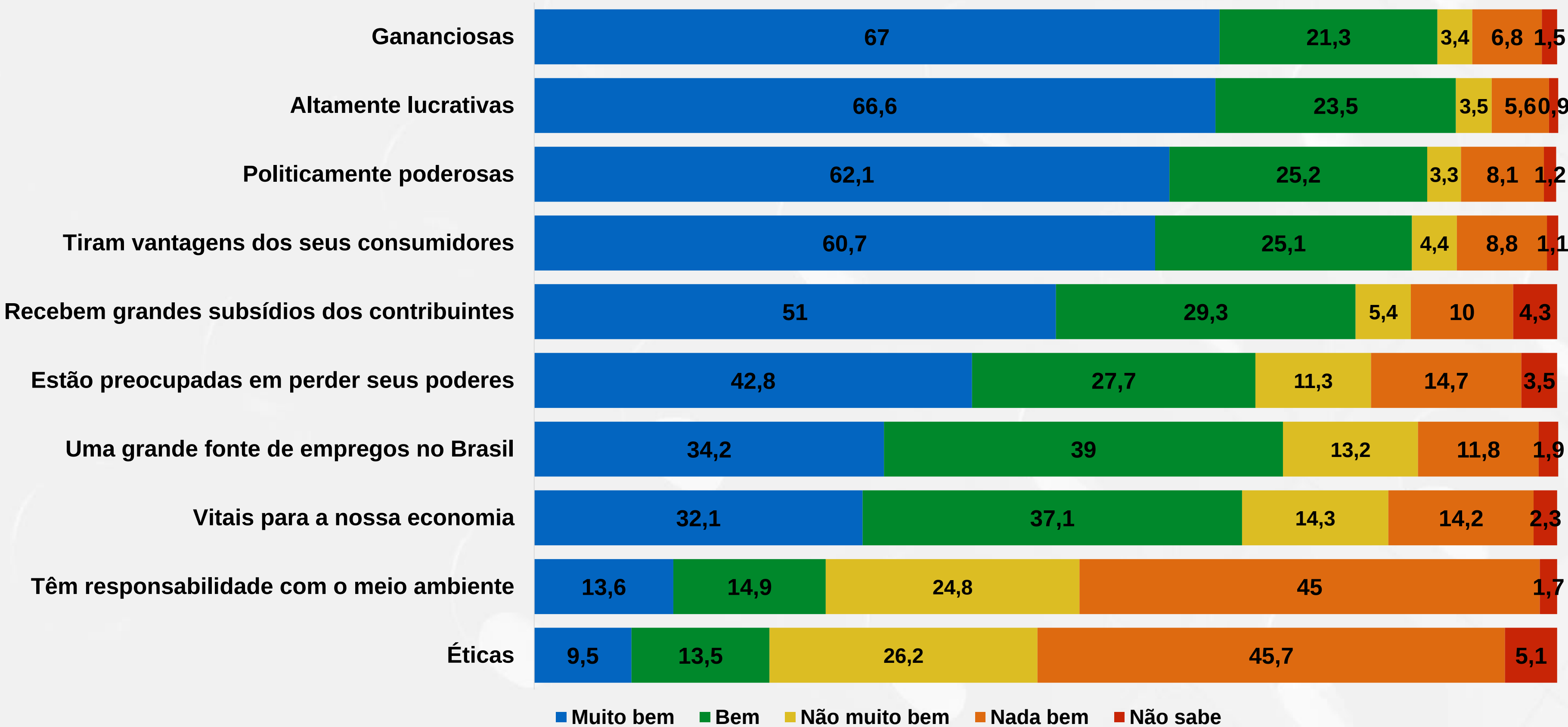
DESCREVE BEM



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas
Porcentagem da soma dos ponto “Descreve muito bem” e “Descreve bem”

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

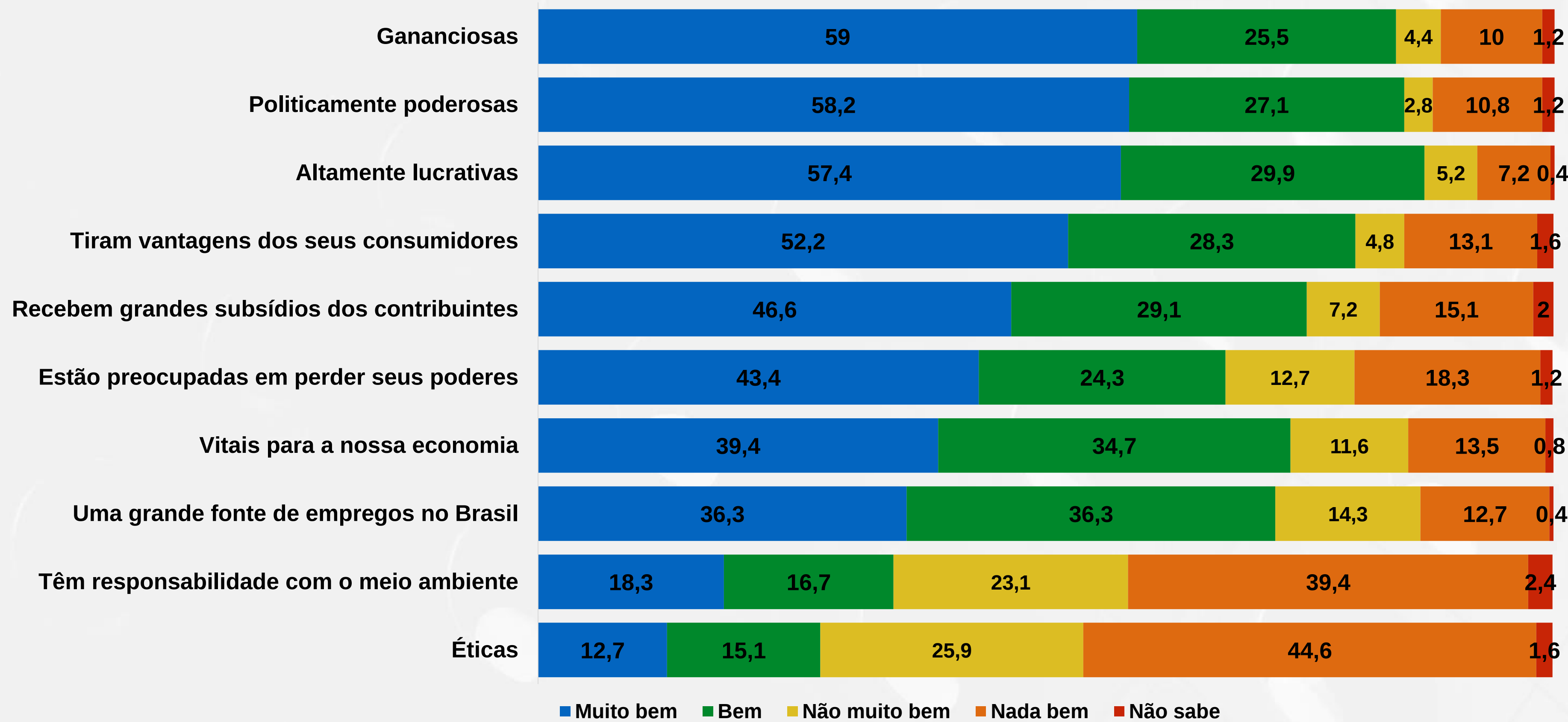
BRASIL (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

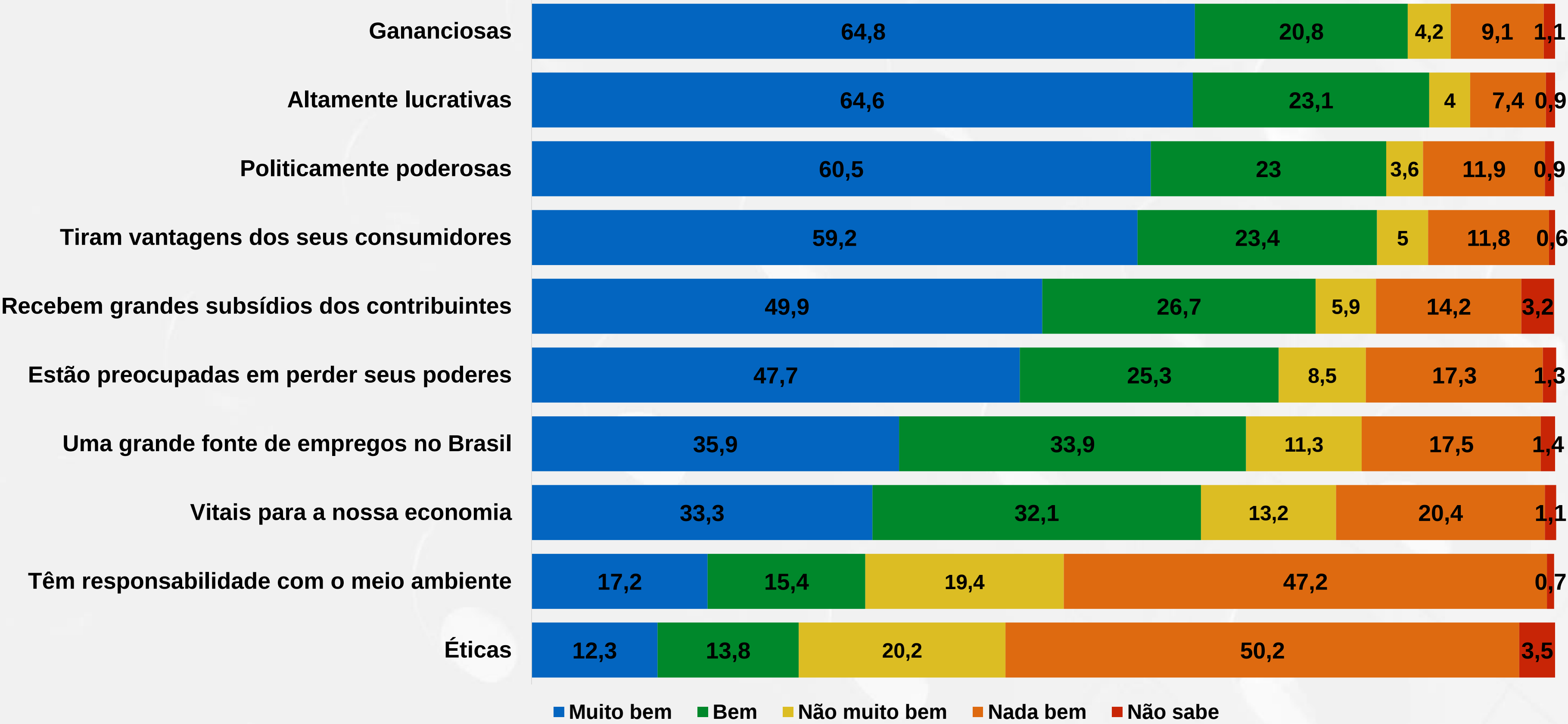
REGIÃO NORTE (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Norte= 251 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

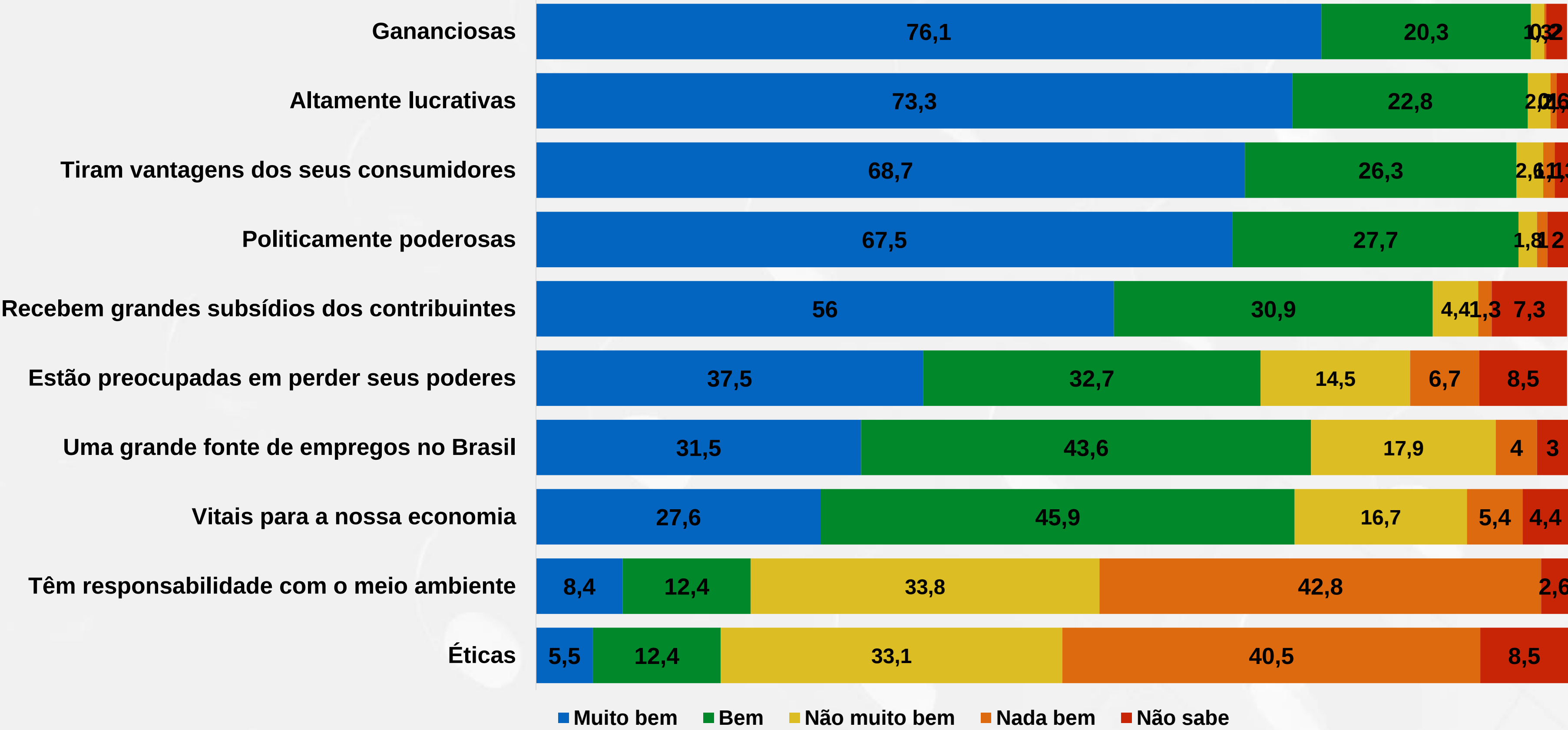
REGIÃO SUDESTE (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Sudeste = 1266 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

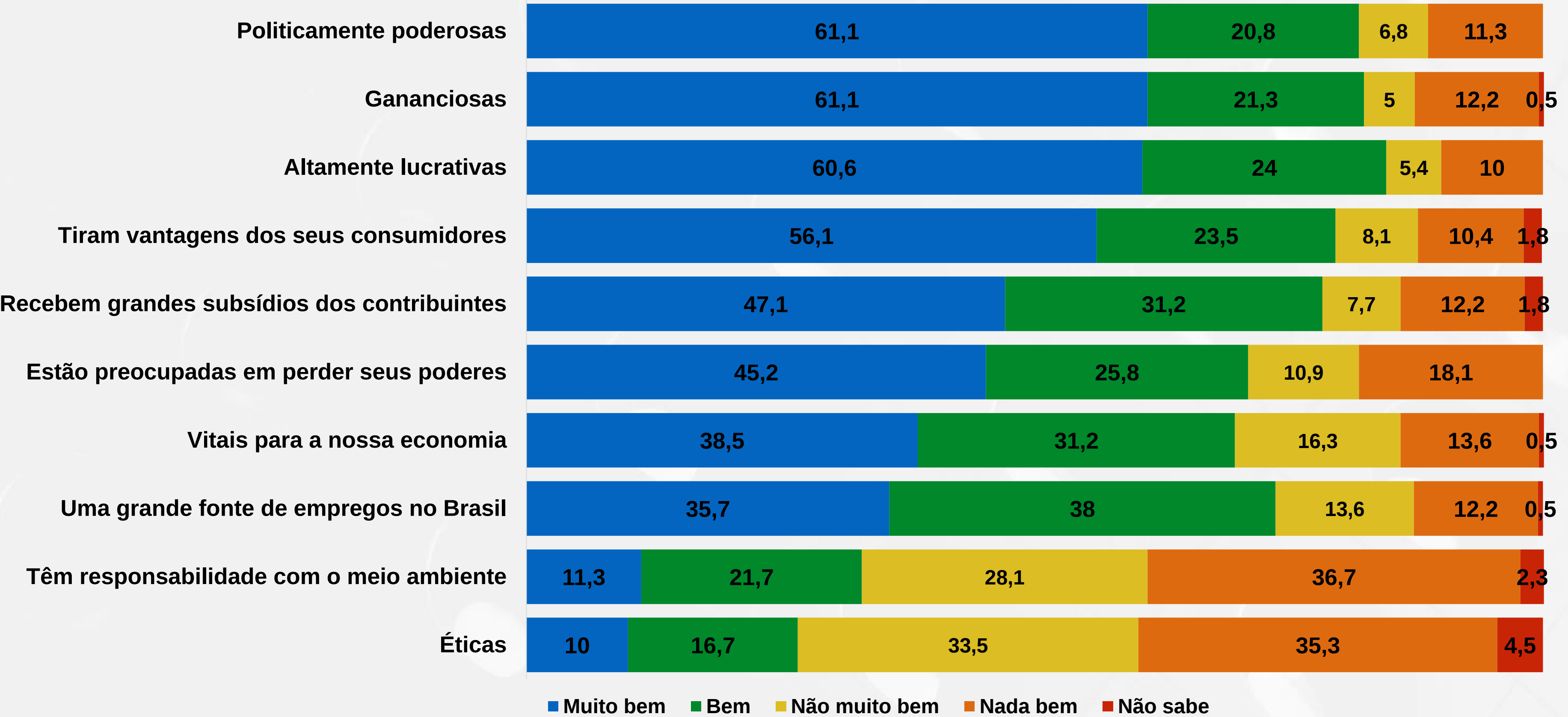
REGIÃO NORDESTE (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Nordeste = 834 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

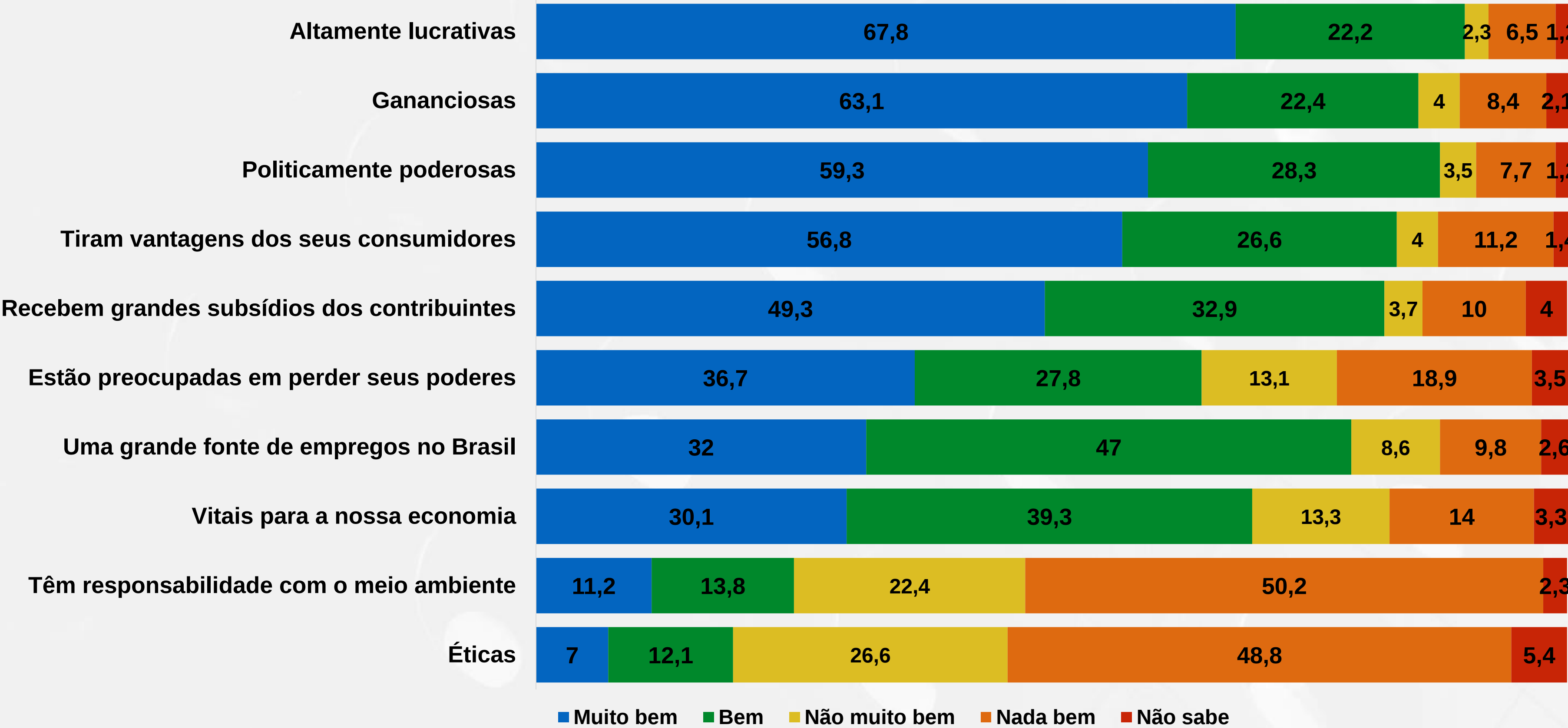
REGIÃO CENTRO-OESTE (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Centro-Oeste = 221 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

REGIÃO SUL (ESTIMULADA, EM %)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas / Região Sul = 428 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

GANANCIOSAS (ESTIMULADA, EM %)

Descreve muito bem Descreve bem Não descreve muito bem Não descreve nada bem Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

ALTAMENTE LUCRATIVAS (ESTIMULADA, EM %)

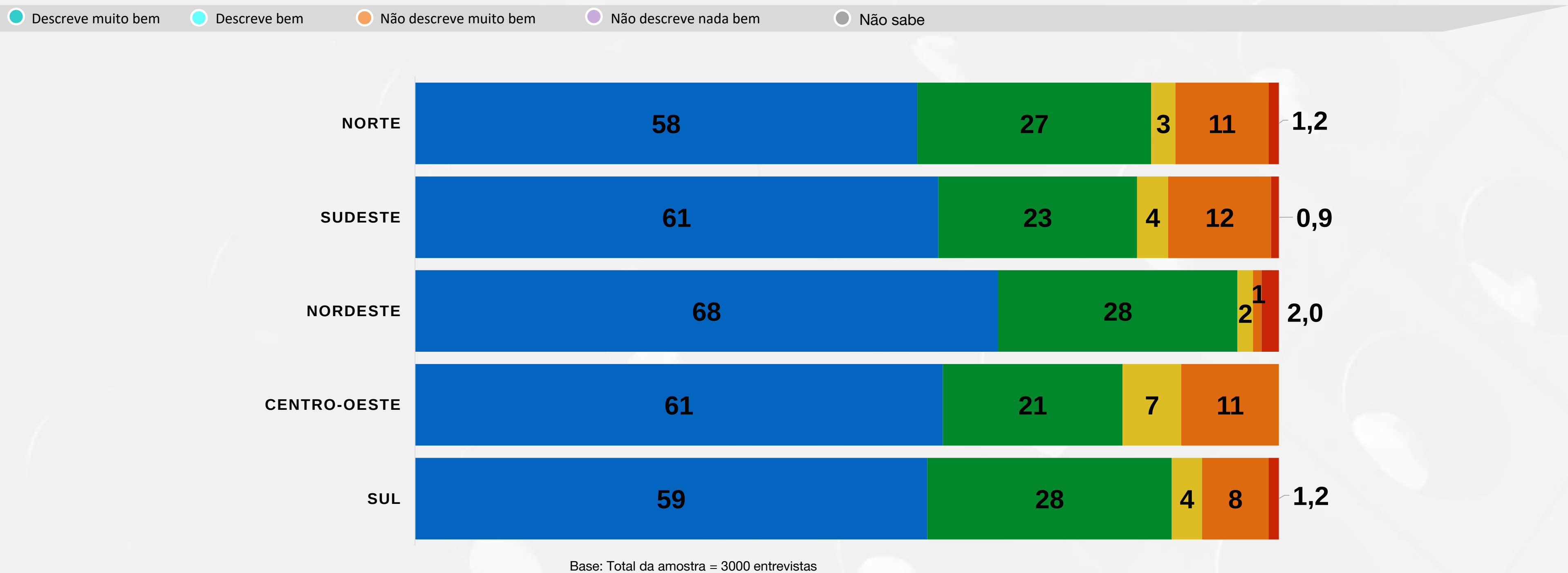
● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

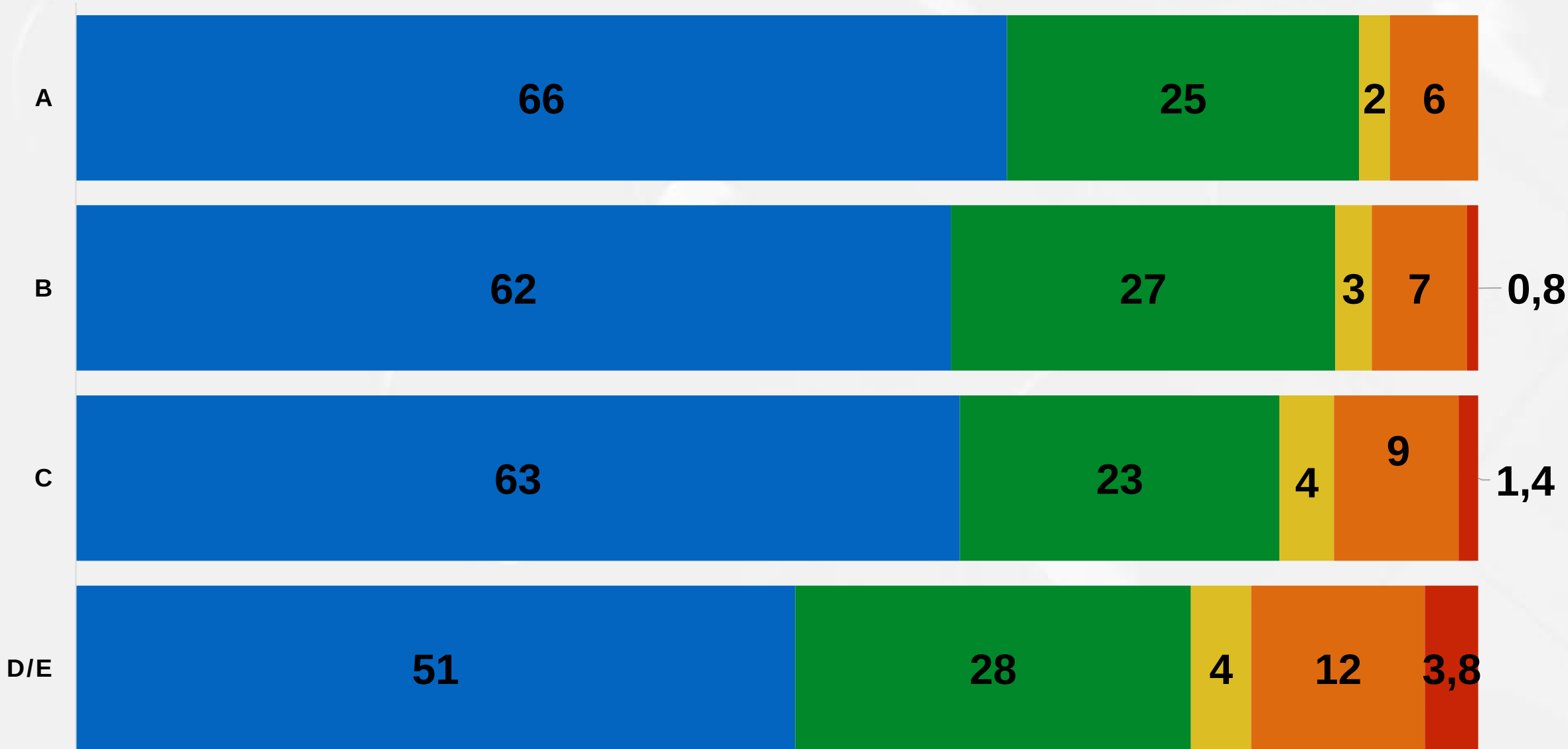
POLITICAMENTE PODEROSAS (ESTIMULADA, EM %)



PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS – CLASSE SOCIAL

POLITICAMENTE PODEROSAS (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

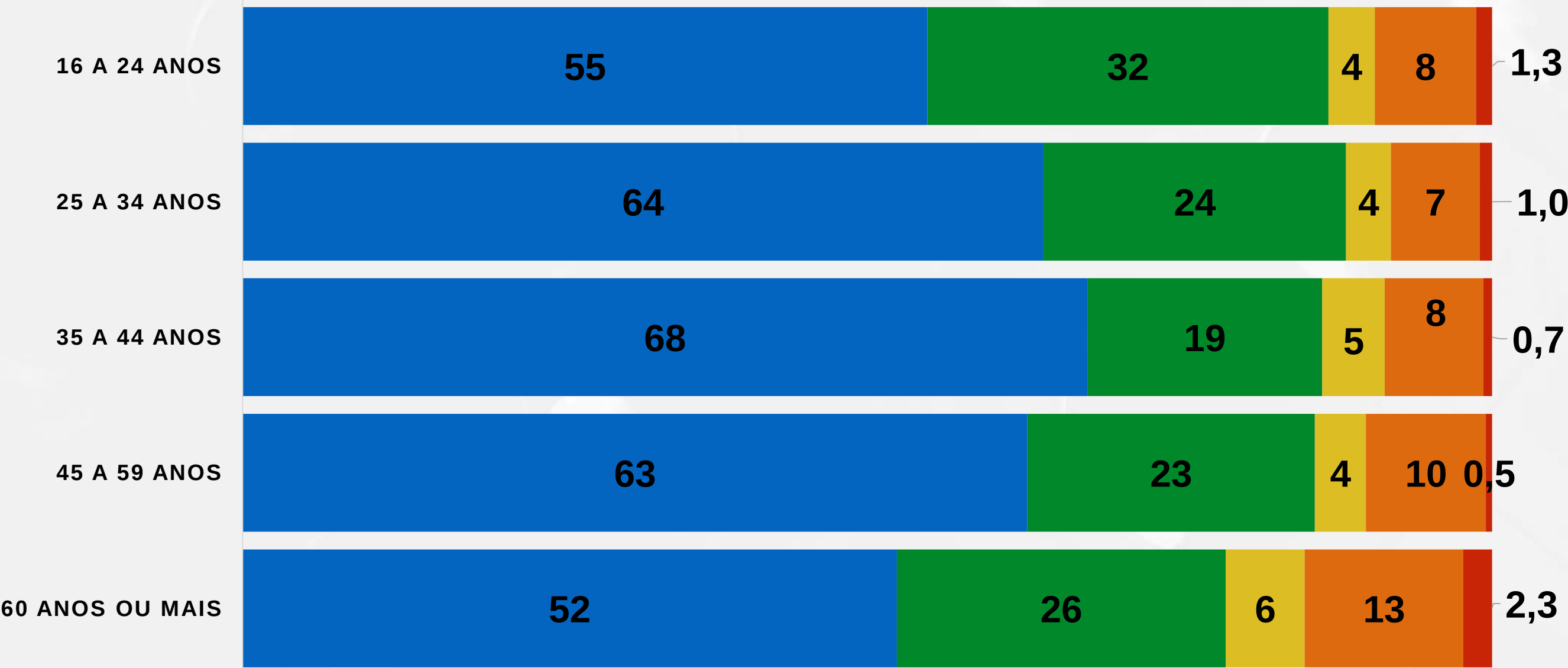


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS – Idade

TIRAM VANTAGENS DOS SEUS CONSUMIDORES (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

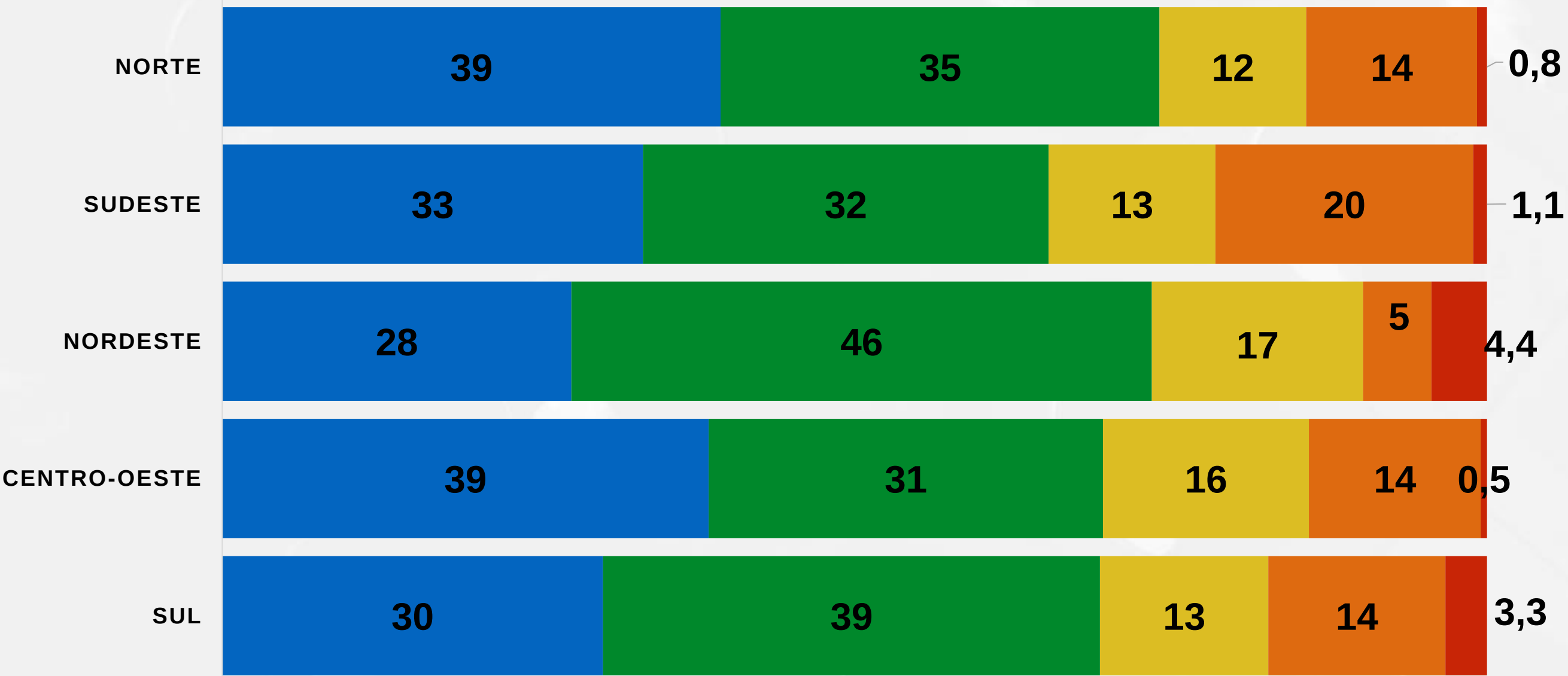


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

VITAIS PARA A ECONOMIA (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

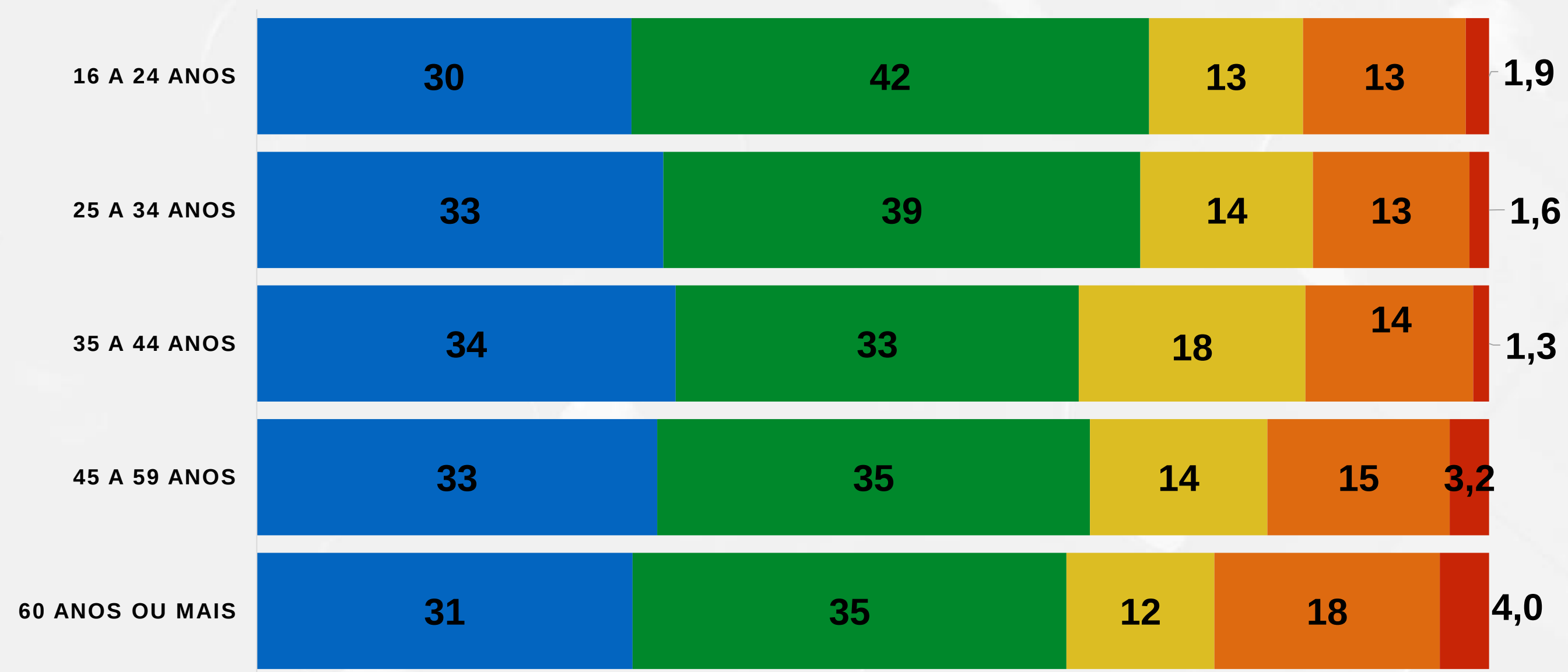


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS – Idade

VITAIS PARA A ECONOMIA (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe

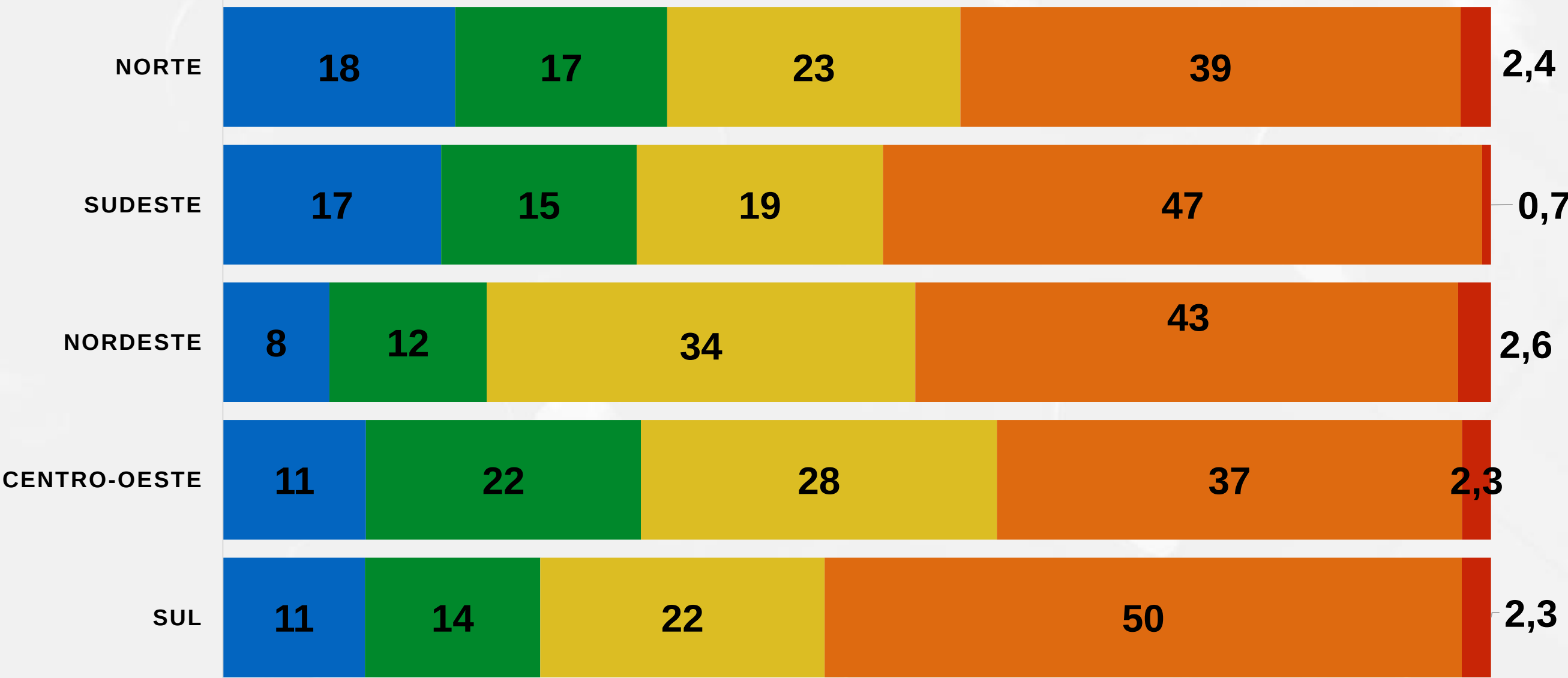


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

TÊM RESPONSABILIDADE COM O MEIO AMBIENTE (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS - REGIÃO

ÉTICA (ESTIMULADA, EM %)

● Descreve muito bem ● Descreve bem ● Não descreve muito bem ● Não descreve nada bem ● Não sabe



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

- ✓ Mais de 66% da amostra concorda que “gananciosas”, “altamente lucrativas” descrevem muito bem as companhias de petróleo.
- ✓ Mais de 60% acham que “politicamente poderosas” e “tiram vantagens do consumidor” descrevem **muito bem** as petrolíferas.
- ✓ Mais de metade acham que “recebem grandes subsídios dos contribuintes” também as descrevem muito bem.
- ✓ Somente 23% acham que “éticas” descrevem-nas bem. Essa proporção é ainda menor no nordeste e na região sul.
- ✓ Somente 28,5% acham que “responsáveis com o meio ambiente” descrevem bem as petrolíferas.

PERCEPÇÕES SOBRE AS PETROLÍFERAS

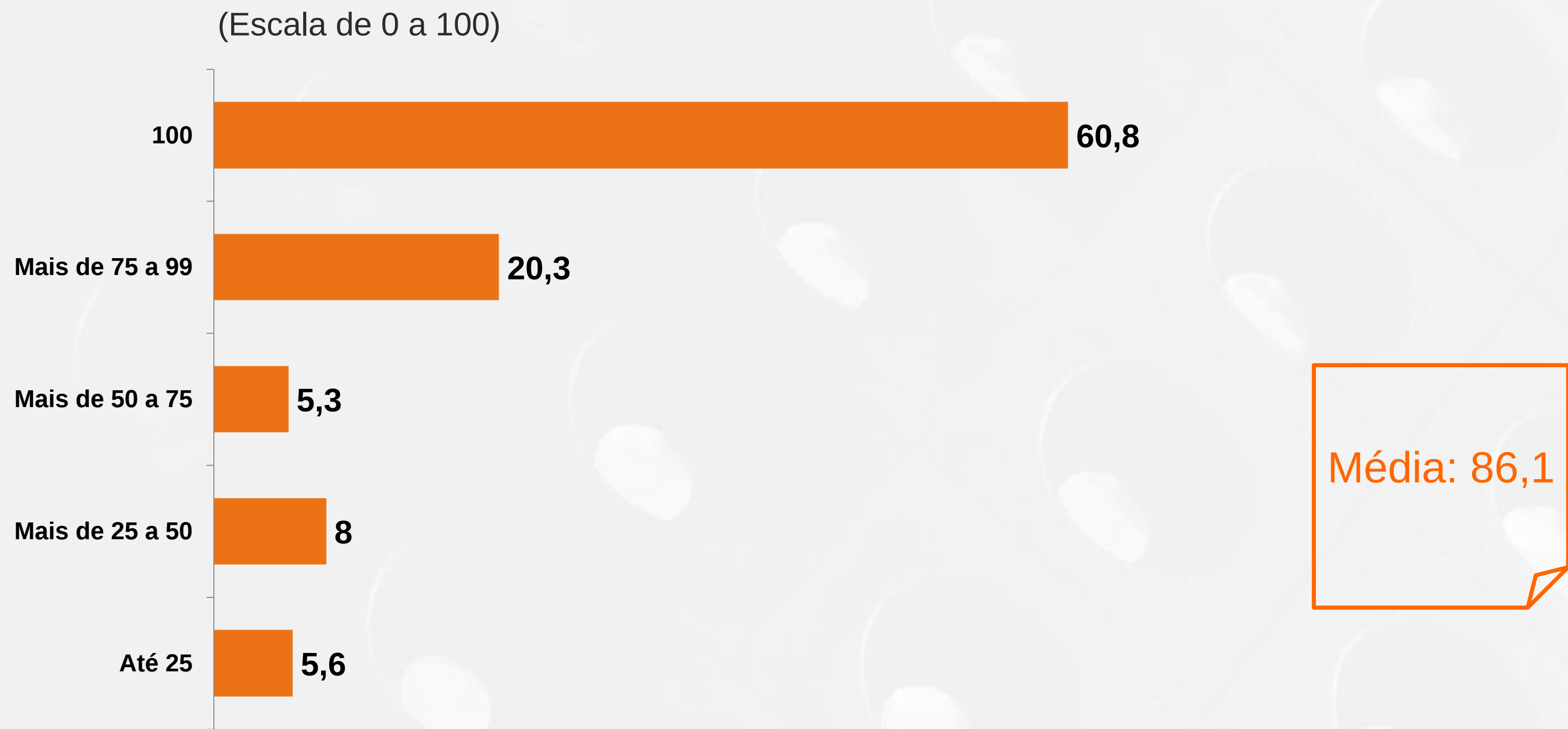
DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

- ✓ Em relação às percepções sobre as petrolíferas especificamente, foram observadas diferenças estatísticas entre alguns itens, dentre as regiões, classes sociais e faixas de idade. Assim, temos que a região Nordeste é a que mais acredita que as petrolíferas sejam GANANCIOSAS.
- ✓ ALTAMENTE LUCRATIVAS, POLITICAMENTE PODEROSAS é mais importante para as pessoas residentes do Nordeste. Ainda para POLITICAMENTE PODEROSA, temos que as pessoas da classe A são as que mais acreditam que este item descreve as petrolíferas.
- ✓ As pessoas de 25 a 34 anos de idade são as que mais acreditam que as petrolíferas tiram vantagens de seus consumidores.
- ✓ VITAIS PARA A ECONOMIA: descreve melhor as petrolíferas para as pessoas do Norte e do Nordeste e pessoas de 16 a 24 anos de idade.
- ✓ As pessoas do Norte são as que mais acreditam que as petrolíferas tenham responsabilidade com o meio ambiente e sejam éticas.

Substituição dos Combustíveis Fósseis

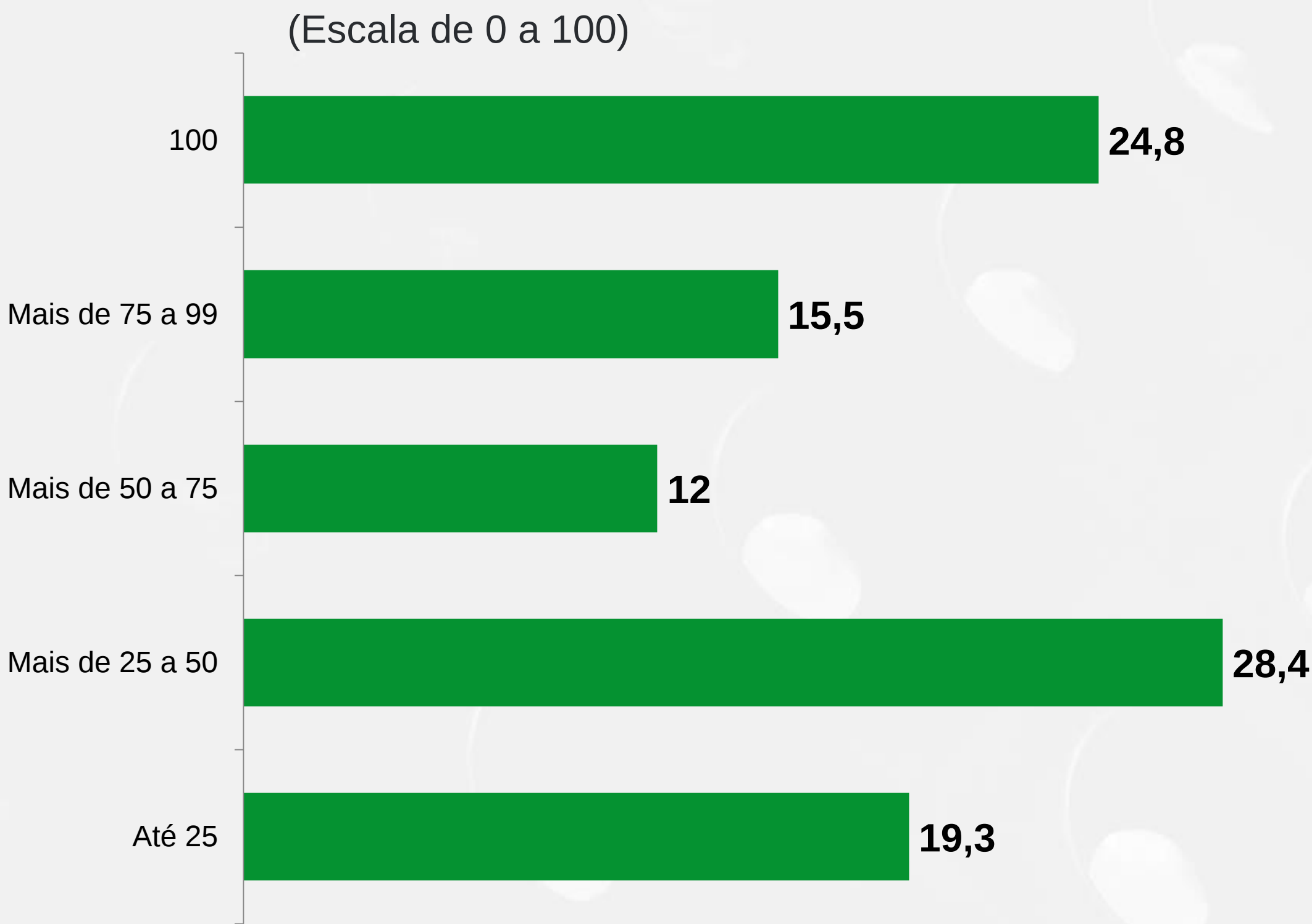
A FAVOR DA SUBSTITUIÇÃO DA GASOLINA E DO DIESEL

ESTIMULADA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

O BRASIL TEM CONDIÇÕES DE SUBSTITUIR A GASOLINE E O DIESEL ESTIMULADA (%)

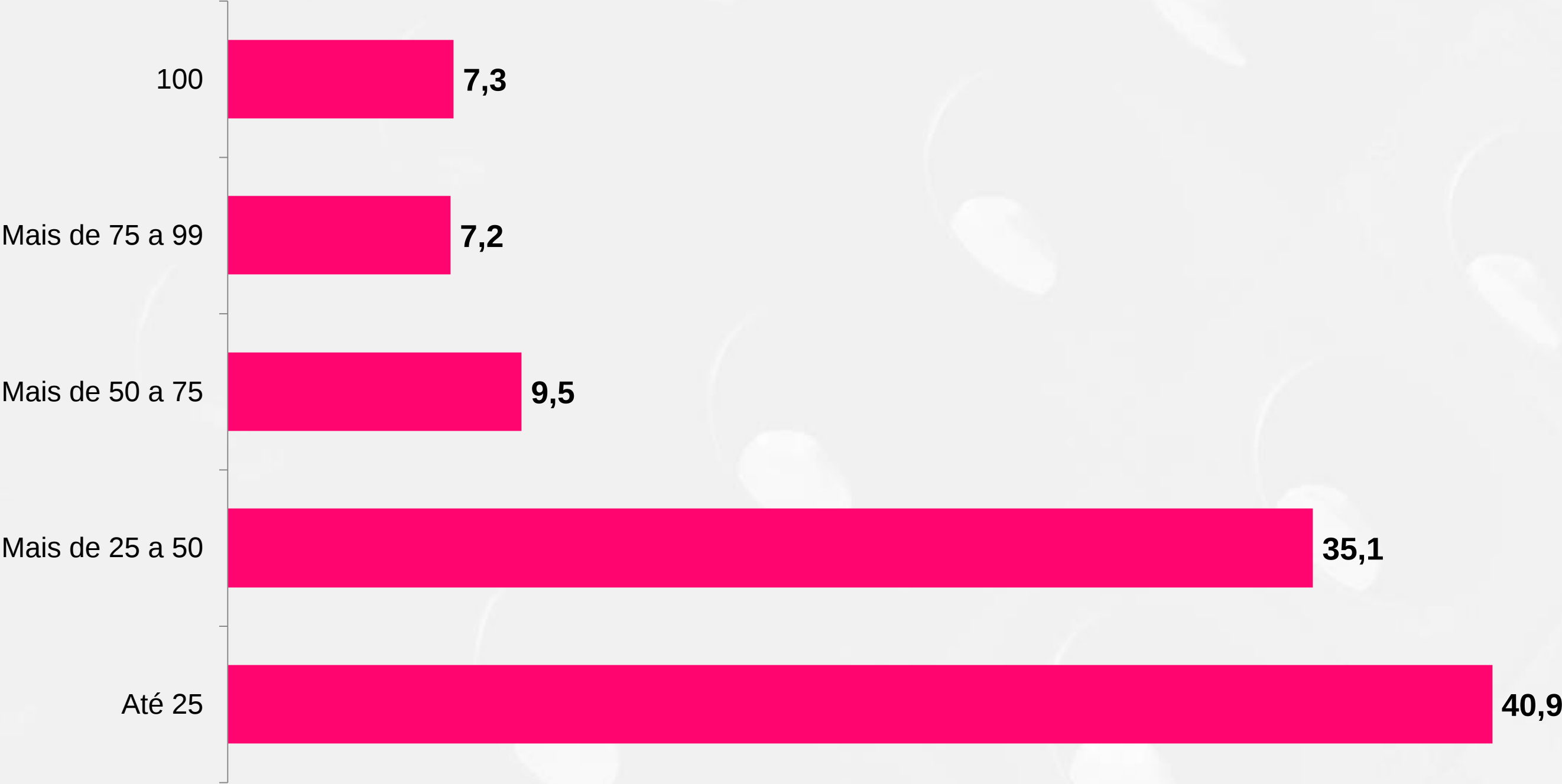


Média: 59,8

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

O QUÃO CONFIDANTE ESTÃO QUE O BRASIL FARÁ A SUBSTITUIÇÃO ESTIMULADA (%)

(Escala de 0 a 100)

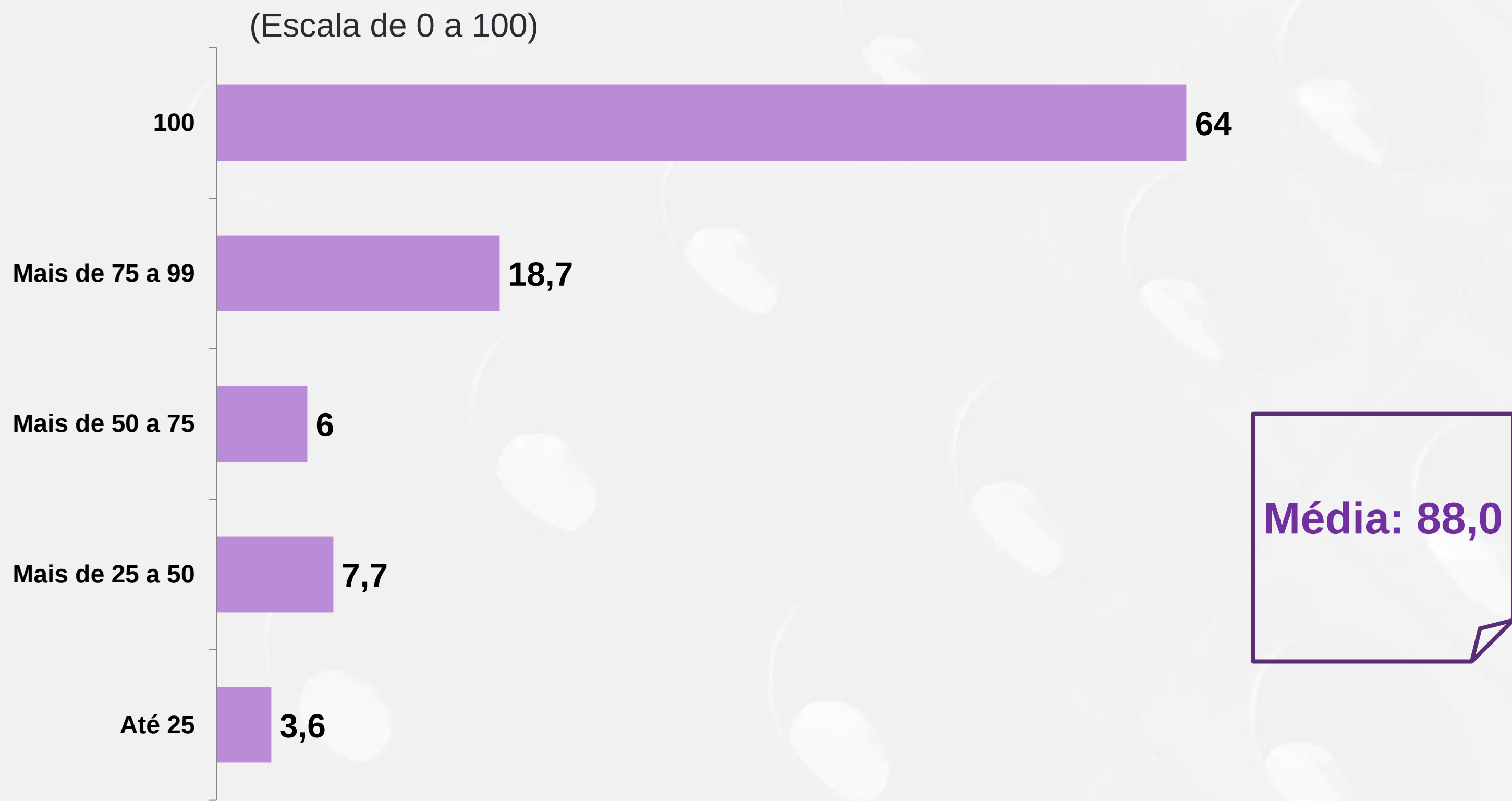


Média: 37,2

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

A FAVOR DA SUBSTITUIÇÃO DA GASOLINA E DO DIESEL

ESTIMULADA PELA SEGUNDA VEZ (%)

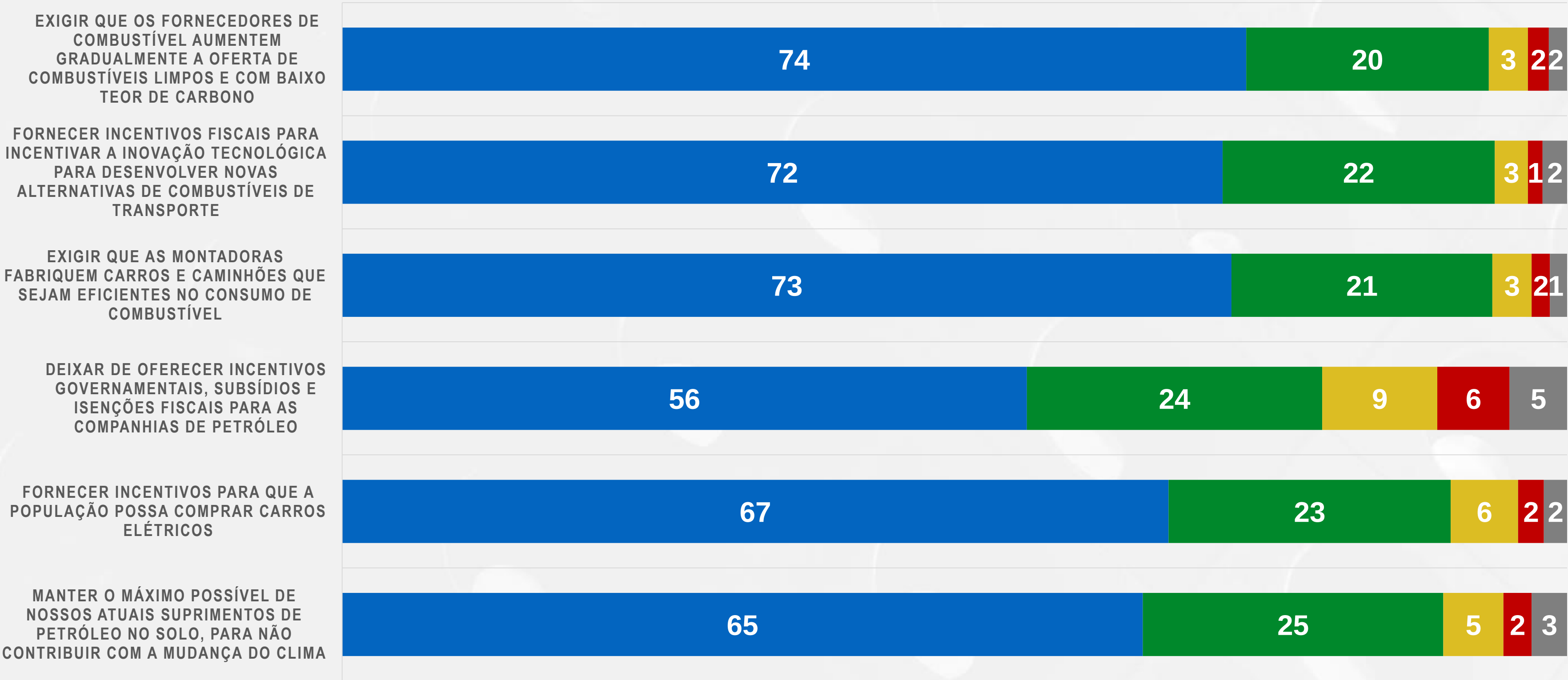


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

Propostas para o Brasil

APOIO NAS PROPOSTAS PARA AJUDAR O BRASIL NA SUBSTITUIÇÃO DO COMBUSTÍVEL ESTIMULADA (%)

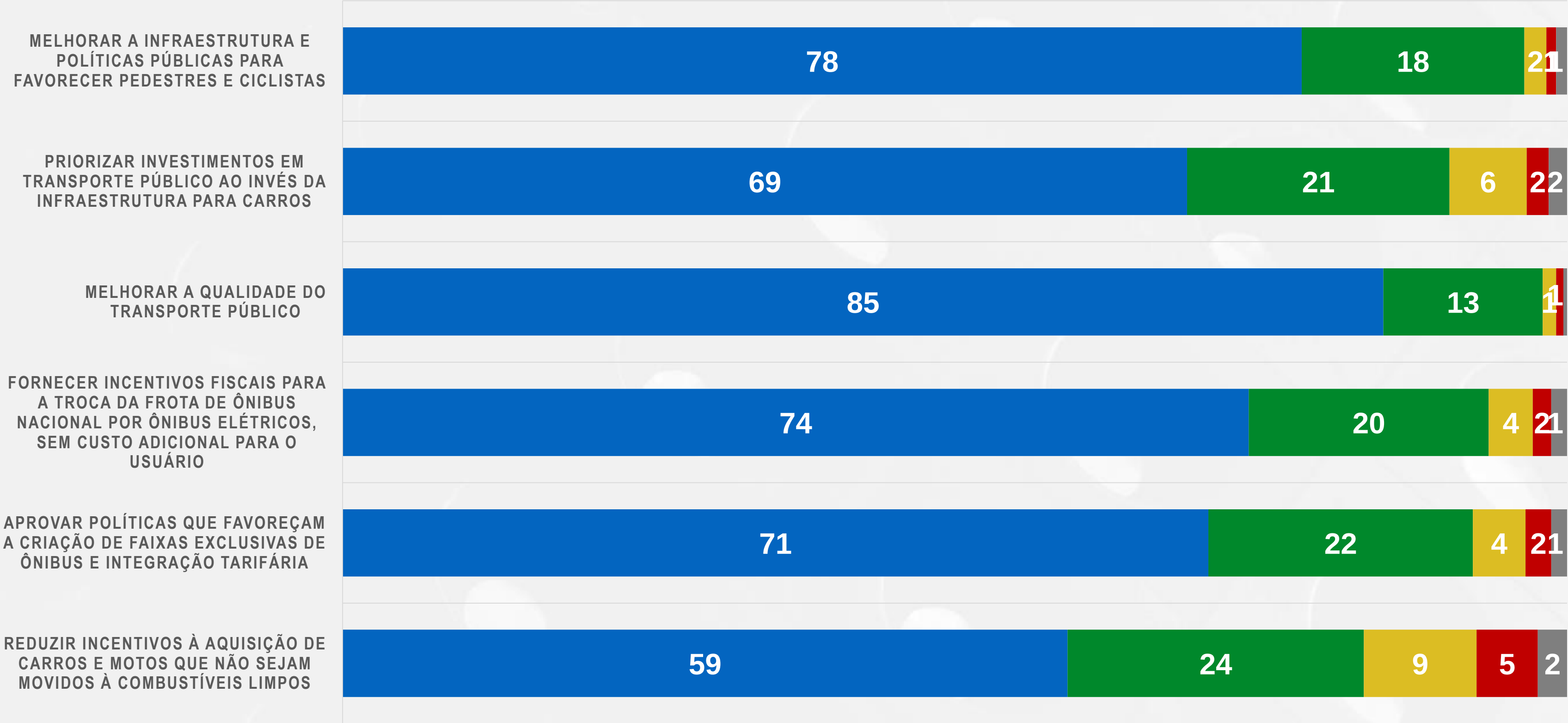
■ Apoia fortemente ■ Apoia um pouco ■ Se opõe um pouco ■ Se opõe fortemente ■ Não sei



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APOIO NAS PROPOSTAS PARA AJUDAR O BRASIL NA SUBSTITUIÇÃO DO COMBUSTÍVEL ESTIMULADA (%)

Apoia fortemente Apoia um pouco Se opõe um pouco Se opõe fortemente Não sei



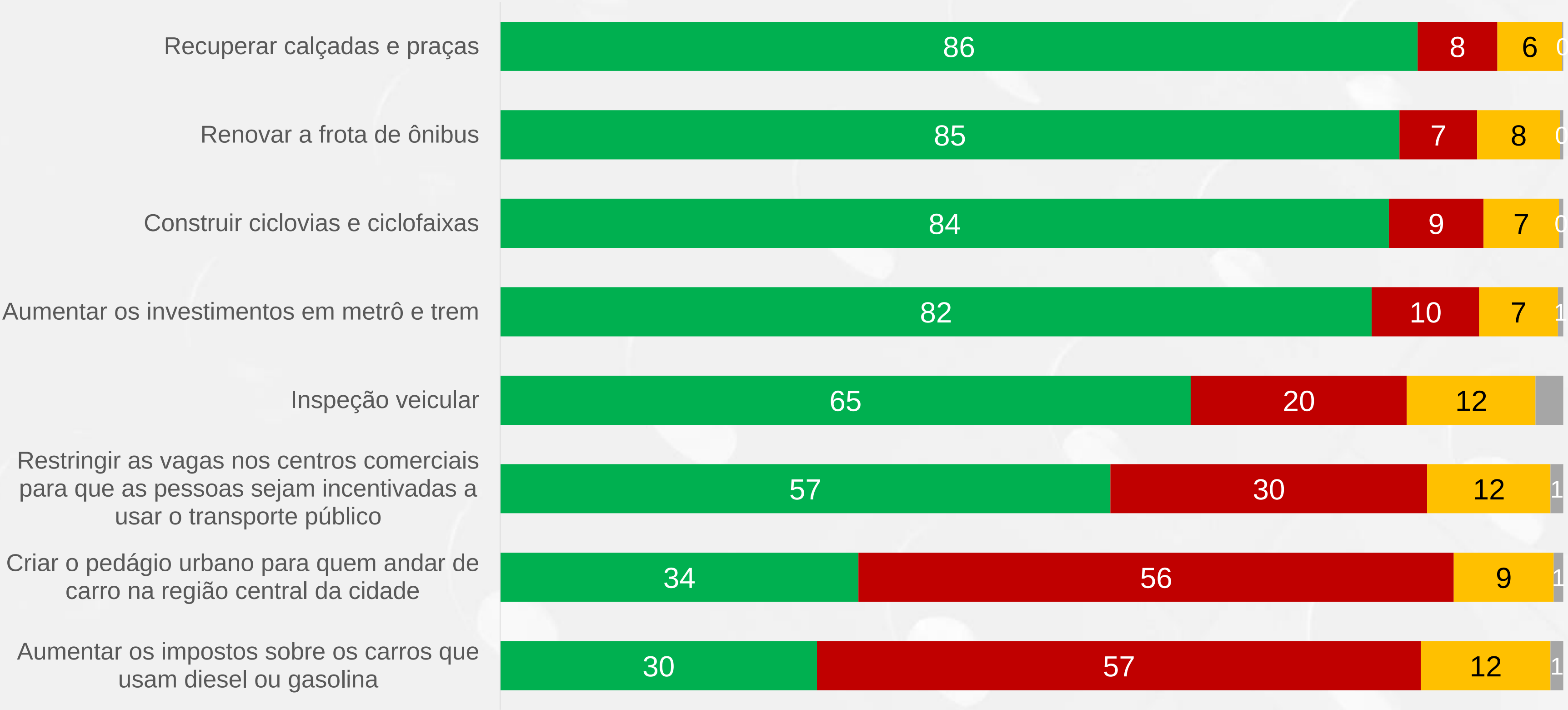
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

Intenção de voto

INTENÇÃO DE VOTO POR PROPOSTA

ESTIMULADA (%)

■ Sim ■ Não ■ Talvez ■ Não sabe



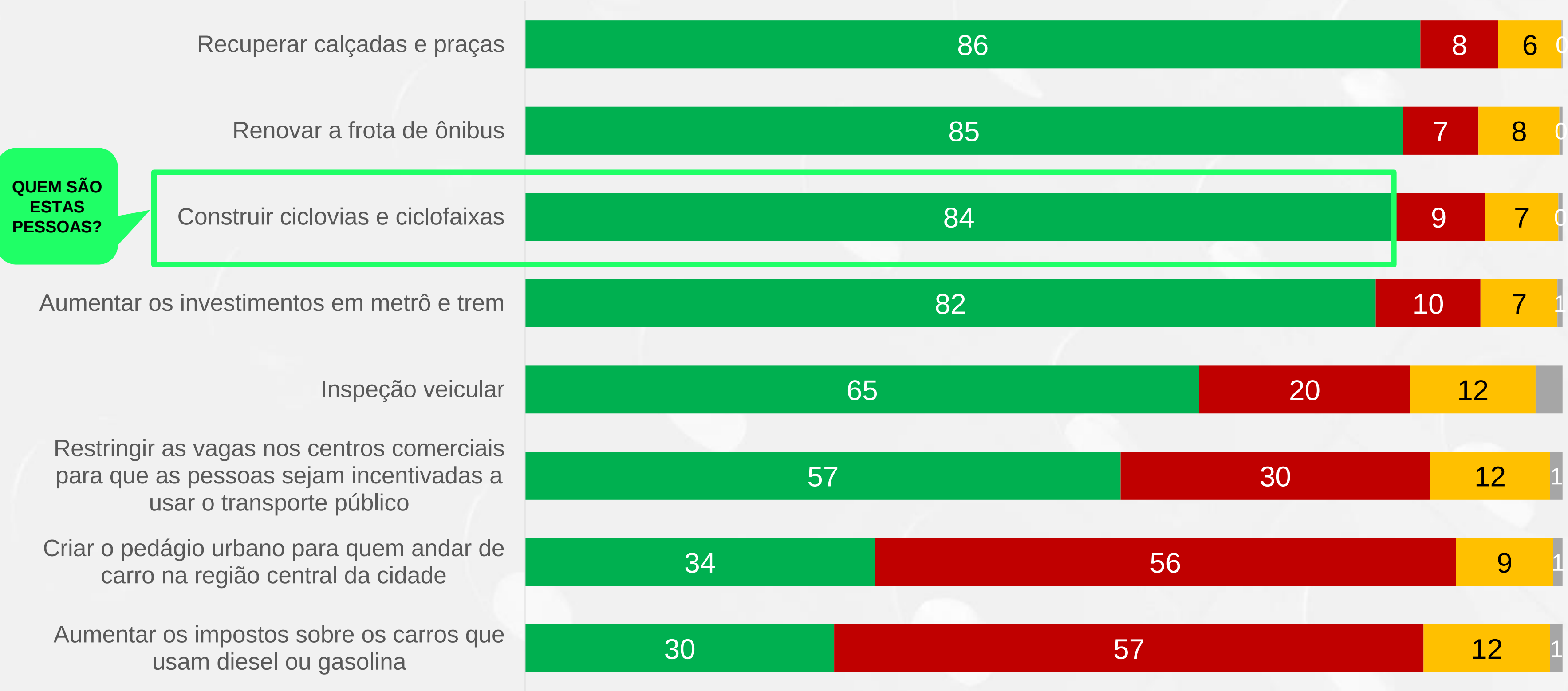
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

INTENÇÃO DE VOTO POR PROPOSTA

ESTIMULADA (%)

■ Sim ■ Não ■ Talvez ■ Não sabe

QUEM SÃO
ESTAS
PESSOAS?

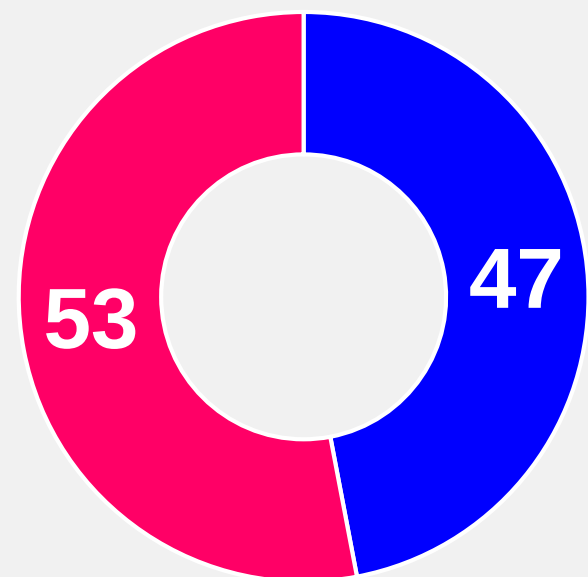


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

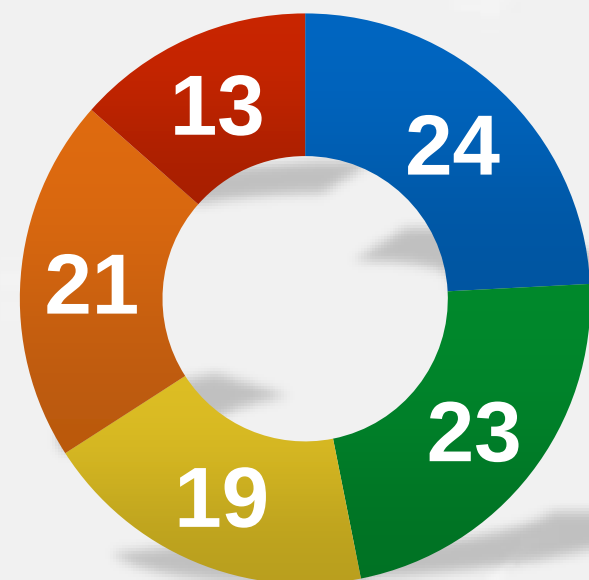
INTENÇÃO DE VOTO POR PROPOSTA

PESSOAS QUE APOIAM A PROPOSTA DE CONSTRUIR CICLOVIAS E CICLOFAIXAS

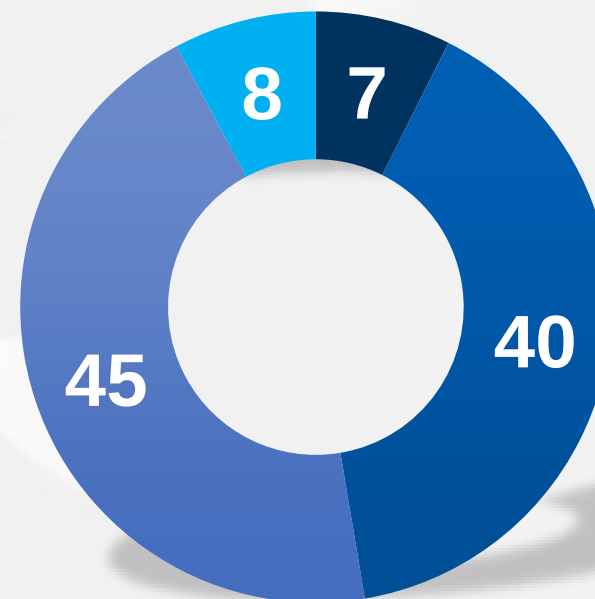
ESTIMULADA (%)



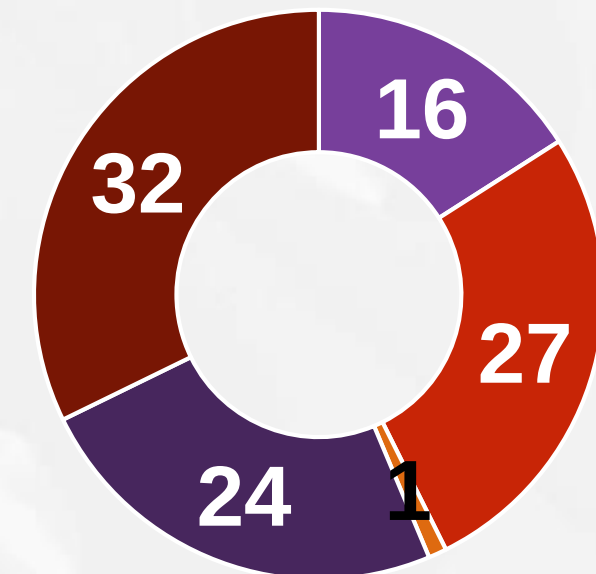
■ Masculino ■ Feminino



■ 16 a 24 anos ■ 25 a 34 anos
■ 35 a 44 anos ■ 45 a 59 anos
■ 60 anos ou mais



■ A ■ B ■ C ■ DE



■ Centro-oeste ■ Nordeste
■ Norte ■ Sudeste
■ Sul



■ Analfabeto/ Primário incompleto ■ Primário completo/ ginásio incompleto
■ Ginásio completo/colegial incompleto ■ Curso técnico / profissionalizante
■ Colegial completo/ Superior incompleto ■ Superior completo

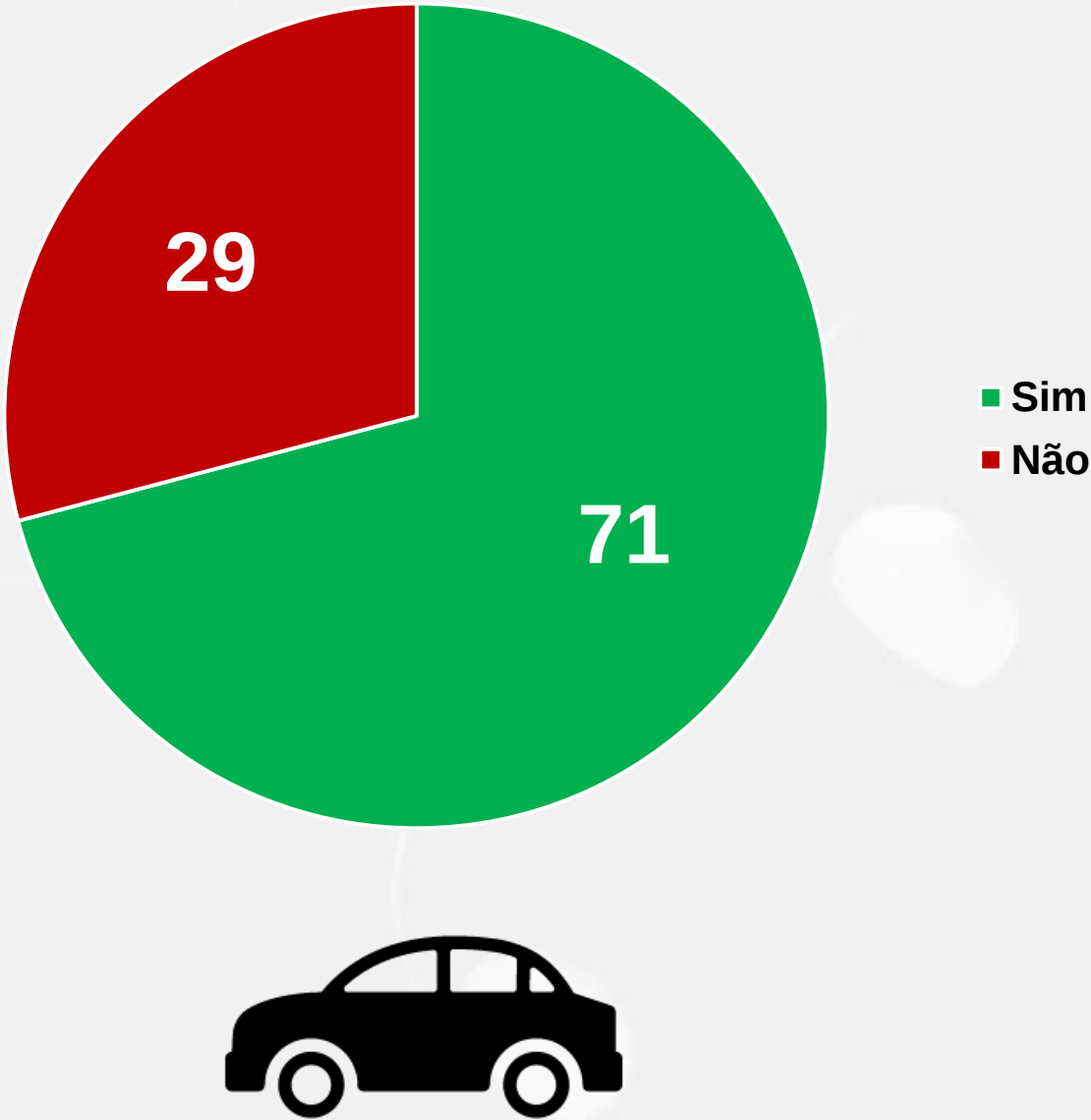
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

Posse de Veículos

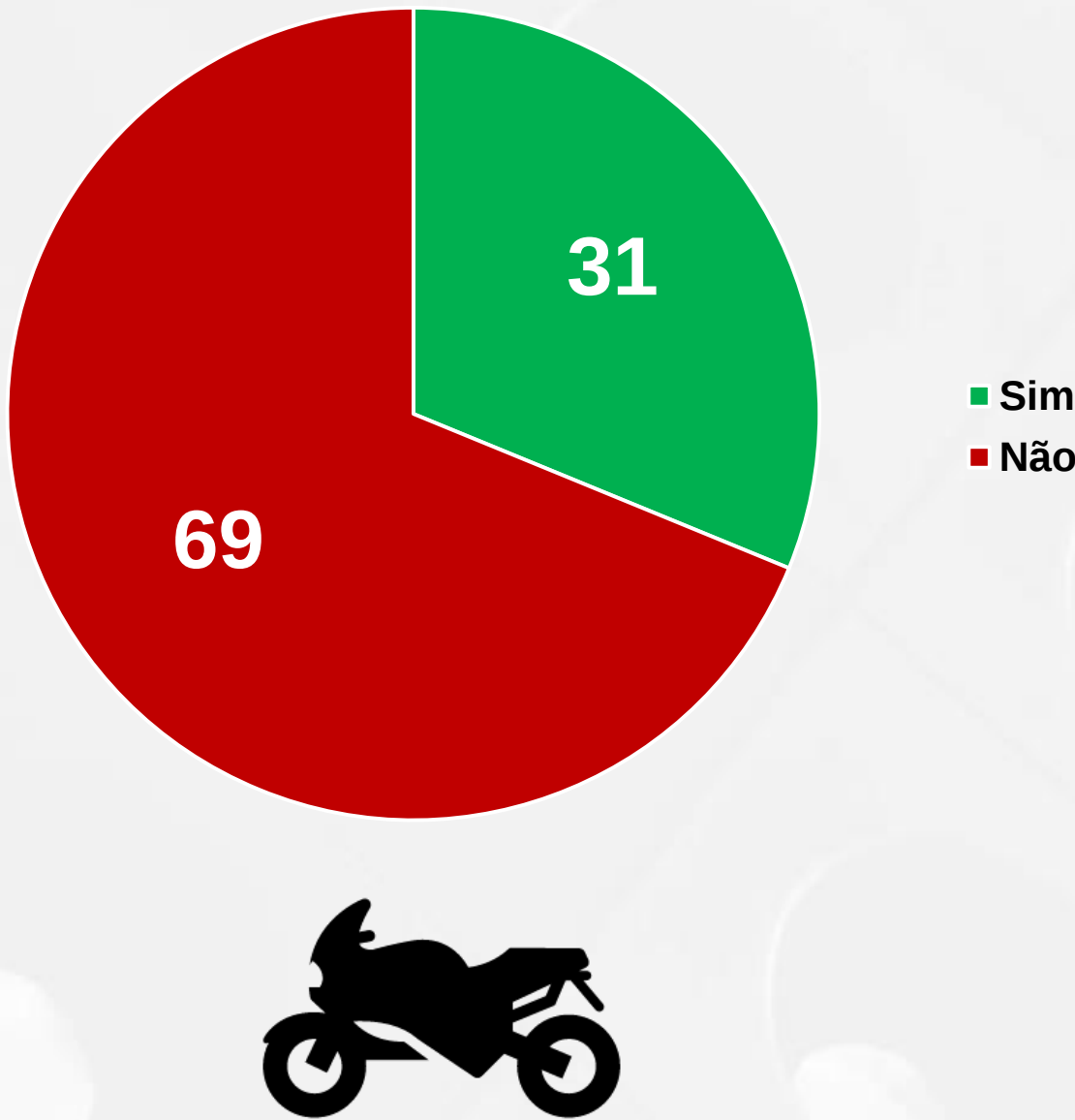
POSSE DE VEÍCULO

ESTIMULADA (%)

CARRO PRÓPRIO

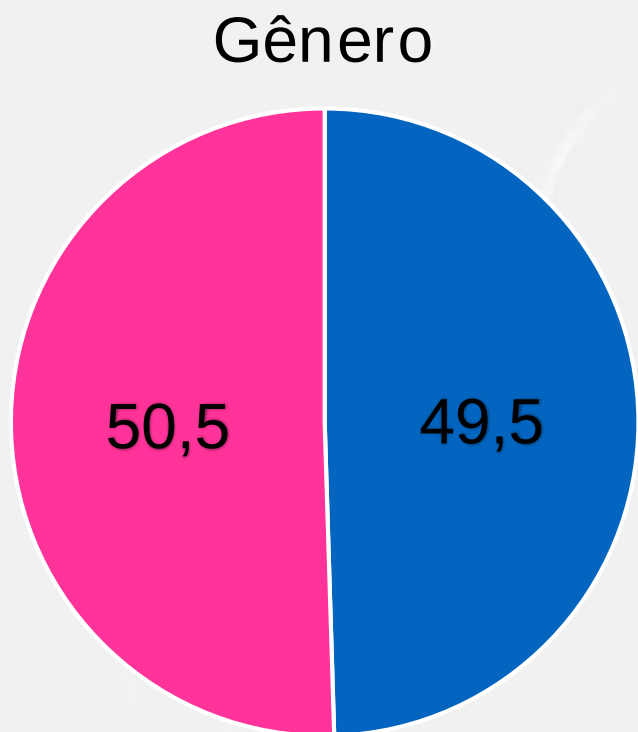


MOTO PRÓPRIA

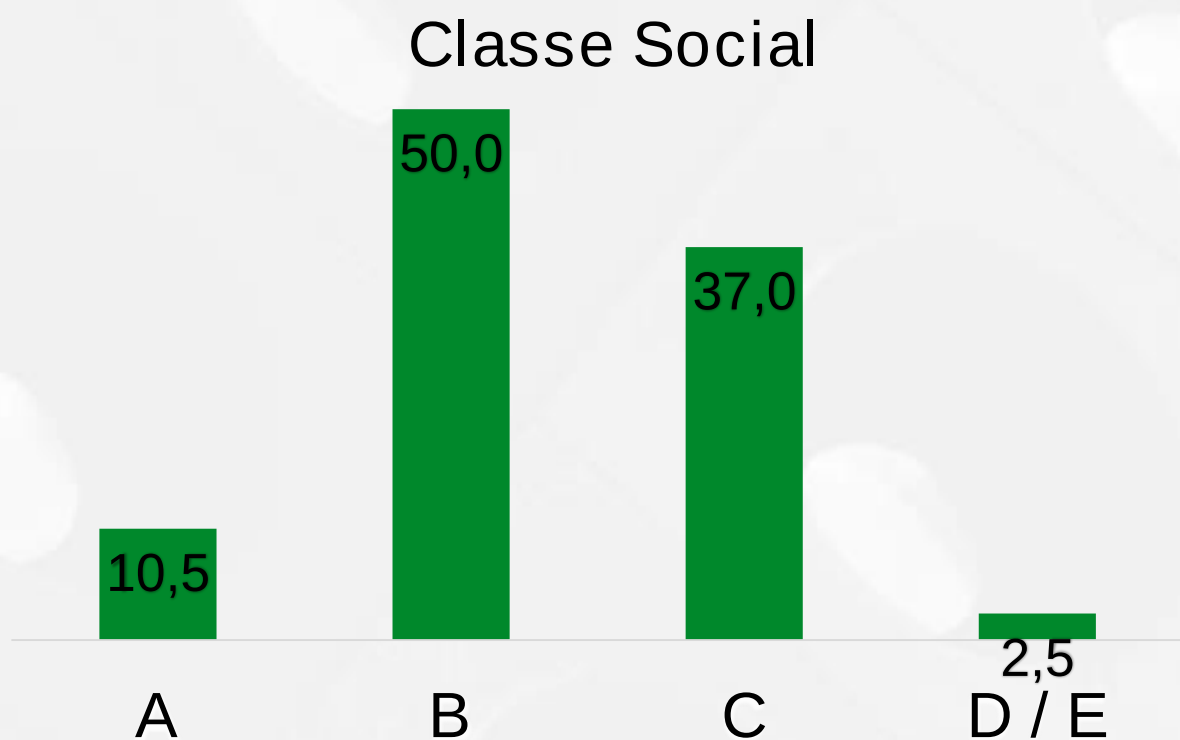
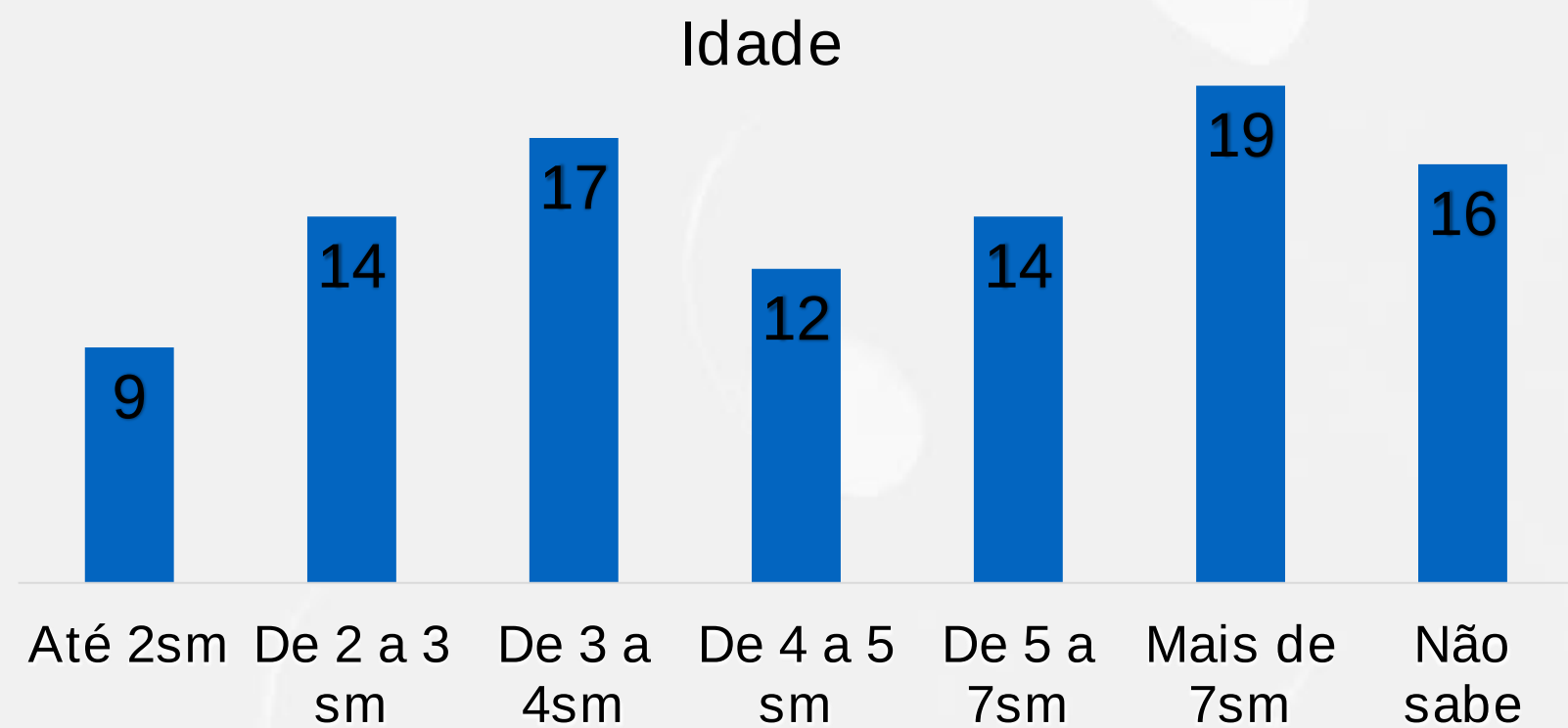
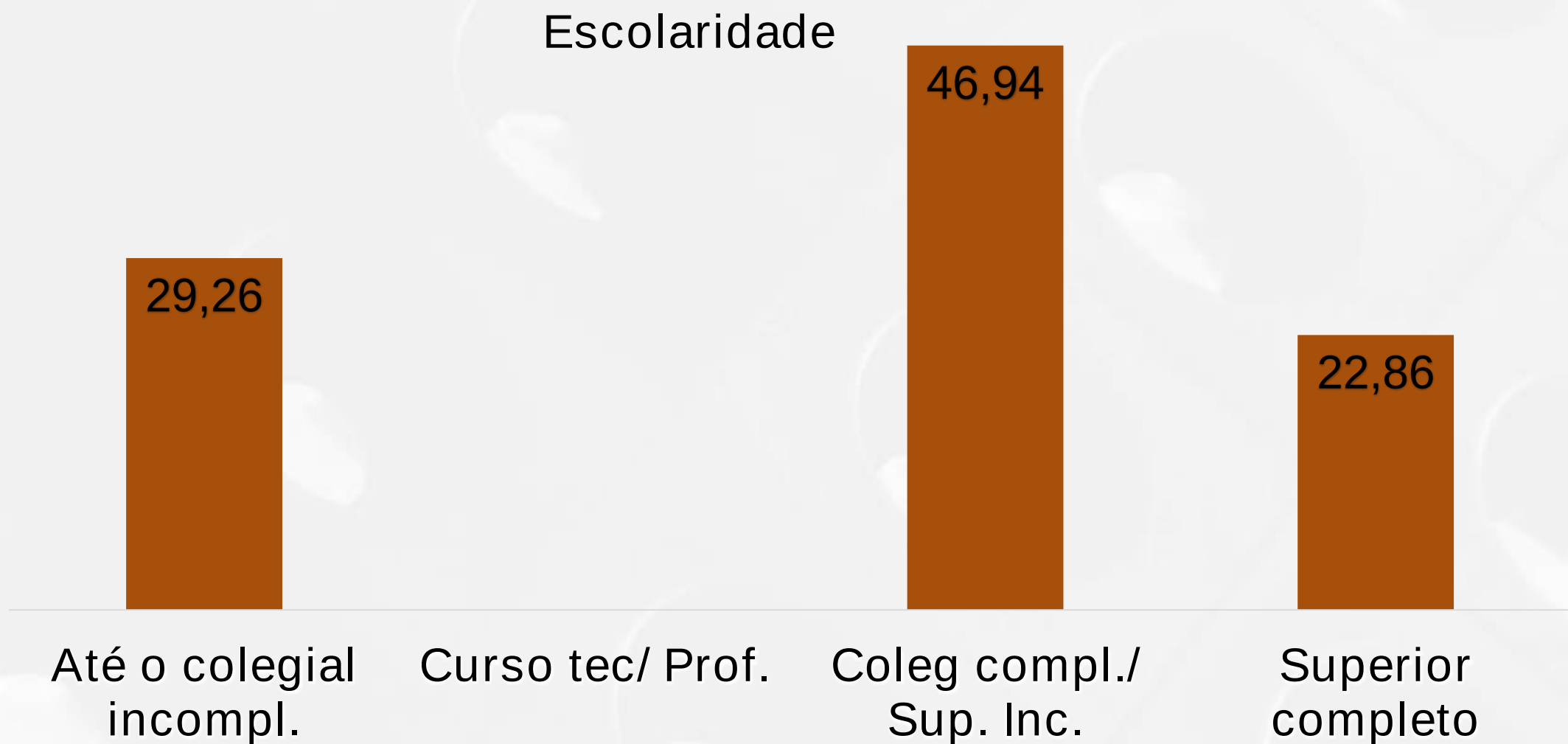


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

POSSE DE CARRO ESTIMULADA (%)



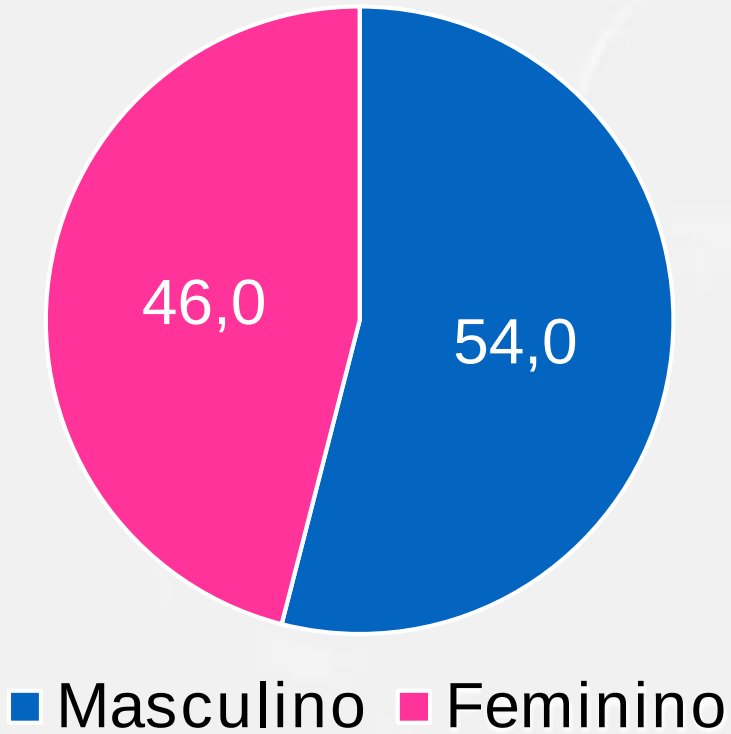
■ Masculino ■ Feminino



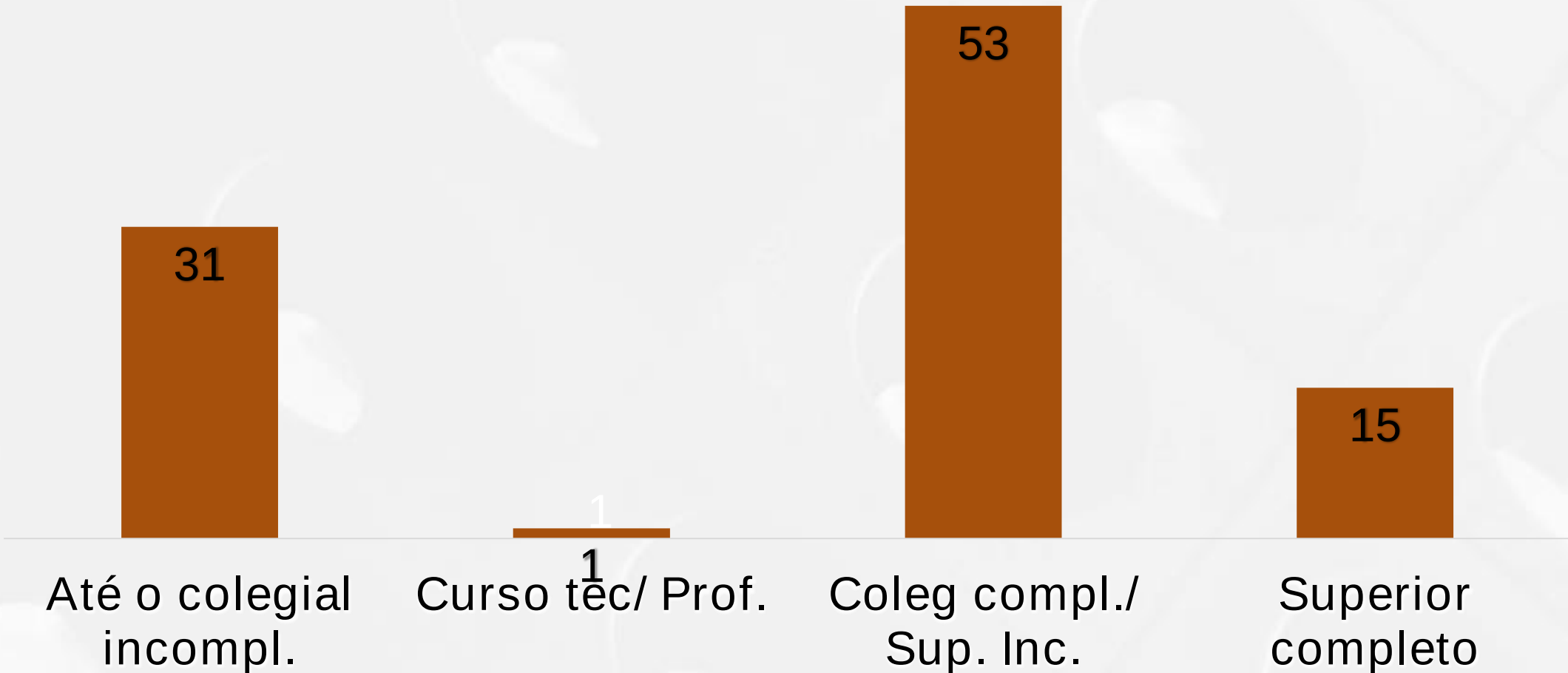
POSSE DE MOTO ESTIMULADA (%)



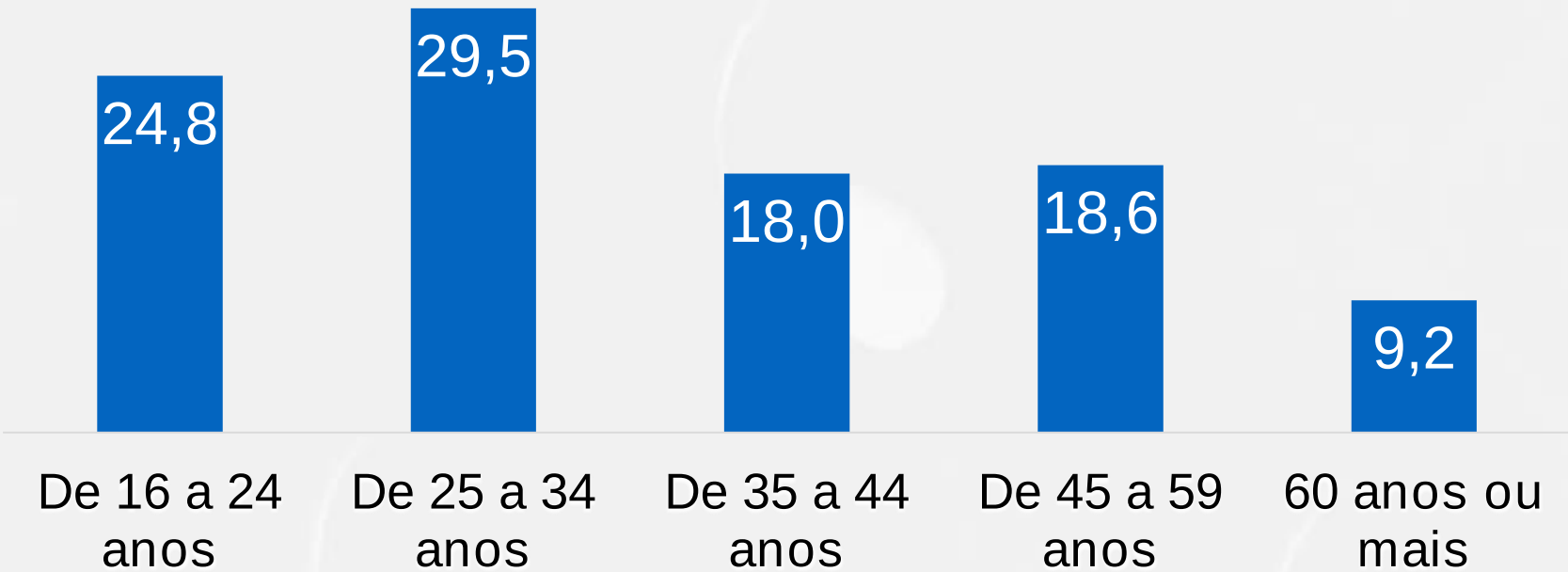
Gênero



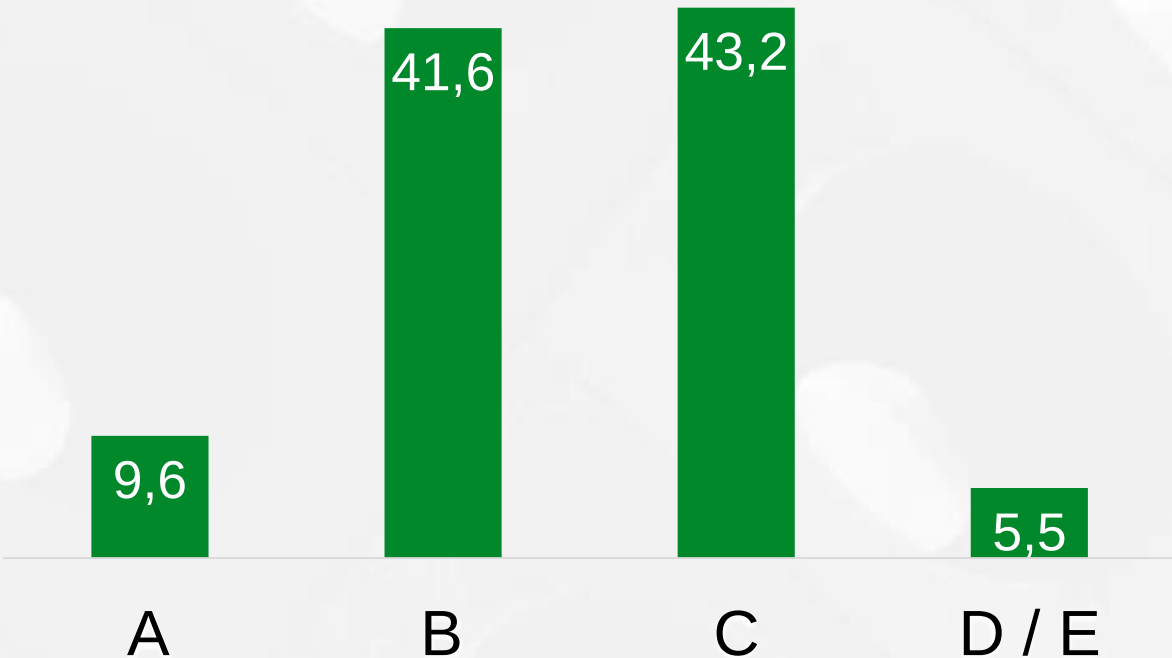
Escolaridade



Idade

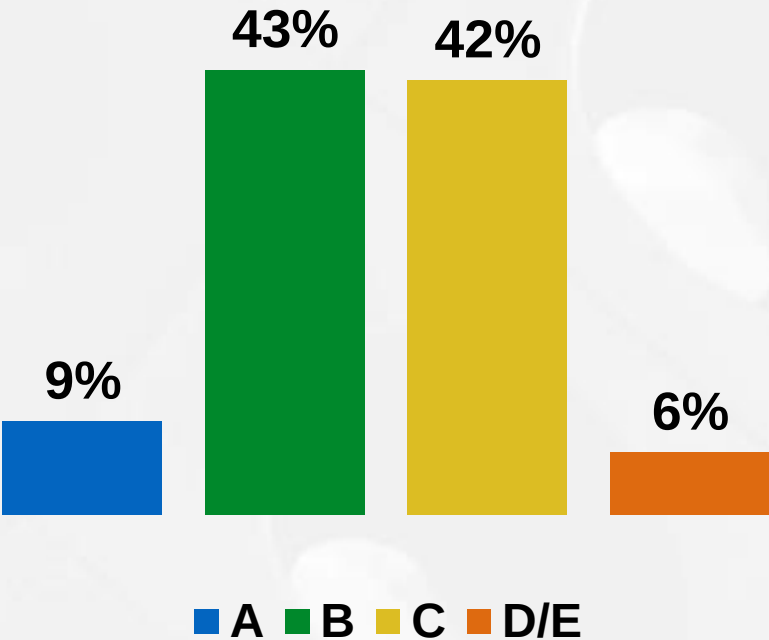
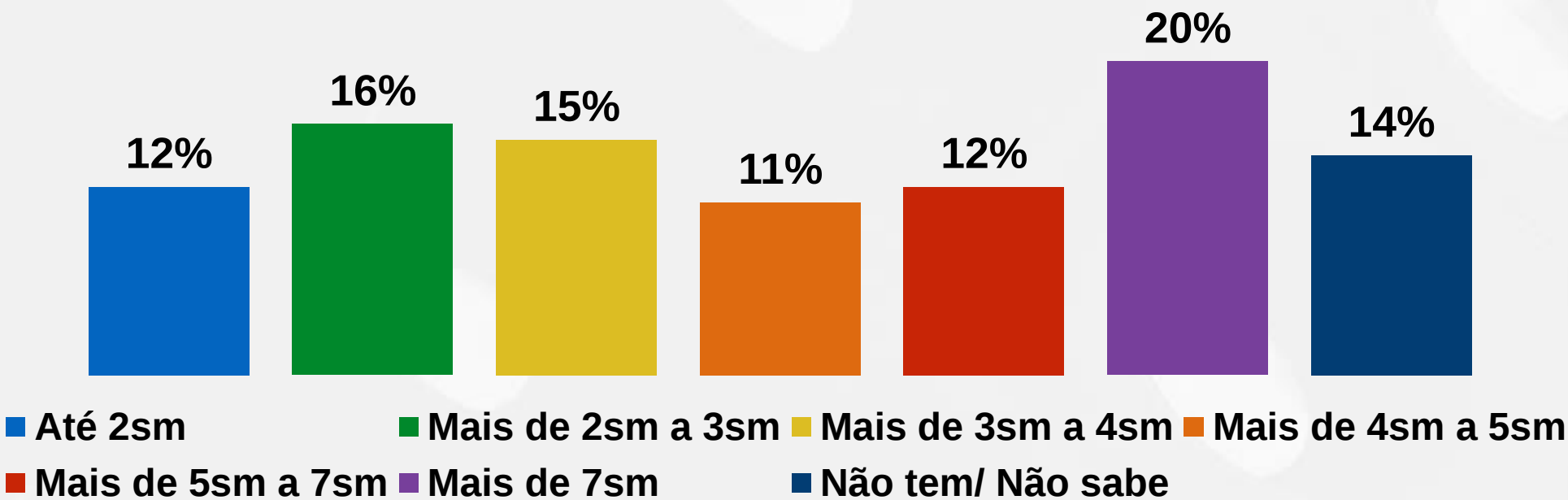
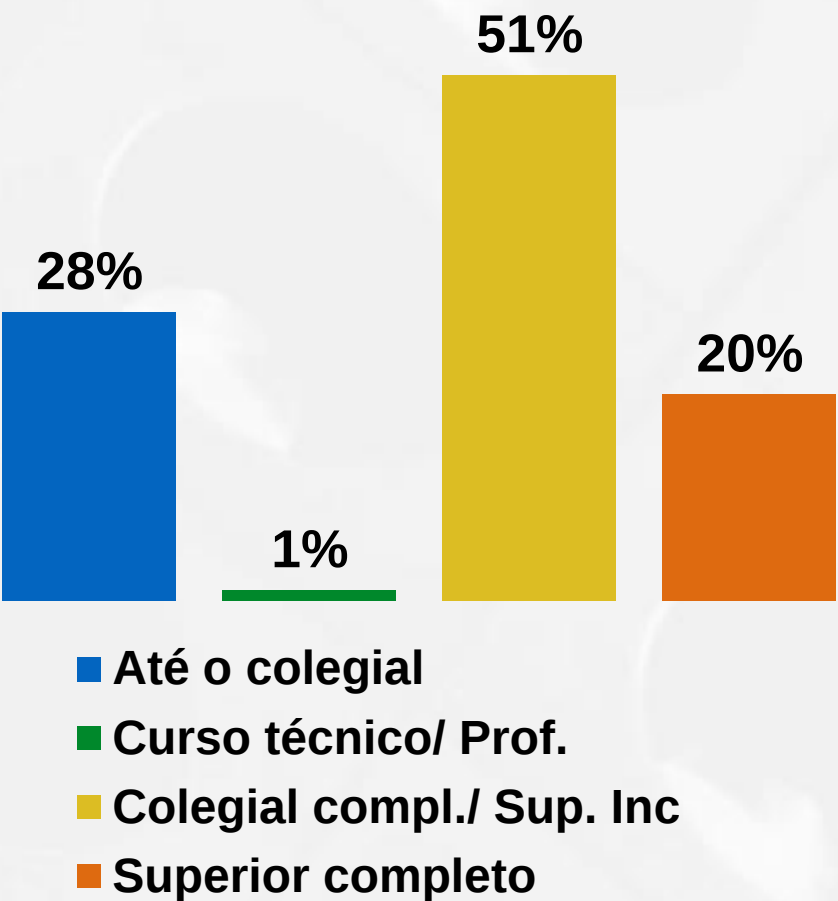
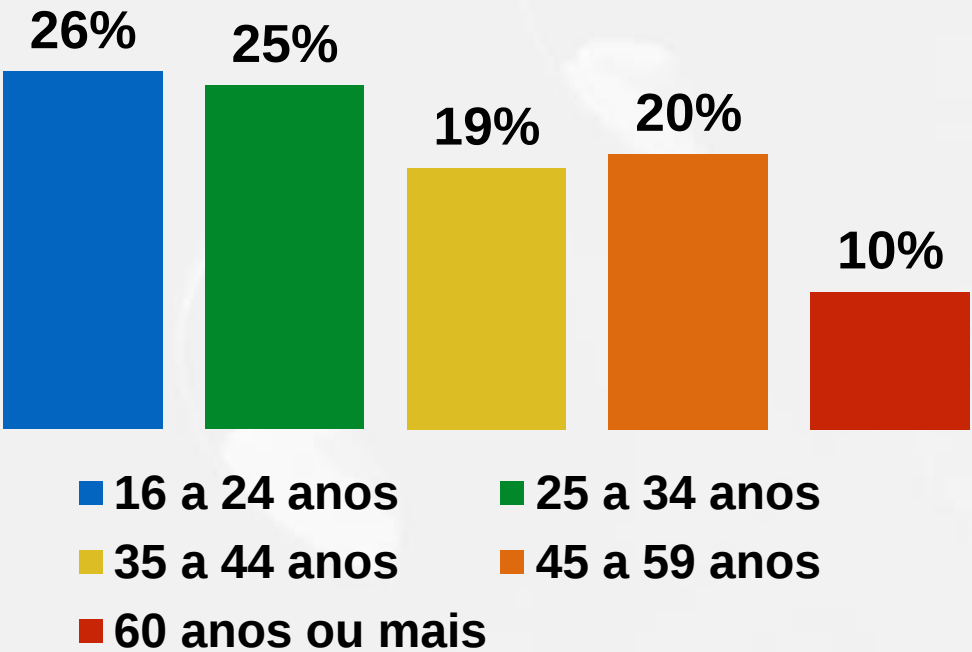
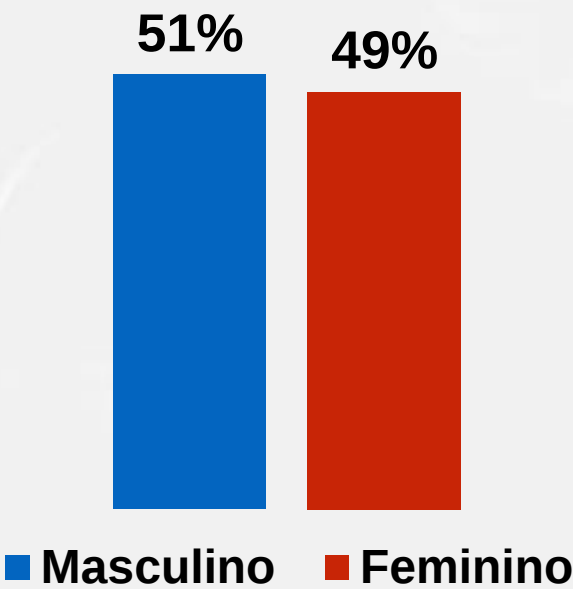
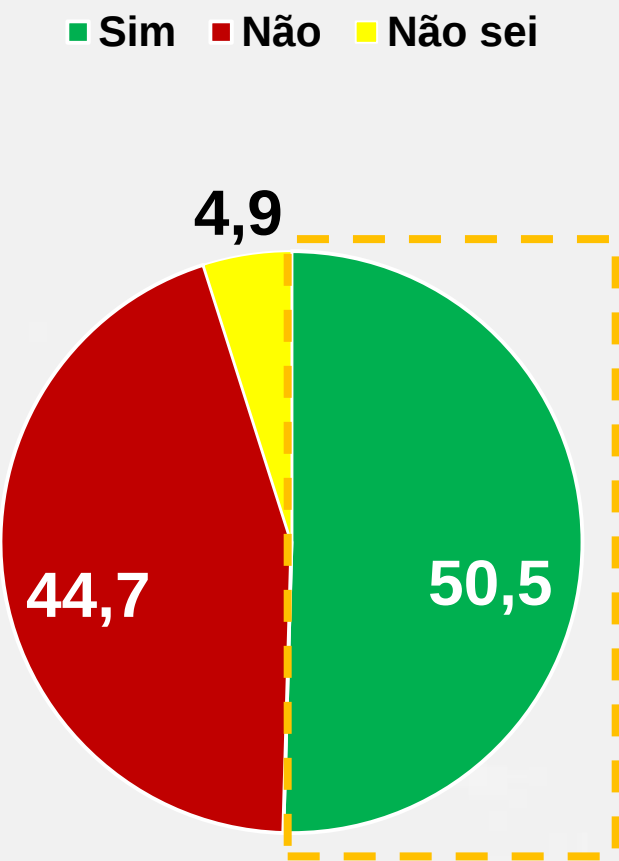


Classe Social



Intenção de compra de automóveis

INTERESSE EM COMPRAR UM AUTOMÓVEL NOS PRÓXIMOS 3 ANOS ESTIMULADA (%)

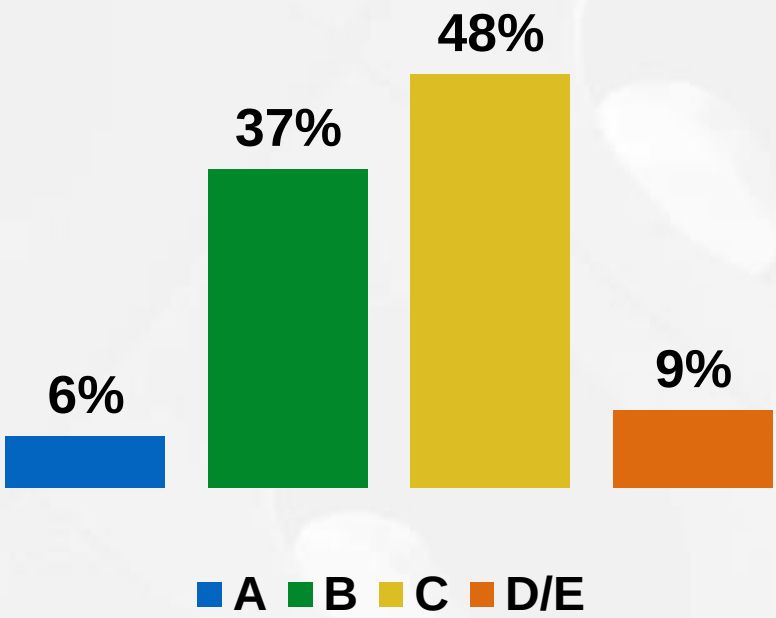
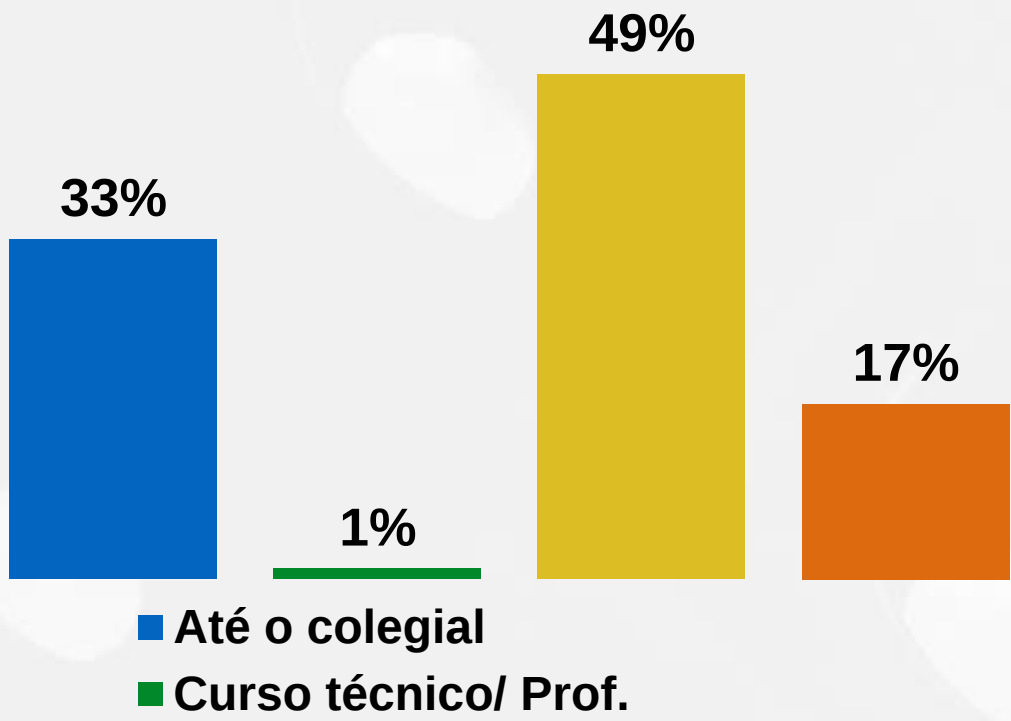
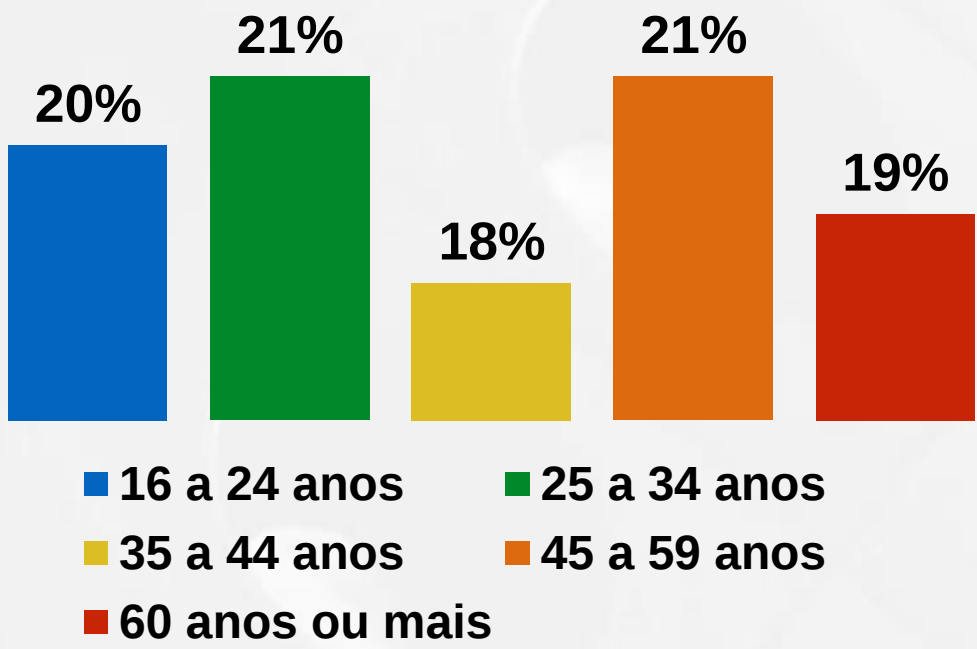
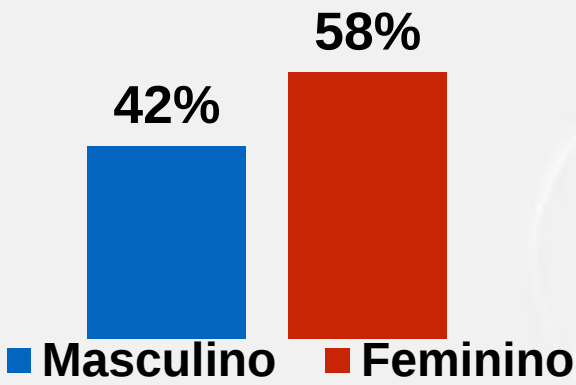
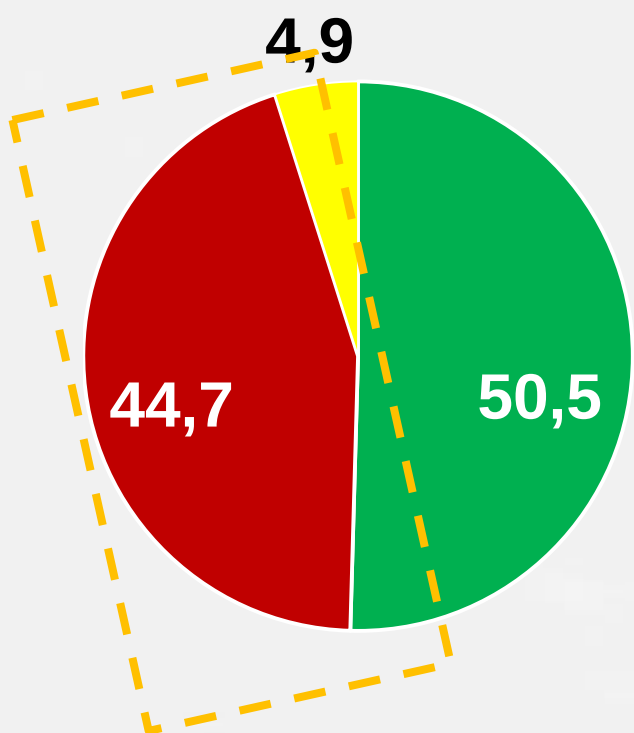


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

NÃO TEM INTERESSE EM COMPRAR UM AUTOMÓVEL NOS PRÓXIMOS 3 ANOS

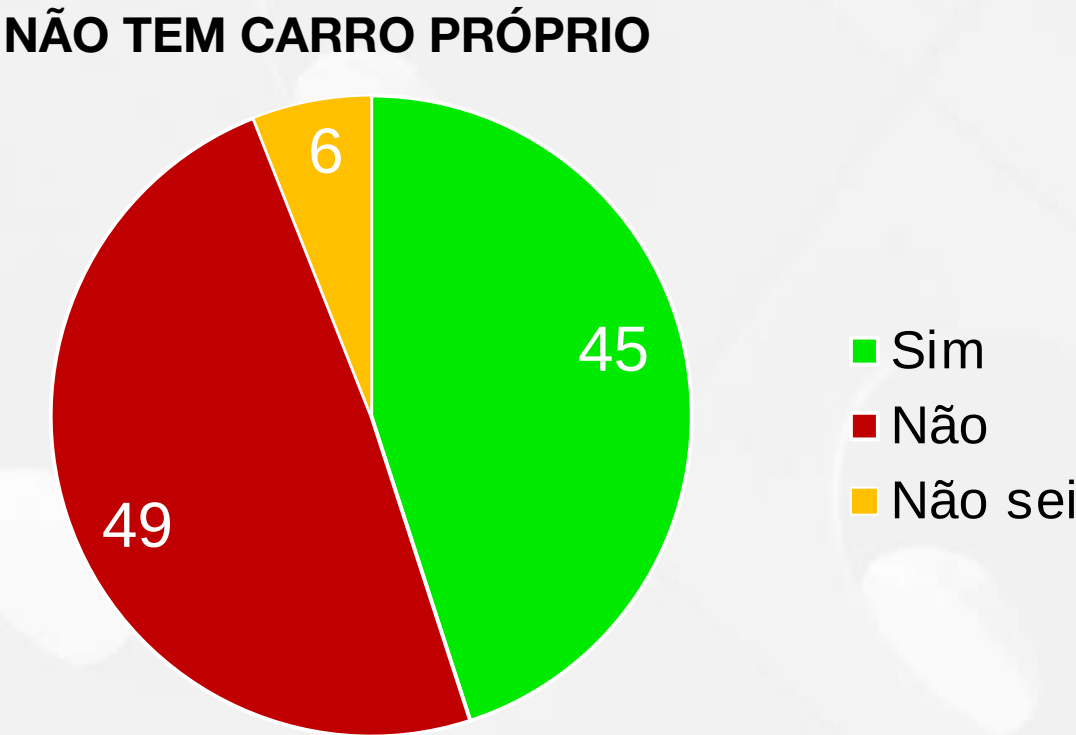
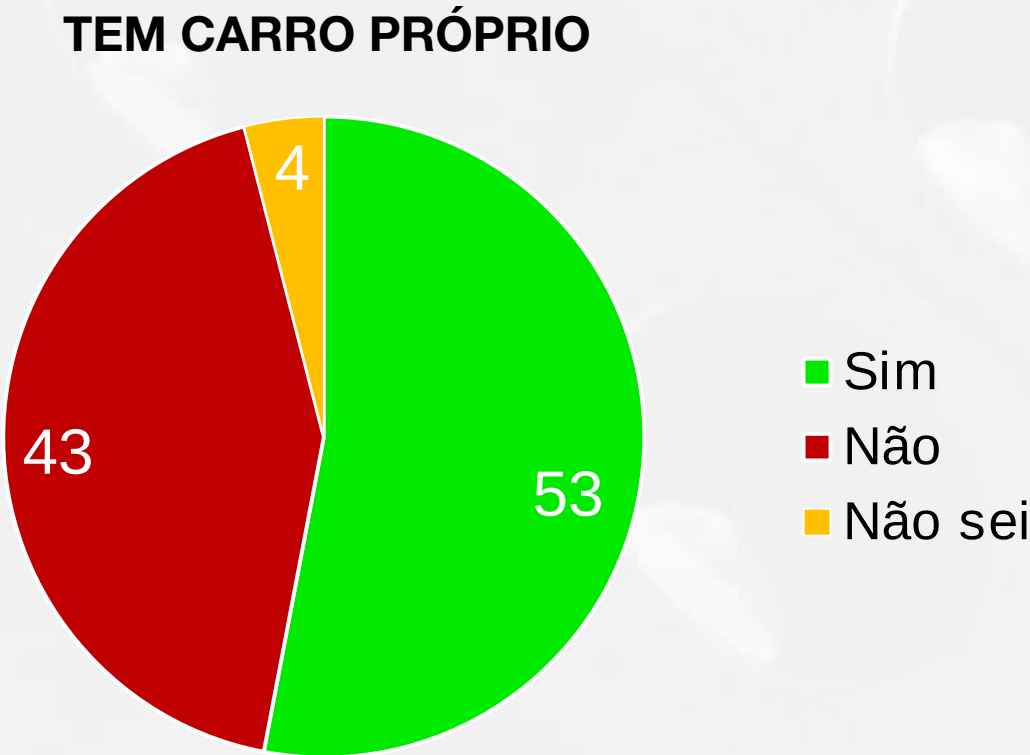
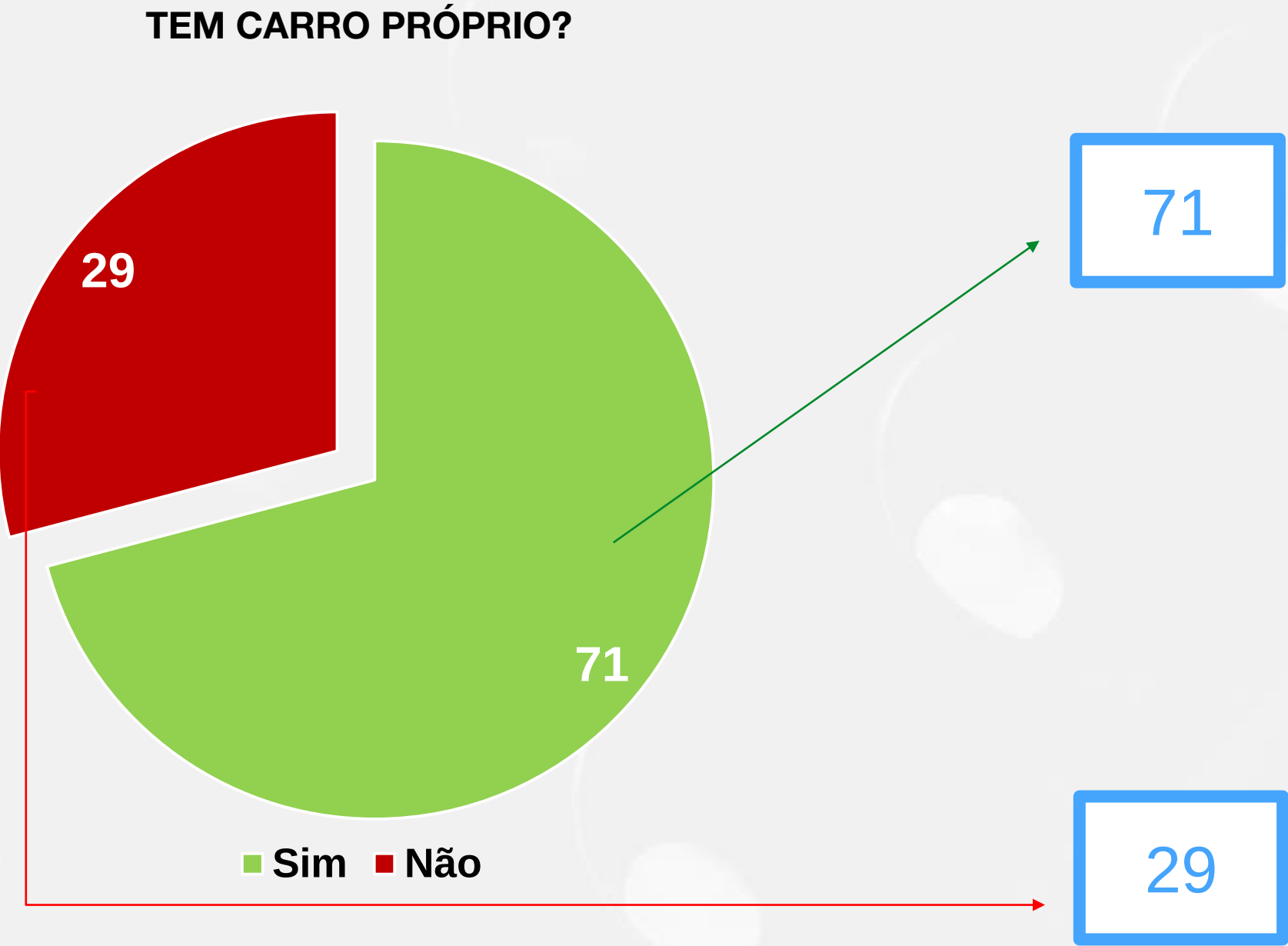
ESTIMULADA (%)

■ Sim ■ Não ■ Não sei



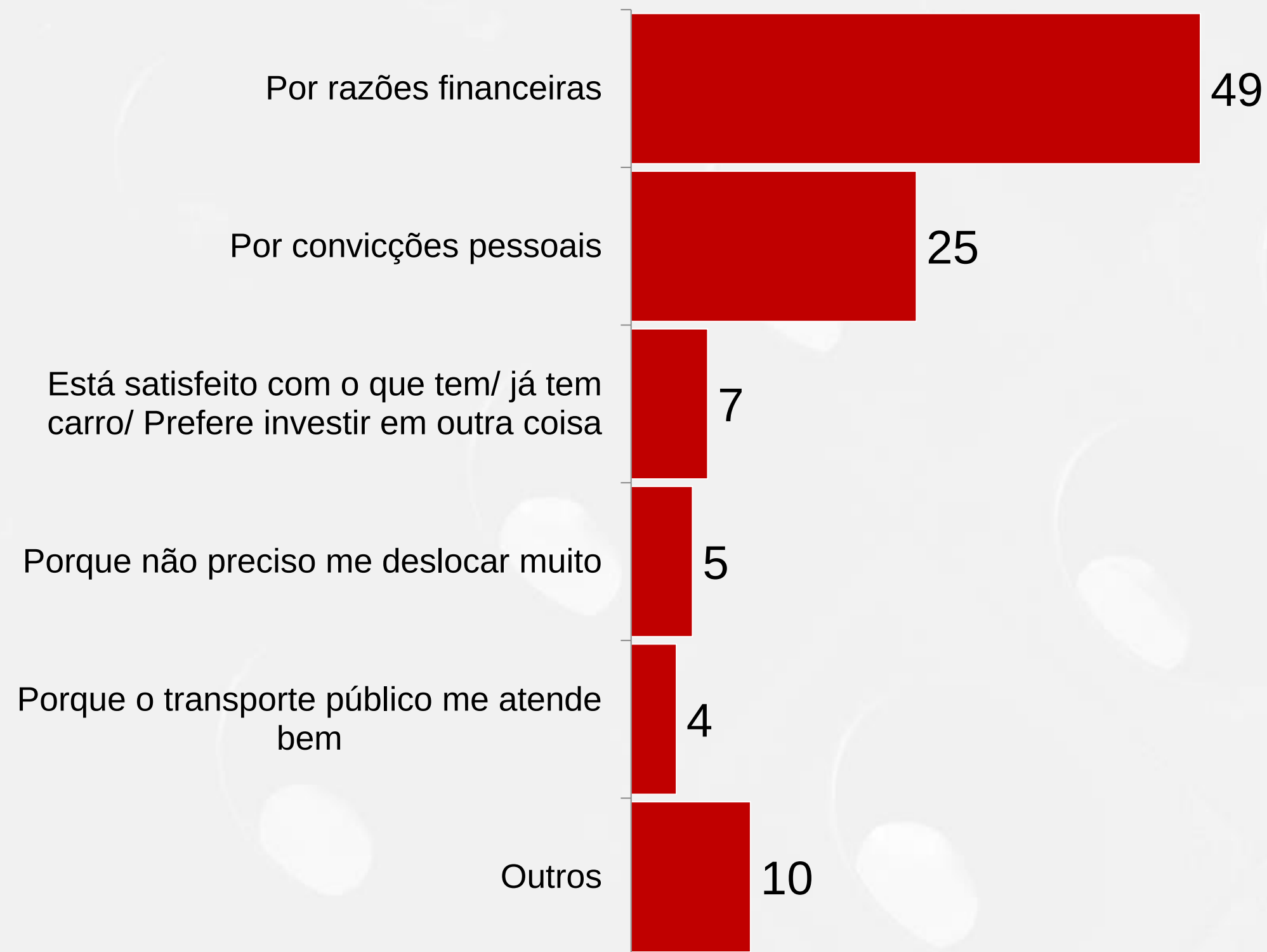
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

POSSE DE VEÍCULO VS. INTERESSE EM ADQUIRIR UM CARRO NOS PRÓXIMOS 3 ANOS ESTIMULADA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MOTIVO PELO QUAL **NÃO** TEM INTERESSE EM COMPRAR UM AUTOMÓVEL NOS PRÓXIMOS 3 ANOS ESTIMULADA (%)

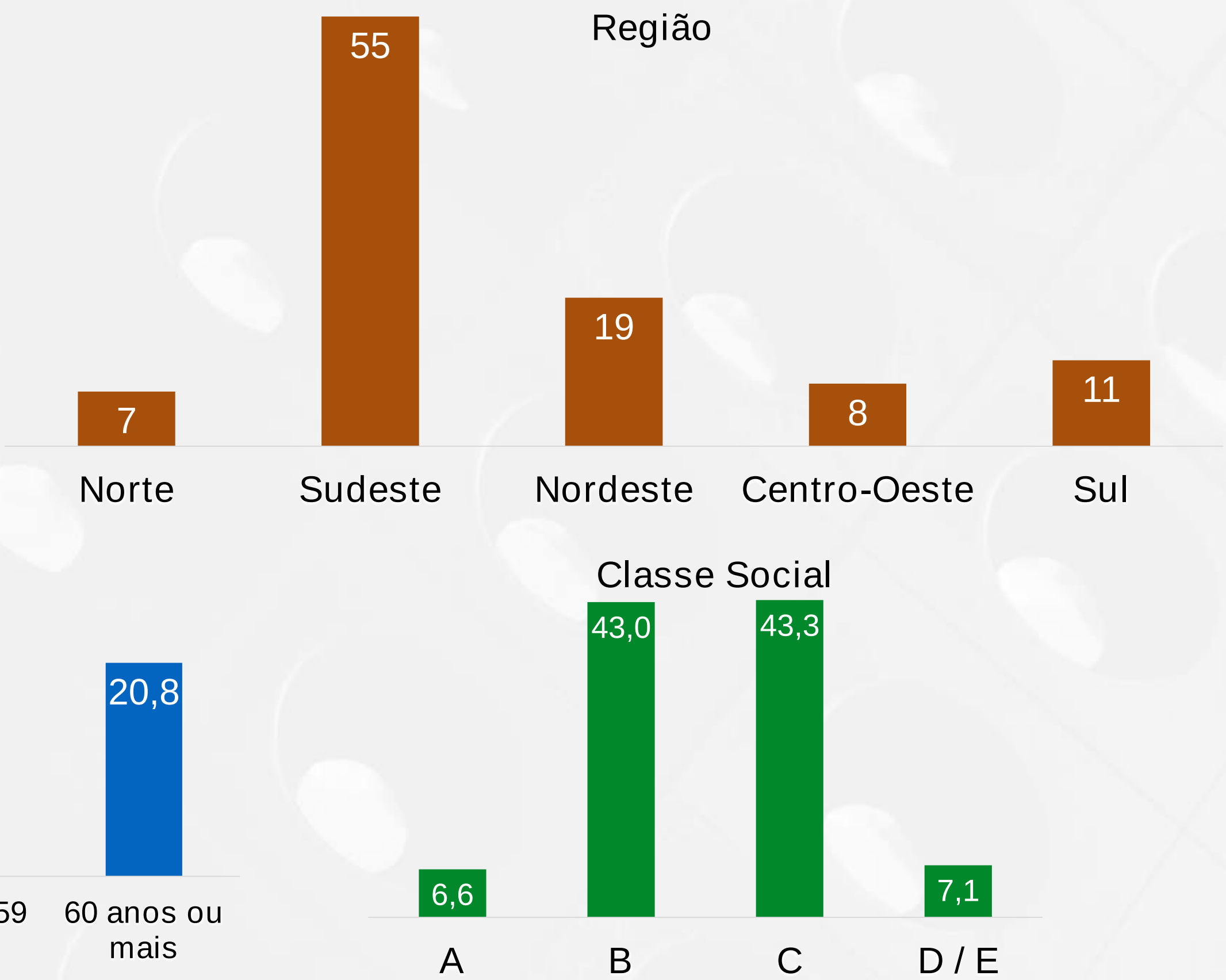
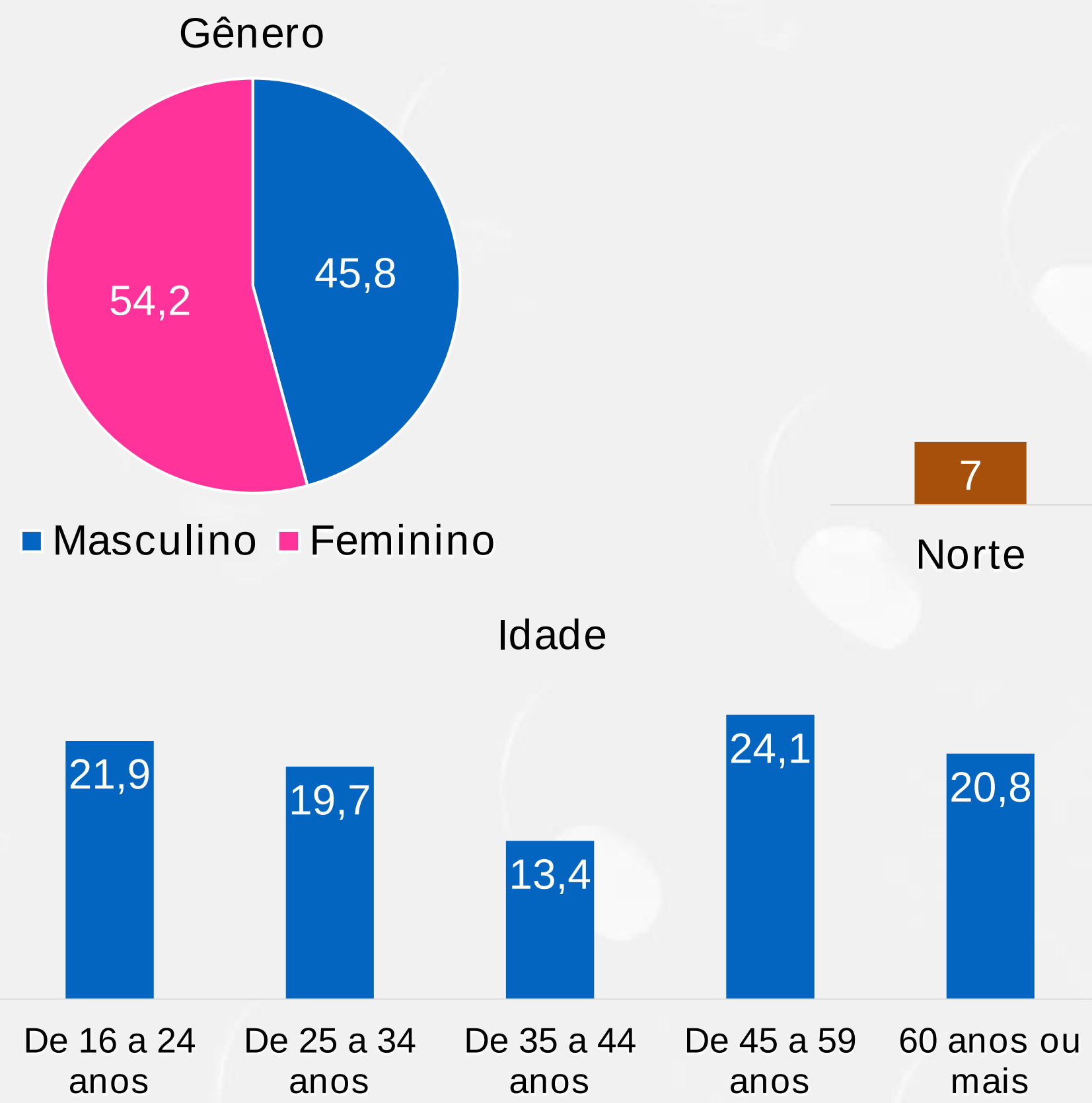


Base: Base: Entrevistados que não pretende comprar um carro = 1486 entrevistas

MOTIVO PELO QUAL **NÃO** TEM INTERESSE EM COMPRAR UM AUTOMÓVEL NOS PRÓXIMOS 3 ANOS

POR CONVICÇÕES PESSOAIS

ESTIMULADA (%)



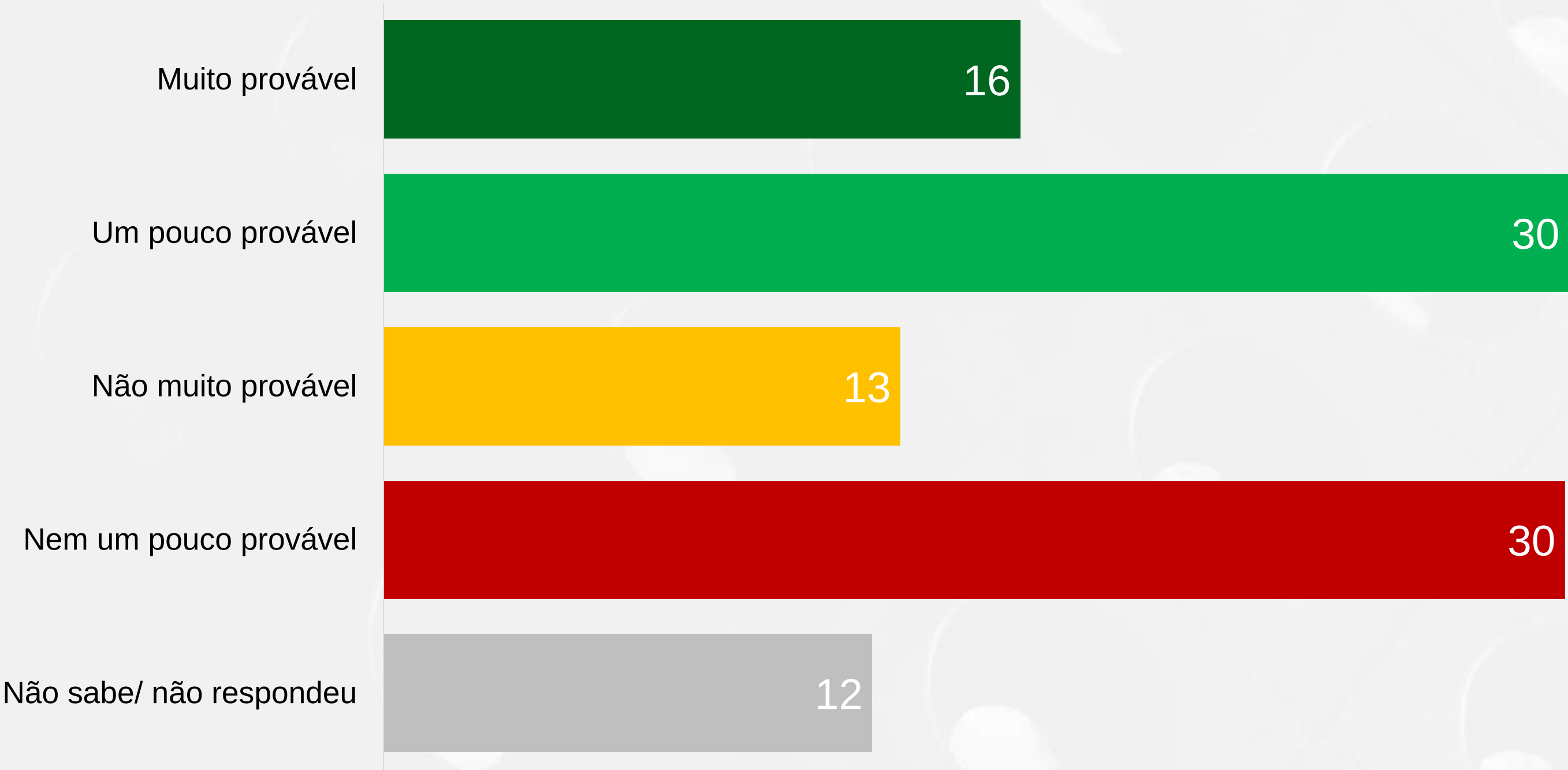


Carro elétrico

PROBABILIDADE EM TER UM CARRO ELÉTRICO

ESTIMULADA (%)

■ Não sabe/ não respondeu ■ Nem um pouco provável ■ Não muito provável ■ Um pouco provável ■ Muito provável



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas



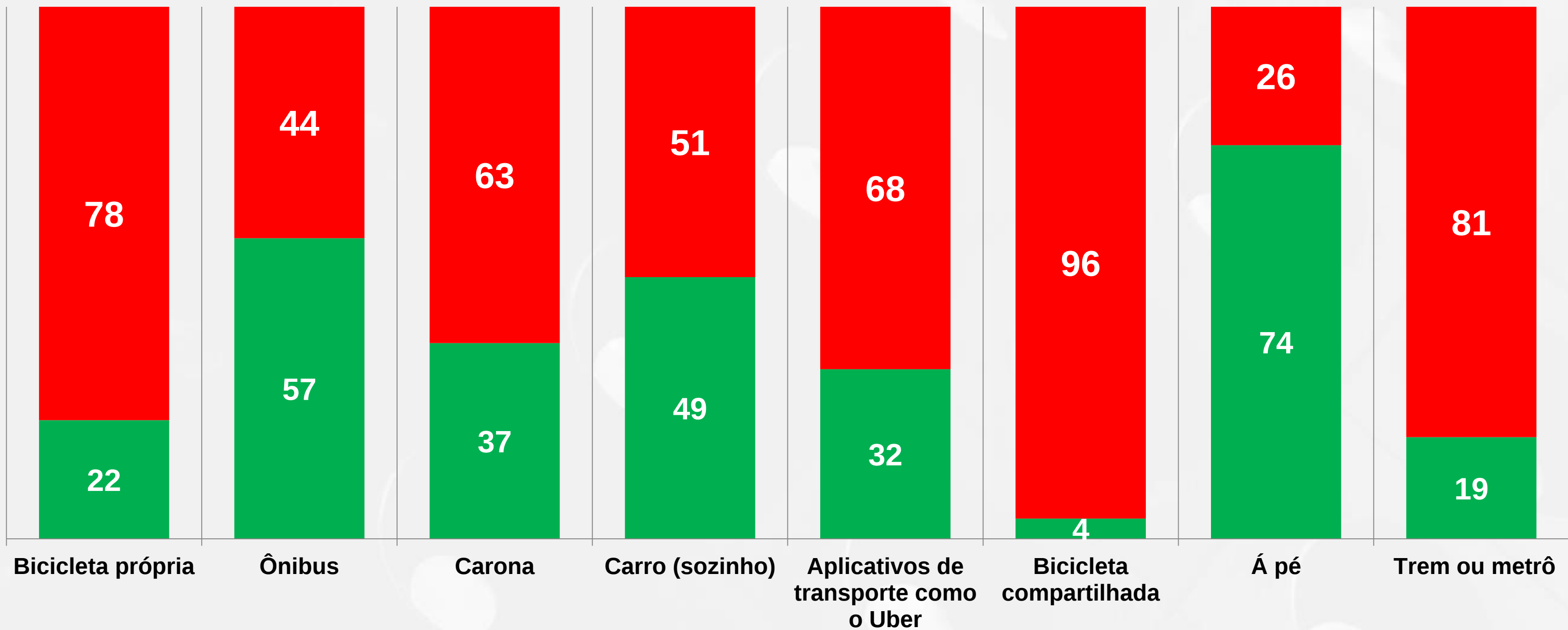
A solid black vertical line is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom of the main content area.

Meios de transporte

MEIOS DE TRANSPORTE USADOS

ESTIMULADA (%)

■ Sim ■ Não



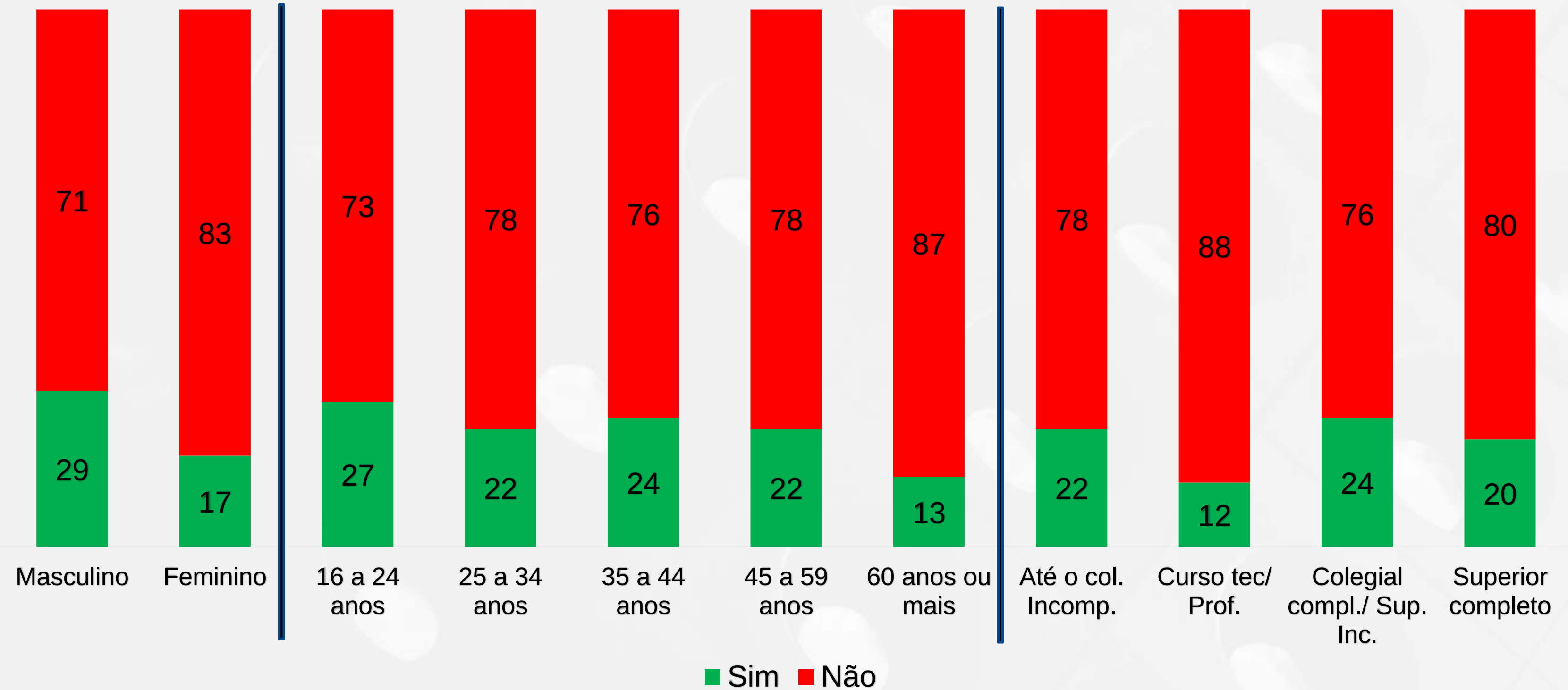
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE - BICICLETA

ESTIMULADA (%)



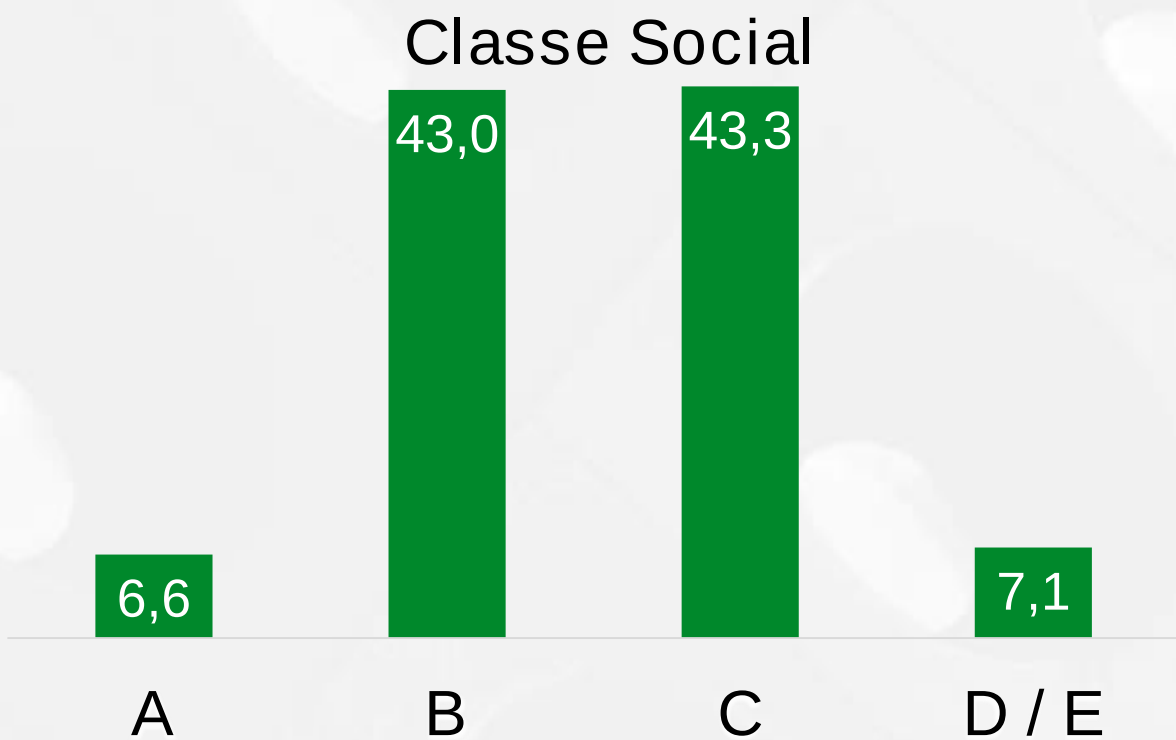
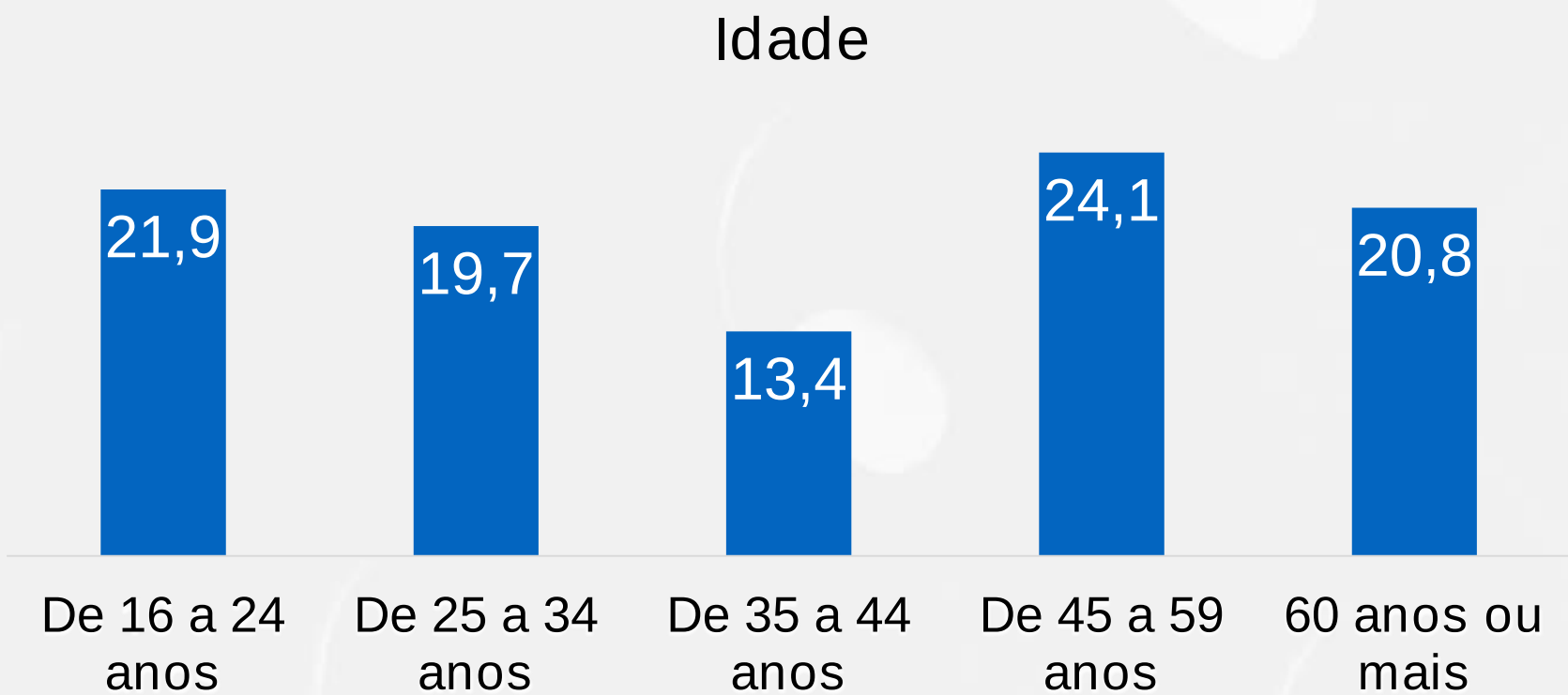
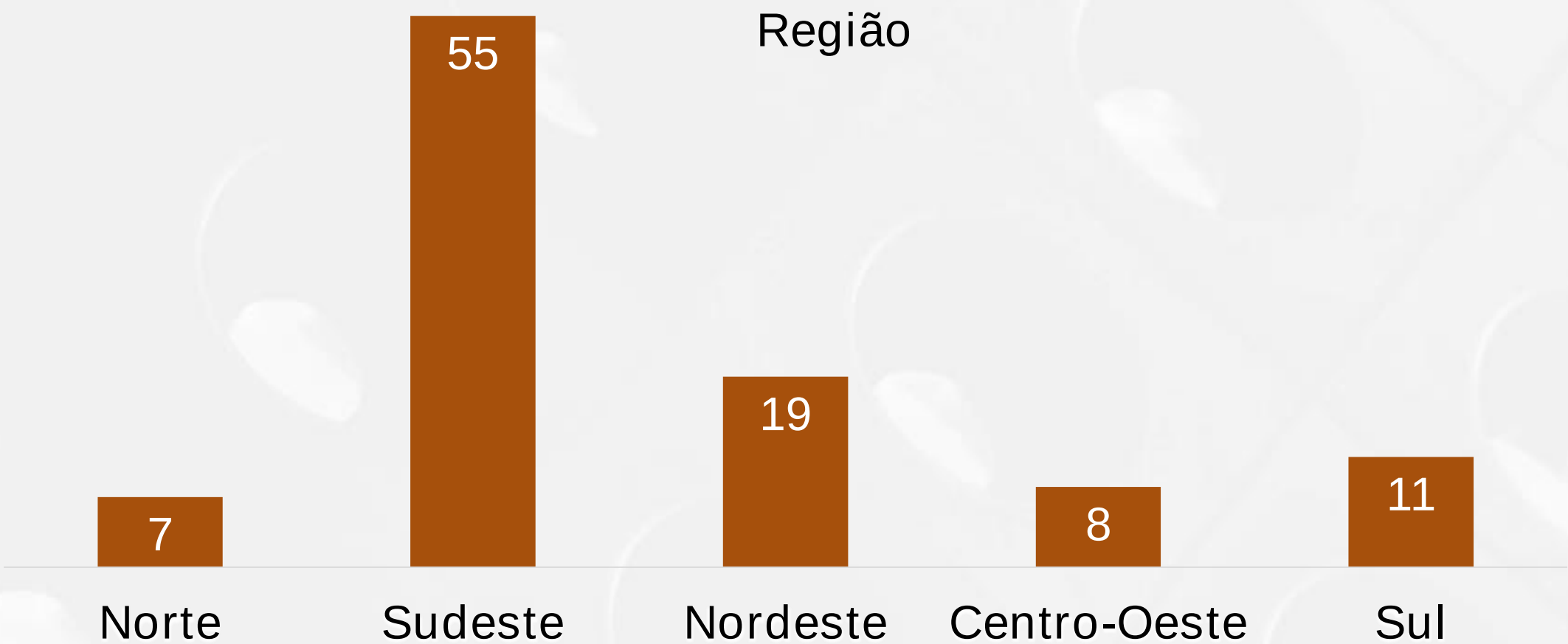
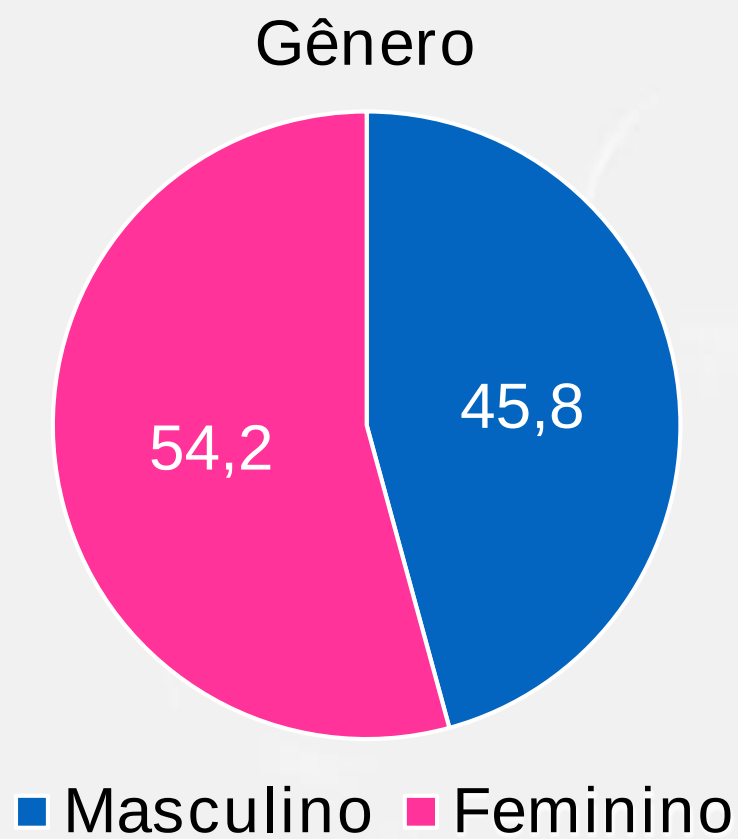
Bicicleta



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE - BICICLETA

ESTIMULADA (%)

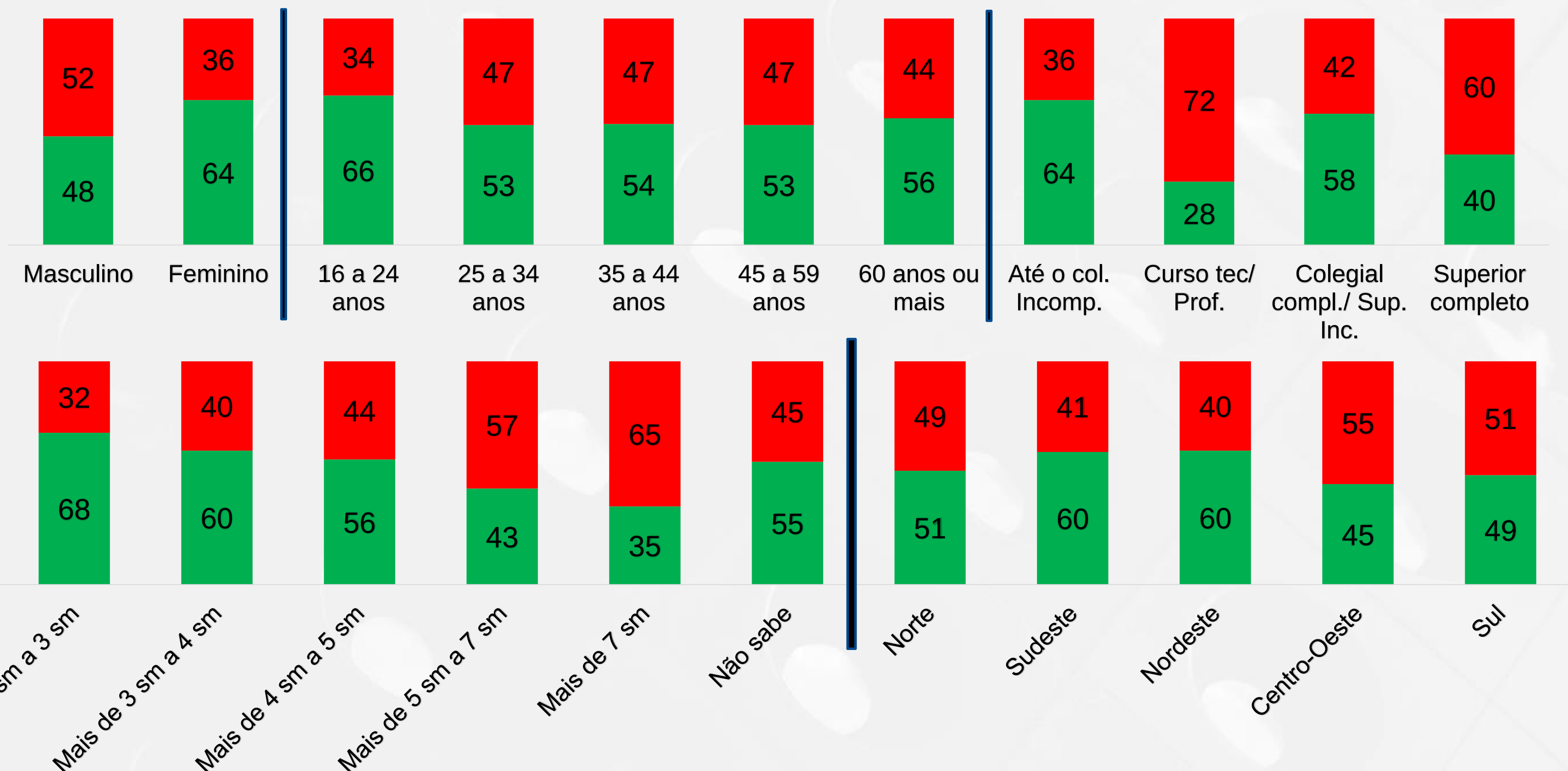


MEIOS DE TRANSPORTE – ÔNIBUS

ESTIMULADA (%)



Ônibus



■ Sim ■ Não

MEIOS DE TRANSPORTE - CARONA

ESTIMULADA (%)



Carona

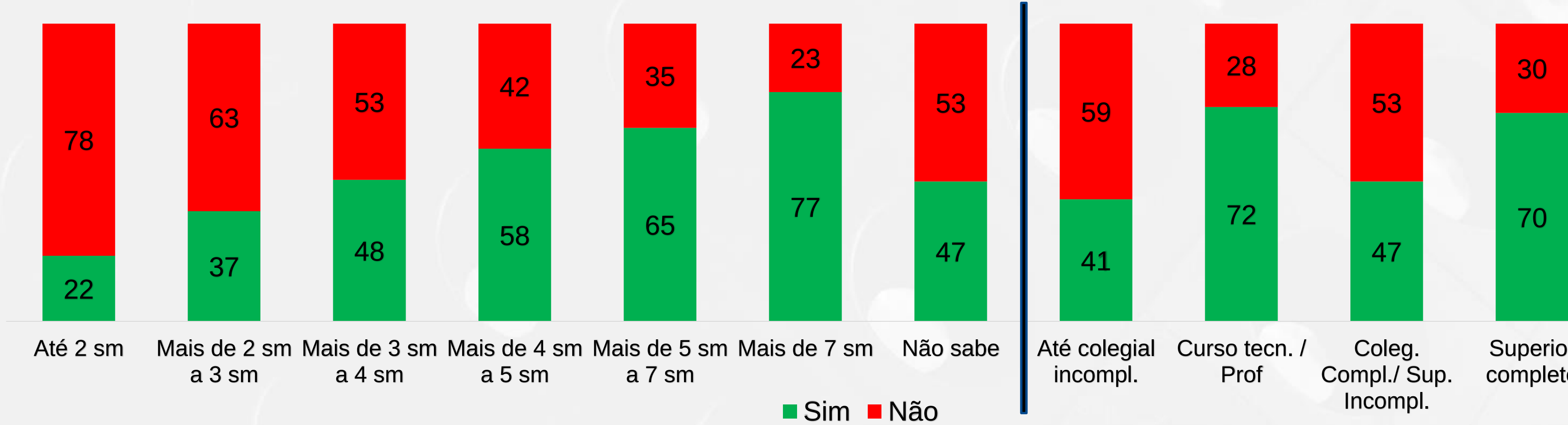
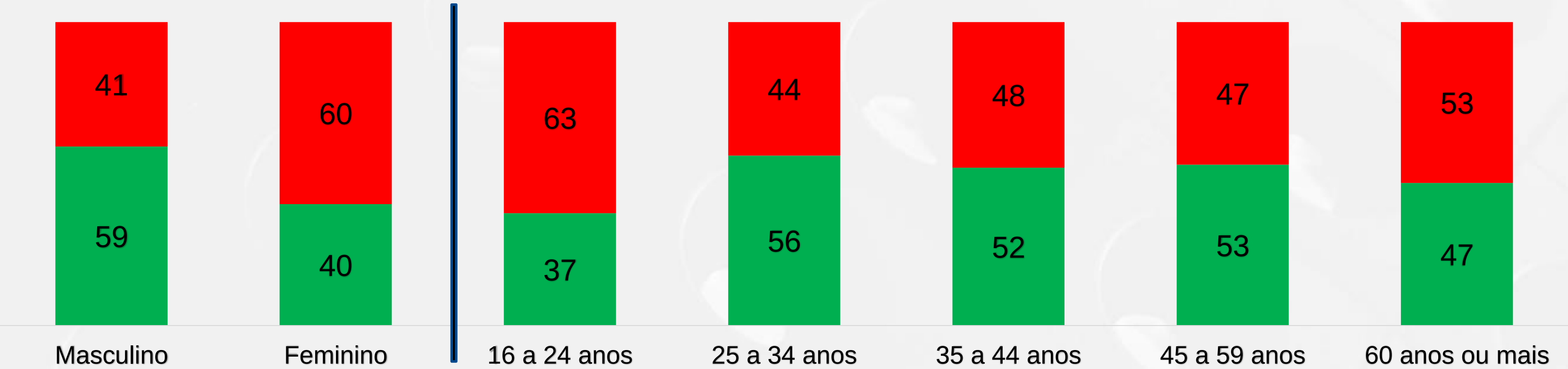


MEIOS DE TRANSPORTE - CARRO

ESTIMULADA (%)



Carro (sozinho)



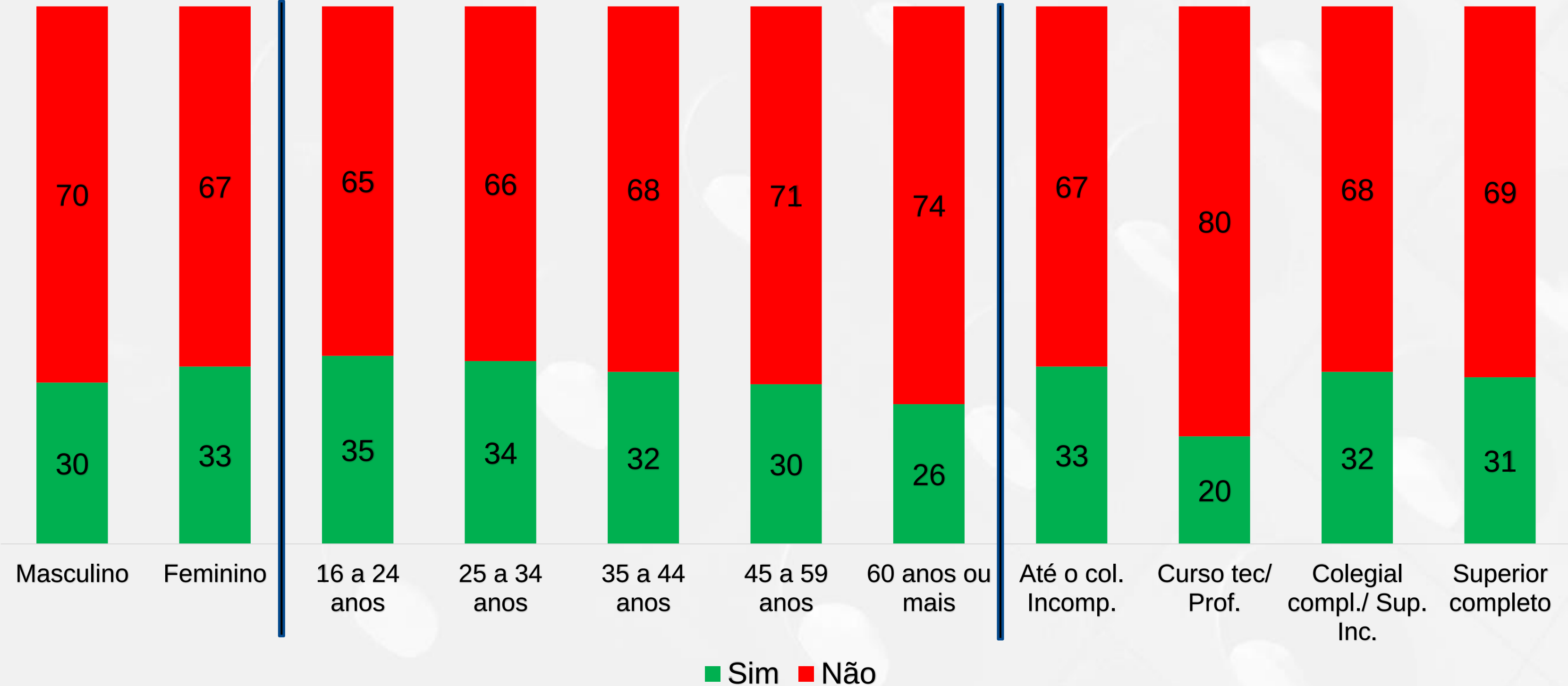
■ Sim ■ Não

Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE - UBER

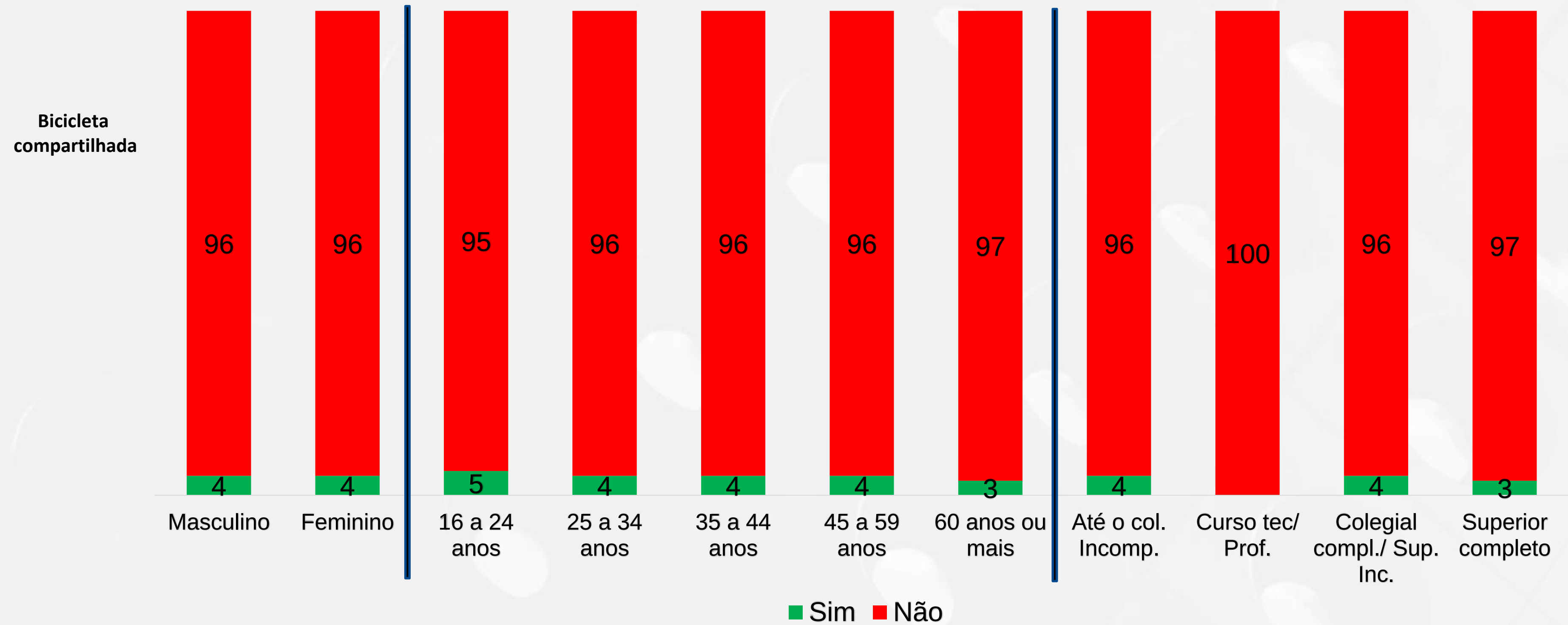
ESTIMULADA (%)

Aplicativos de
transporte
como o Uber



MEIOS DE TRANSPORTE – BICICLETA COMPARTILHADA

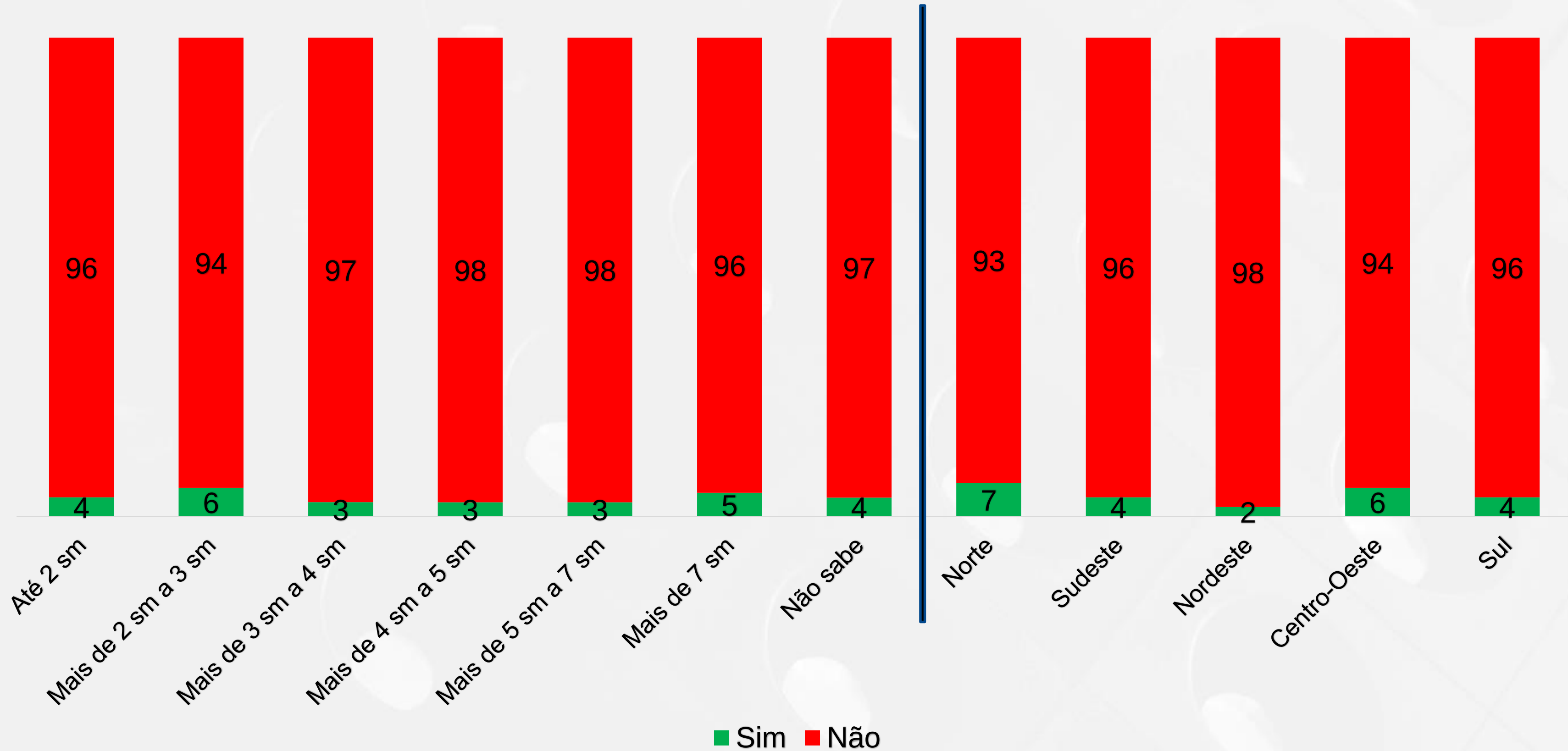
ESTIMULADA (%)



MEIOS DE TRANSPORTE – BICICLETA COMPARTILHADA

ESTIMULADA (%)

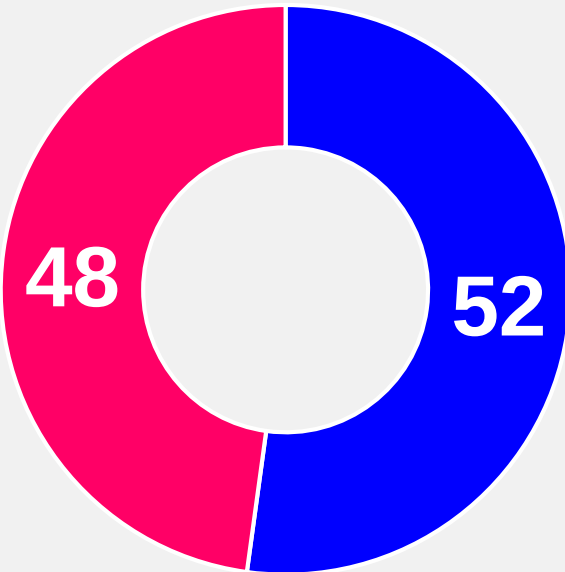
Bicicleta
compartilhada



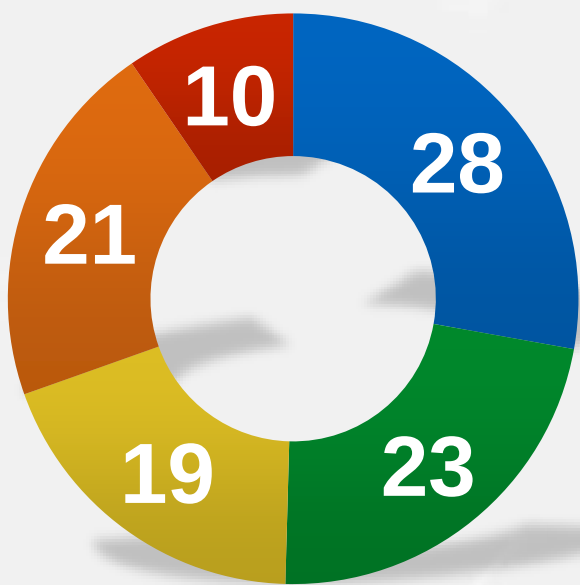
MEIOS DE TRANSPORTE – BICICLETA COMPARTILHADA

QUEM SÃO AS PESSOAS QUE AS UTILIZAM

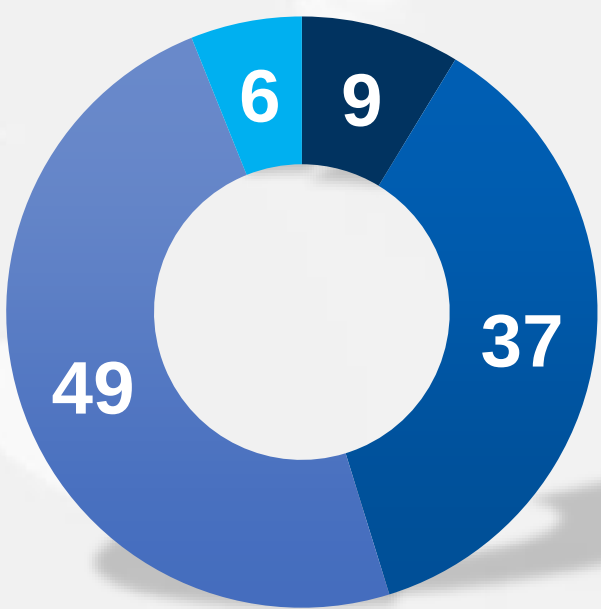
ESTIMULADA (%)



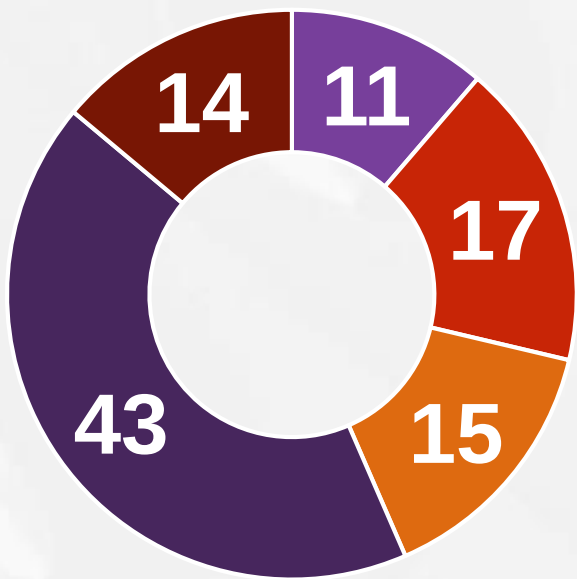
■ Masculino ■ Feminino



■ 16 a 24 anos ■ 25 a 34 anos
■ 35 a 44 anos ■ 45 a 59 anos
■ 60 anos ou mais



■ A ■ B ■ C ■ DE



■ Centro-oeste ■ Nordeste
■ Norte ■ Sudeste
■ Sul



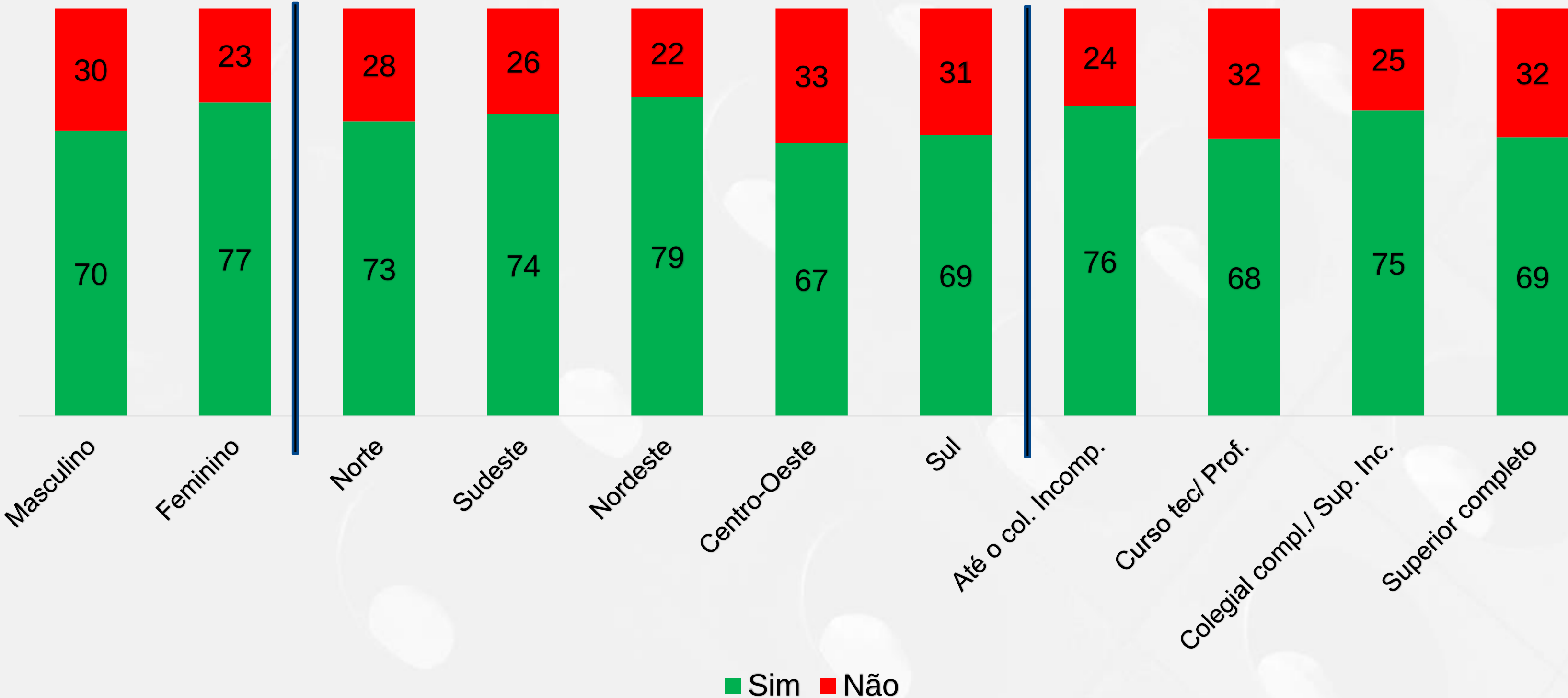
■ Analfabeto/ Primário incompleto ■ Primário completo/ ginásio incompleto
■ Ginásio completo/colegial incompleto ■ Curso técnico / profissionalizante
■ Colegial completo/ Superior incompleto ■ Superior completo

MEIOS DE TRANSPORTE – A PÉ

ESTIMULADA (%)



A pé

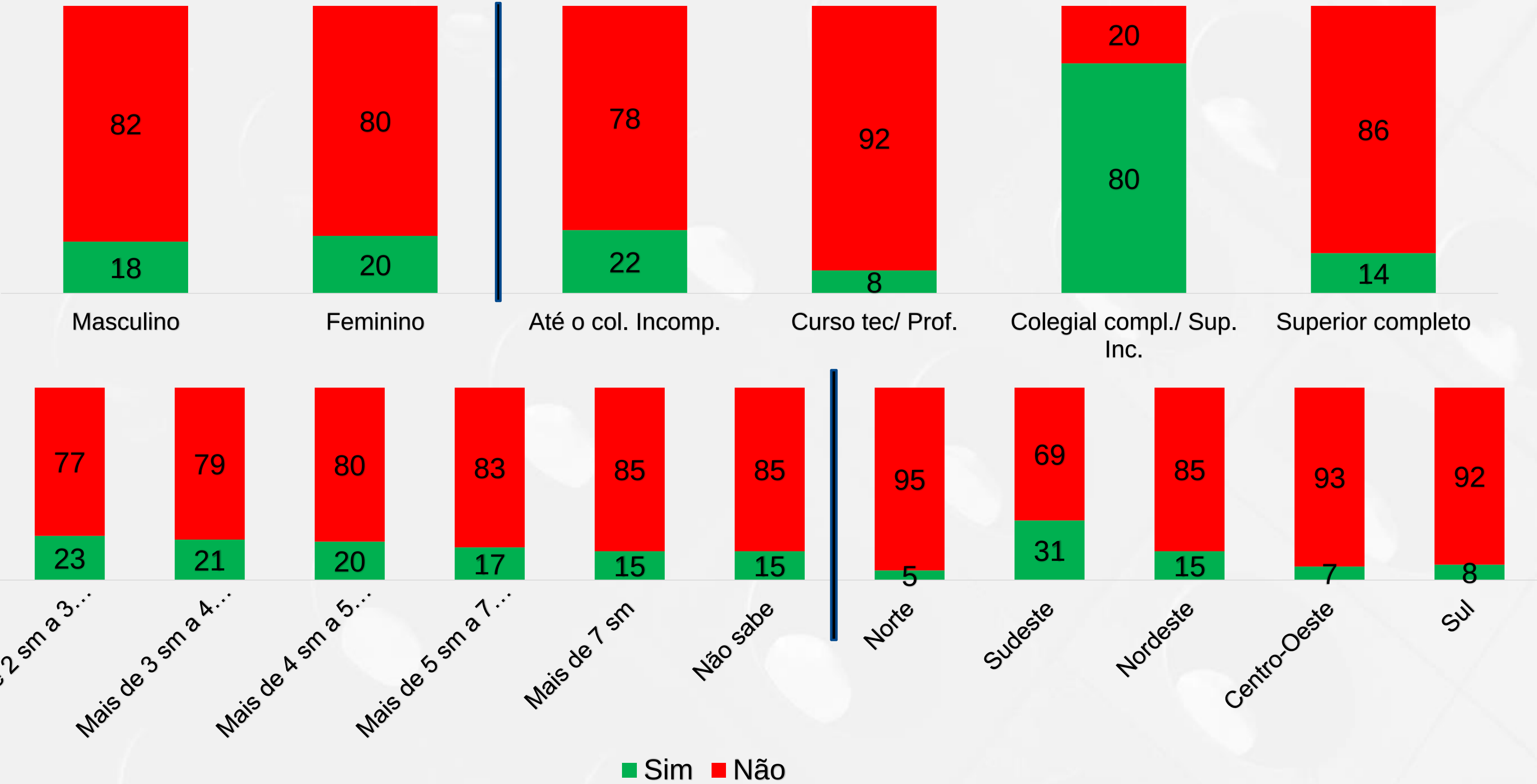


MEIOS DE TRANSPORTE – TREM OU METRÔ

ESTIMULADA (%)



Trem
Ou
Metrô



■ Sim ■ Não

MEIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS

DIFERENÇAS SIGNIFICATIVAS

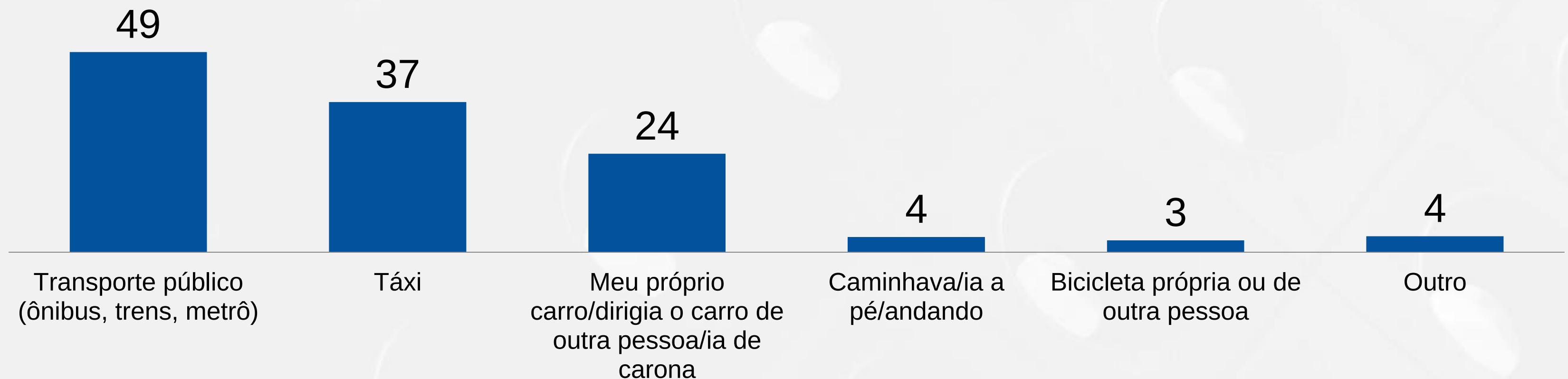
- ✓ A BICICLETA é mais usada por pessoas de 16 a 24 anos de idade e pessoas com colegial completo/ superior incompleto.
- ✓ O ÔNIBUS é mais usado por pessoas de 16 a 24 anos de idade, que têm o colegial incompleto, que ganham até 2 salários mínimos e que sejam das regiões Sudeste e Nordeste.
- ✓ As CARONAS são mais usadas pelas pessoas de 16 a 24 anos de idade.
- ✓ Os CARROS (sozinho) são mais usados por indivíduos de 25 a 34 anos de idade, com curso técnico, que ganham mais de sete salários mínimos.
- ✓ APLICATIVOS DE CARONA (ex.: UBER), são mais usados por pessoas de 16 a 24 anos de idade com o colegial incompleto/ colegial completo e superior completo;
- ✓ A PÉ é o meio mais usado por quem tem o colegial incompleto. Até dois salários mínimo e que sejam residentes do Nordeste.
- ✓ TREM/ METRÔ são mais usados por quem tem o colegial incompleto, que ganha entre dois e três salários mínimos e que residam na região Sudeste.

A solid black vertical line is positioned to the left of the title.

Aplicativos de transporte privado

MEIOS DE TRANSPORTE USADOS ANTES DO UBER

ESTIMULADA (%)



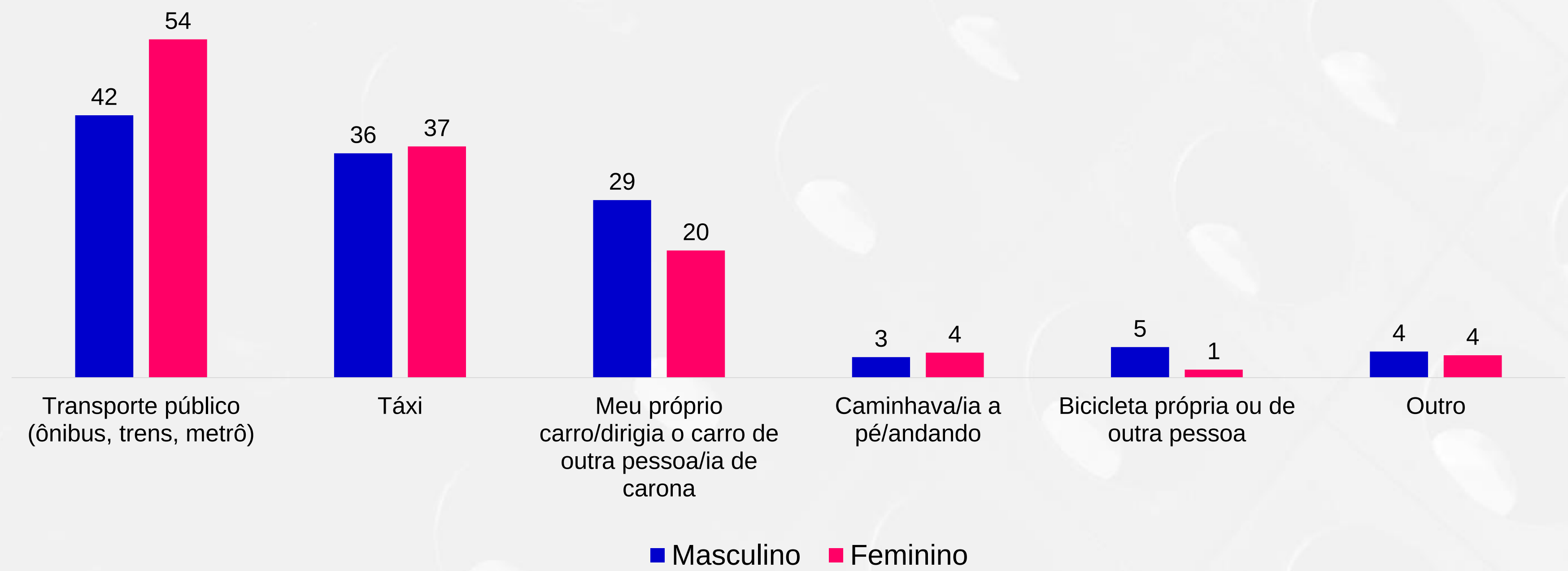
Base: Entrevistados que utilizam Uber = 967 entrevistas

Meios de transporte usados antes do Uber

MEIOS DE TRANSPORTE USADOS ANTES DO UBER

MEIO DE TRANSPORTE X GÊNERO

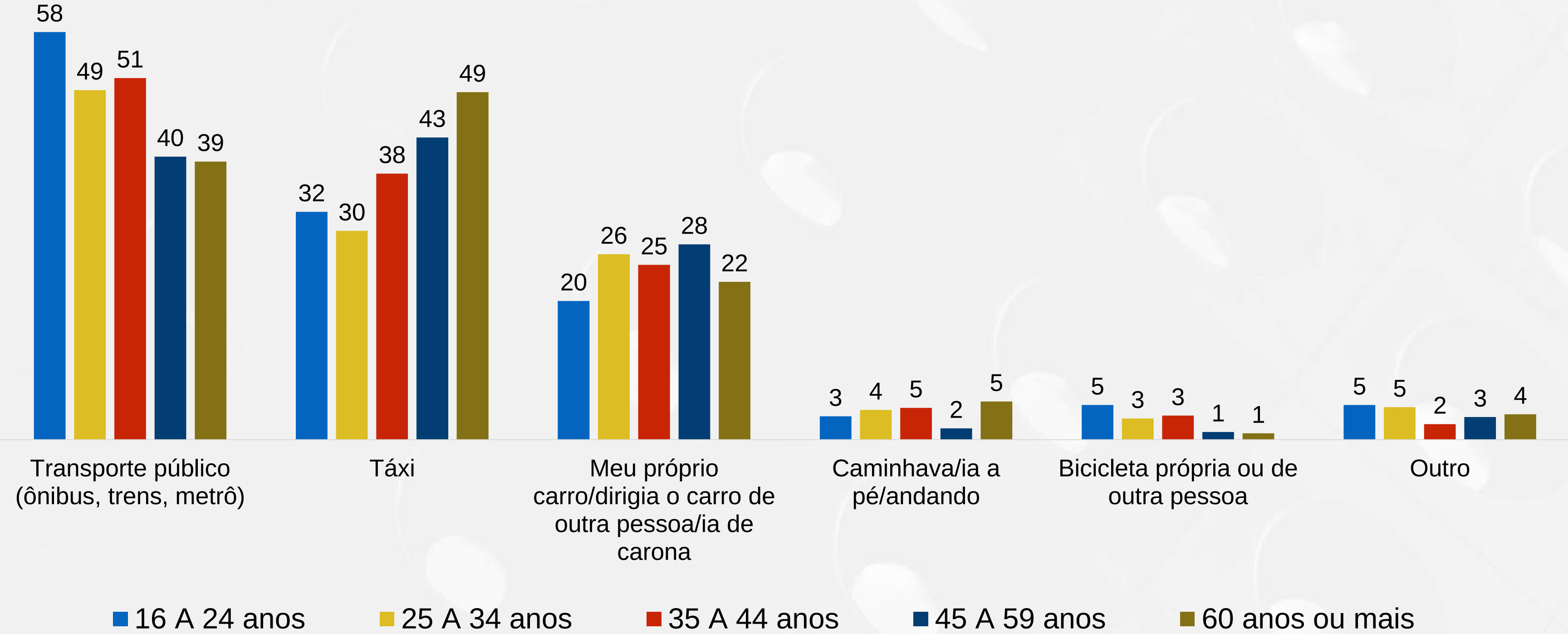
ESTIMULADA (%)



Base: Entrevistados que utilizam Uber = 967 entrevistas / IM=1,19

MEIOS DE TRANSPORTE USADOS ANTES DO UBER

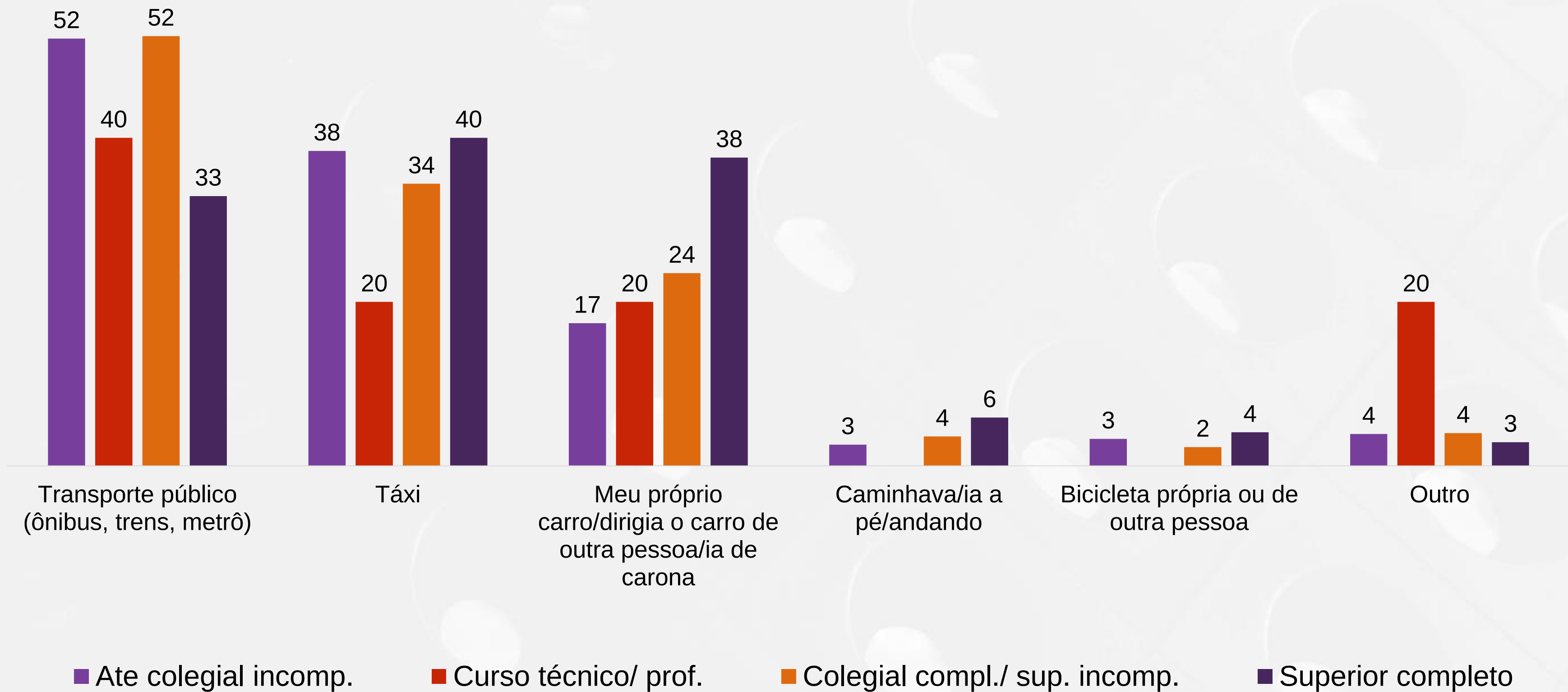
ESTIMULADA (% IDADE)



Base: Entrevistados que utilizam Uber = 967 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE USADOS ANTES DO UBER

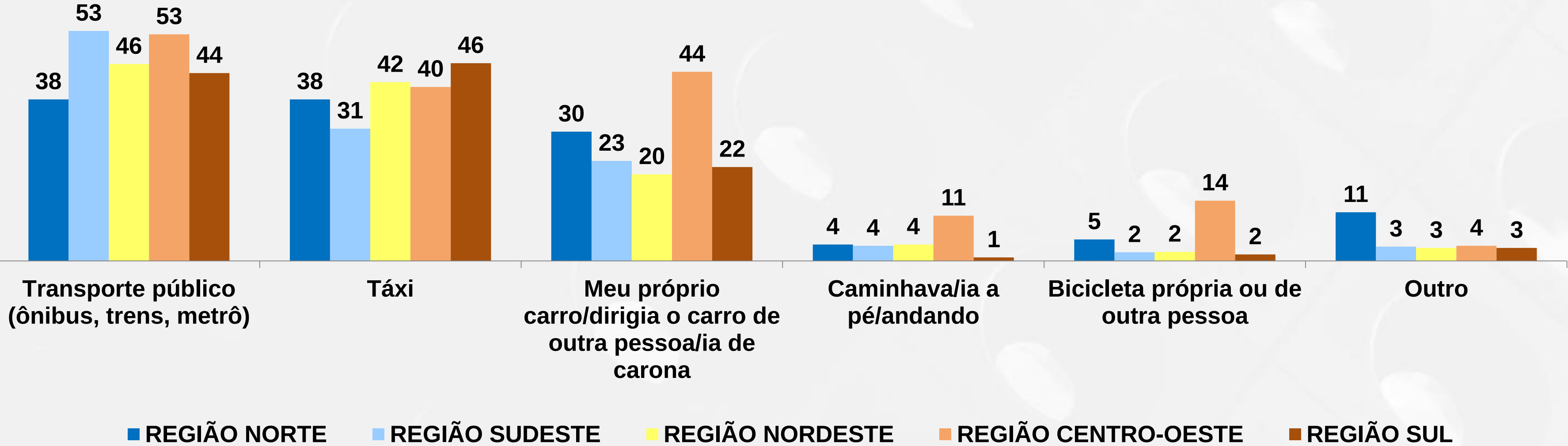
ESTIMULADA (% ESCOLARIDADE)



Base: Entrevistados que utilizam Uber = 967 entrevistas

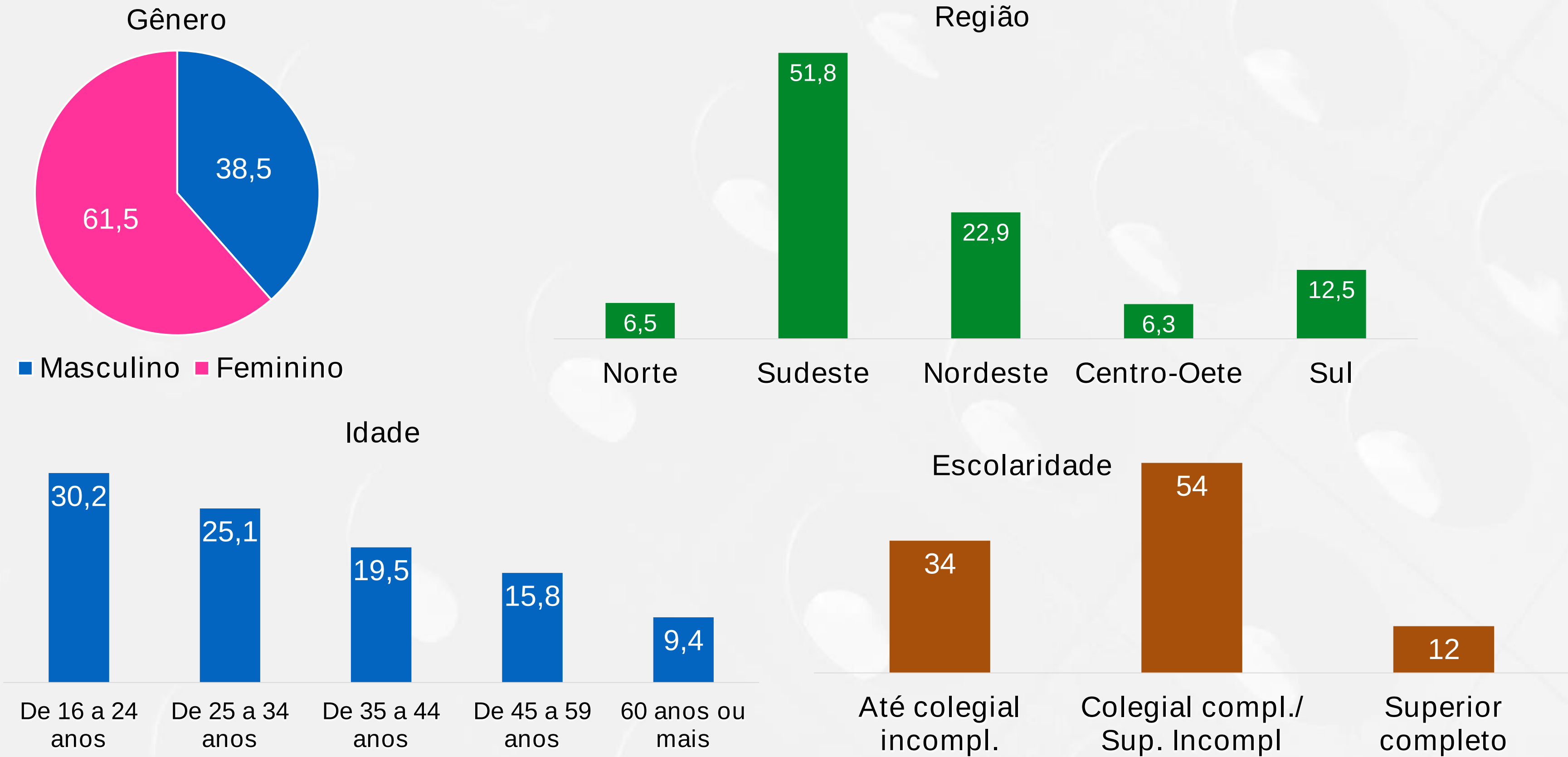
MEIOS DE TRANSPORTE USADOS ANTES DO UBER

ESTIMULADA (% REGIÃO)



Perfil dos entrevistados que migraram do transporte público para o Uber

PERFIL DOS ENTREVISTADOS
QUE MIGRARAM DO TRANSPORTE PÚBLICO PARA O UBER
ESTIMULADA (%)



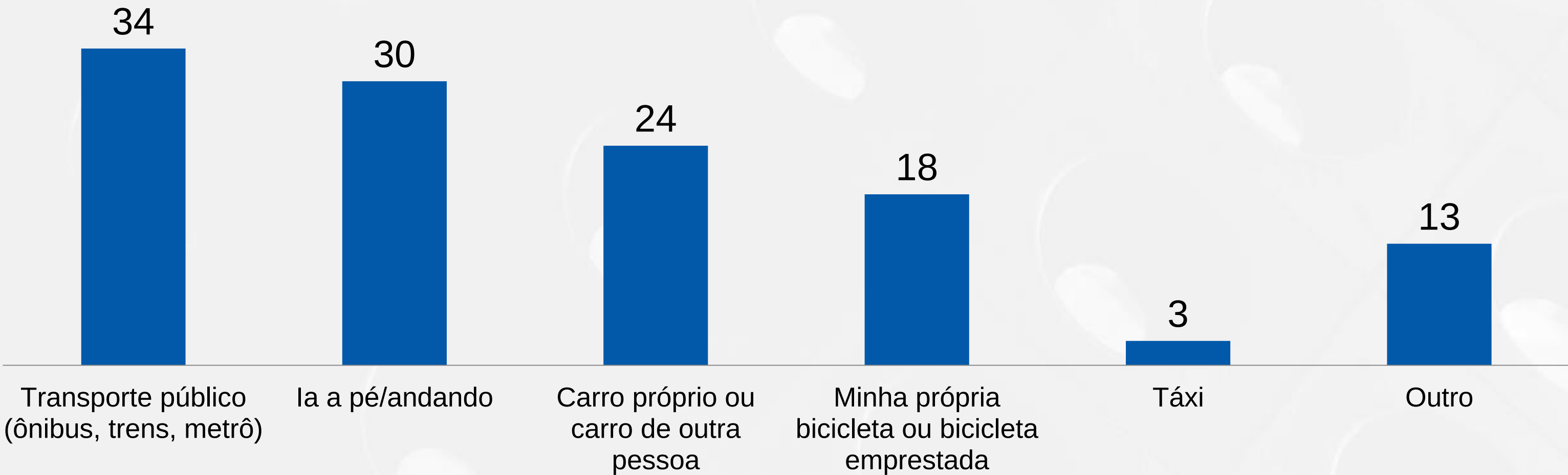
Base: 467 respondentes

A vertical line on the left side of the slide.

Bicicleta compartilhada

MEIOS DE LOCOMOÇÃO ANTES DA BICICLETA COMPARTILHADA

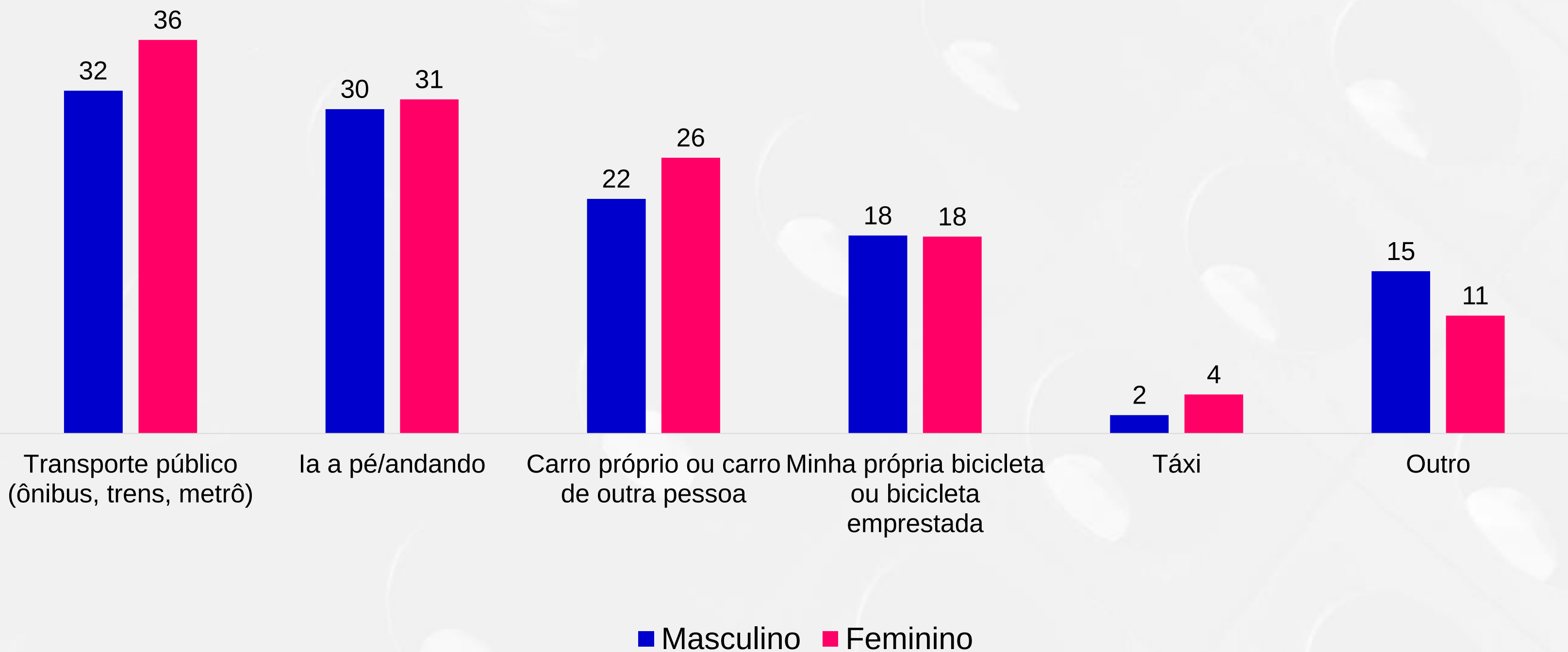
ESTIMULADA (%)



Base: Entrevistados que utilizam bicicleta compartilhada = 115 entrevistas

MEIOS DE LOCOMOÇÃO ANTES DE UTILIZAR A BICICLETA COMPARTILHADA

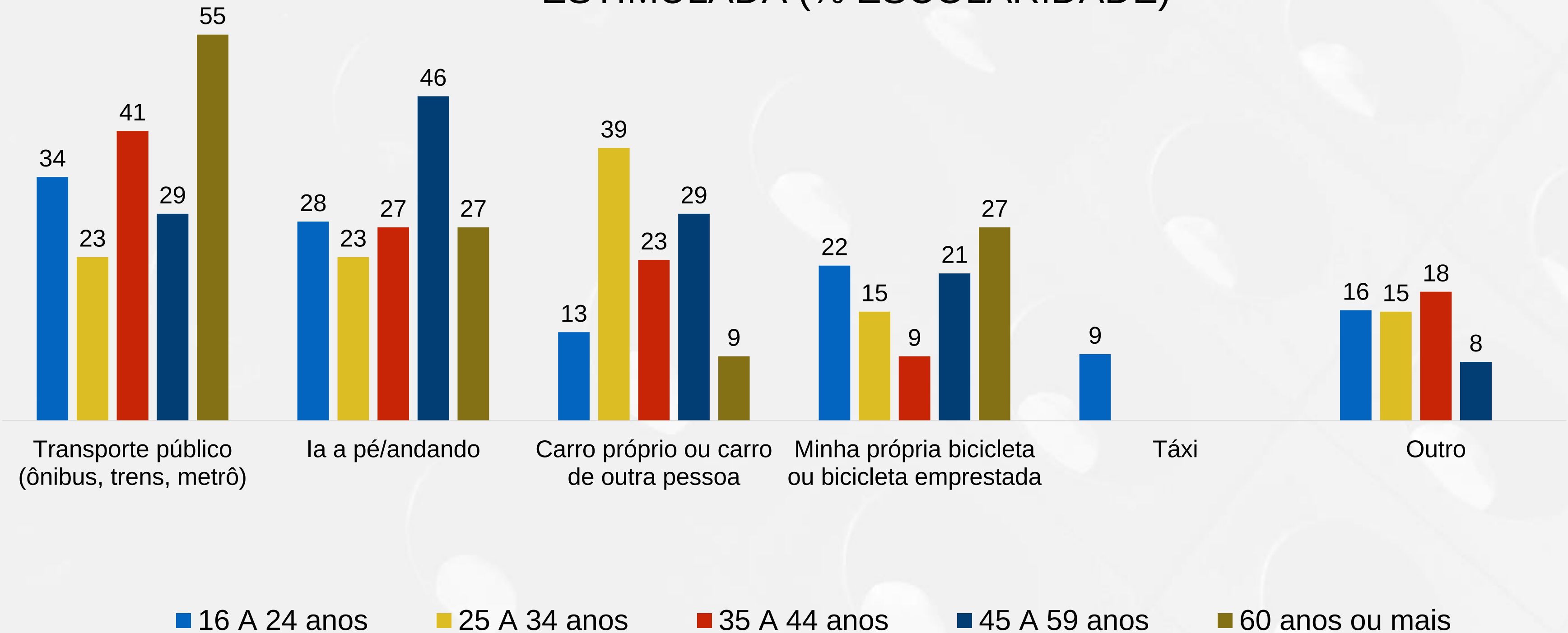
ESTIMULADA (% GÊNERO)



Base: Entrevistados que utilizam bicicleta compartilhada = 115 entrevistas

MEIOS DE LOCOMOÇÃO ANTES DE UTILIZAR A BICICLETA COMPARTILHADA

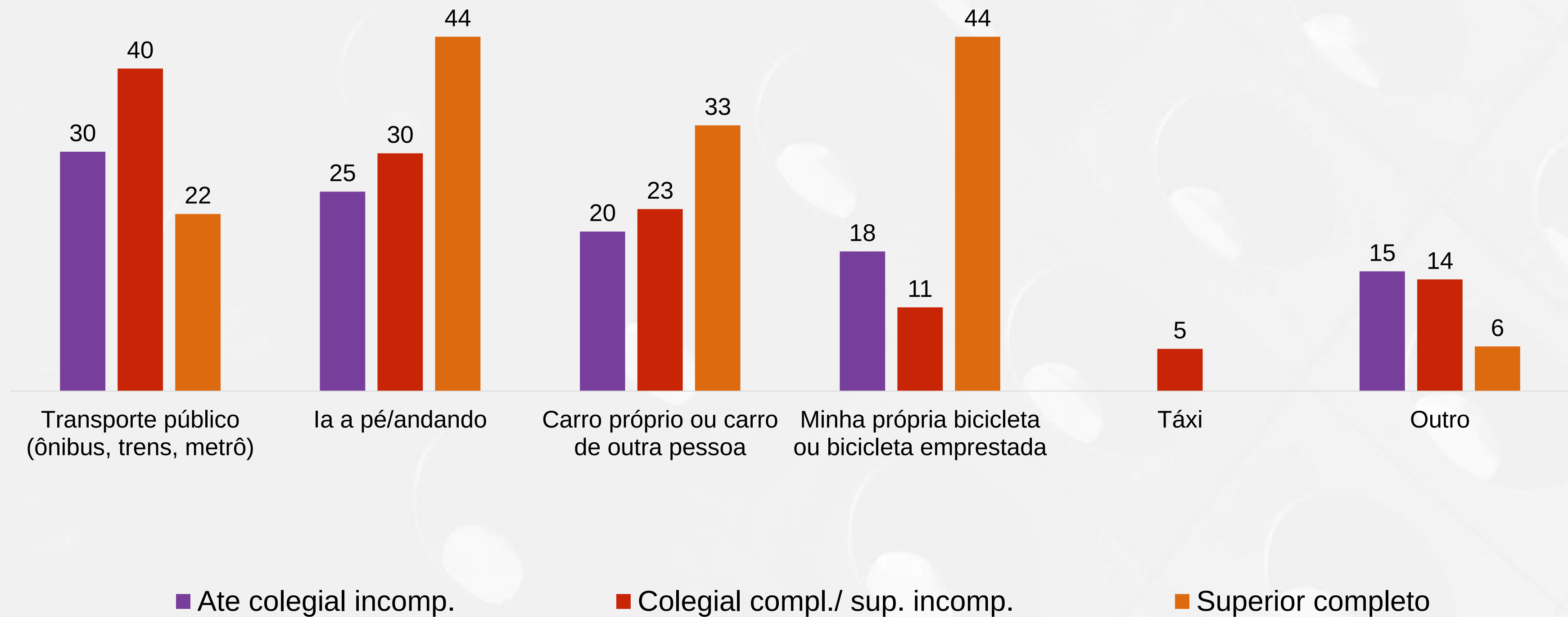
ESTIMULADA (% ESCOLARIDADE)



Base: Entrevistados que utilizam bicicleta compartilhada = 115 entrevistas

MEIOS DE LOCOMOÇÃO ANTES DE UTILIZAR A BICICLETA COMPARTILHADA

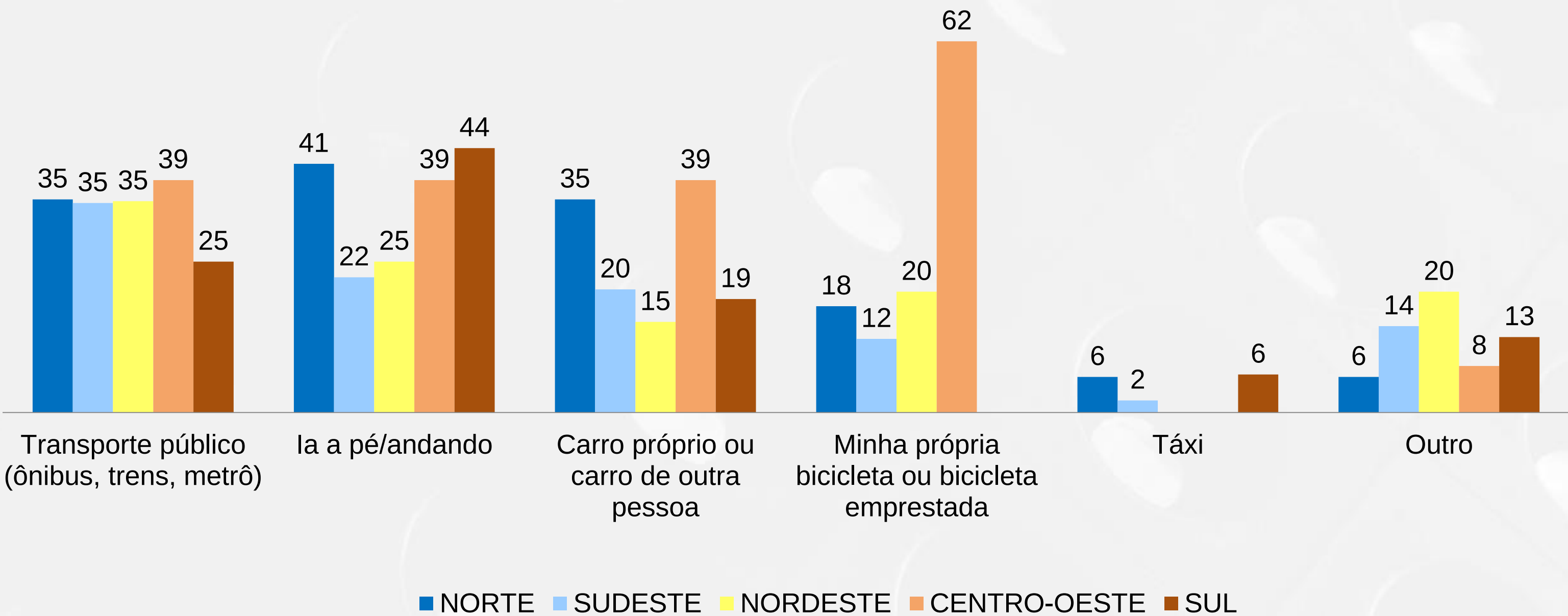
ESTIMULADA (% ESCOLARIDADE)



Base: Entrevistados que utilizam bicicleta compartilhada = 115 entrevistas

MEIOS DE LOCOMOÇÃO ANTES DE UTILIZAR A BICICLETA COMPARTILHADA

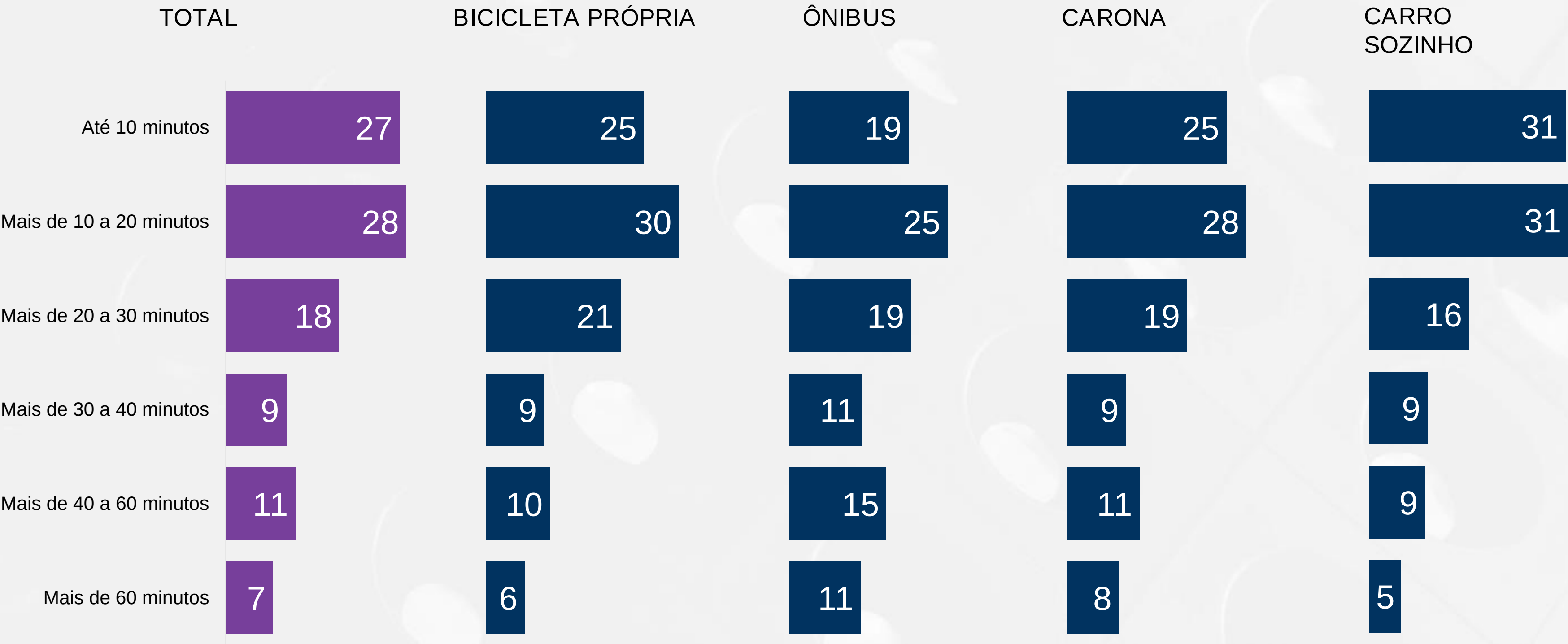
ESTIMULADA (% REGIÃO)



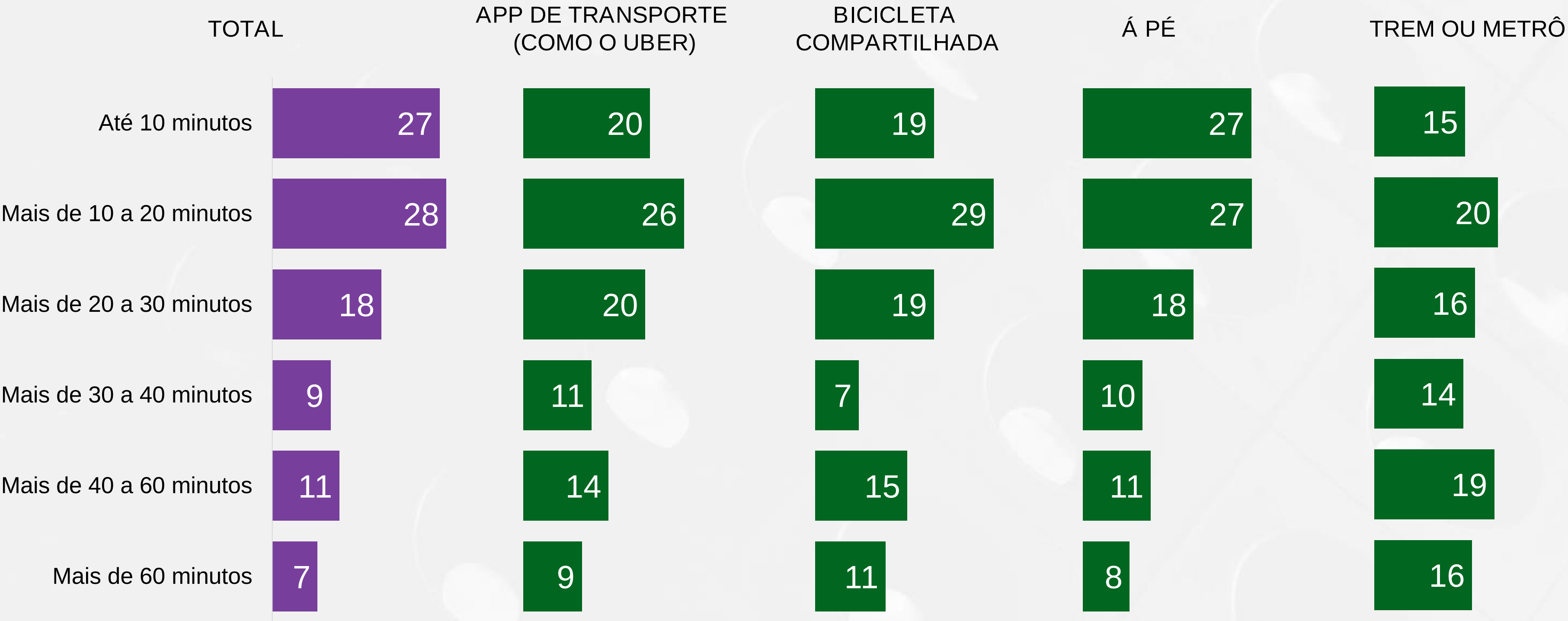
Base: Entrevistados que utilizam bicicleta compartilhada = 115 entrevistas

Tempo de deslocamento

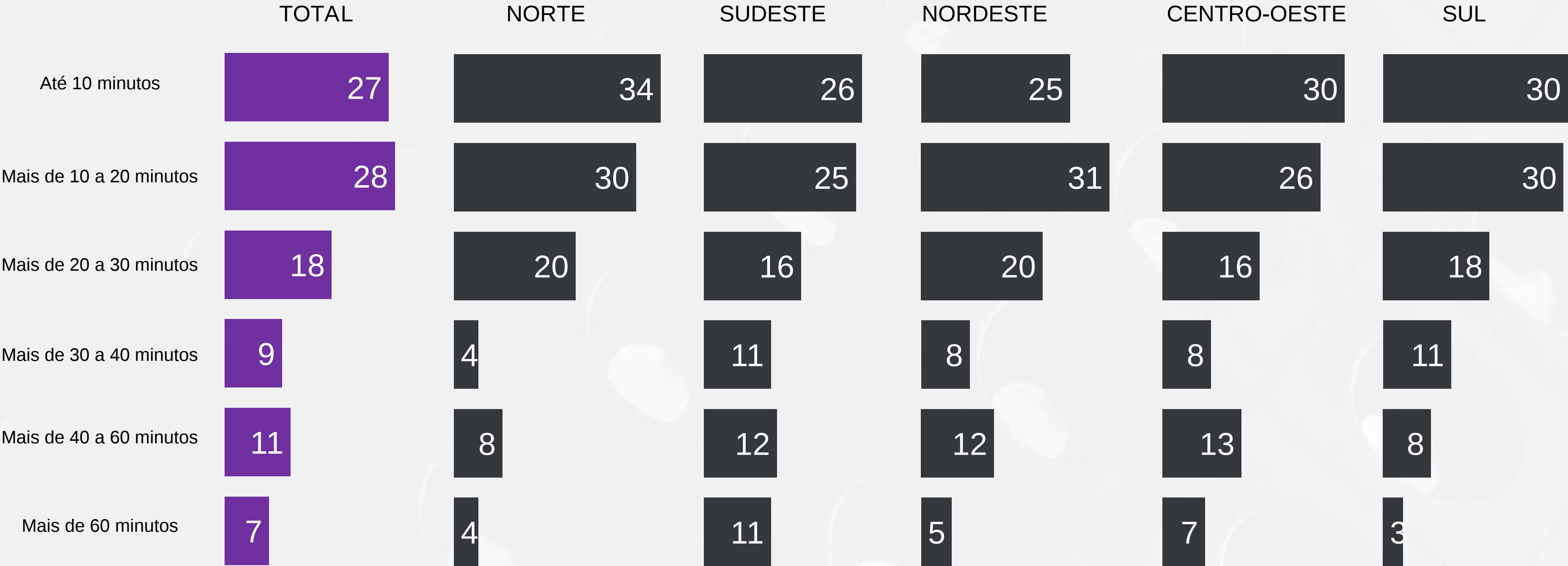
TEMPO DE PERCURSO/ MEIO DE LOCOMOÇÃO QUE COSTUMA UTILIZAR ESTIMULADA (%)



TEMPO DE PERCURSO/ MEIO DE LOCOMOÇÃO QUE COSTUMA UTILIZAR ESTIMULADA (%)



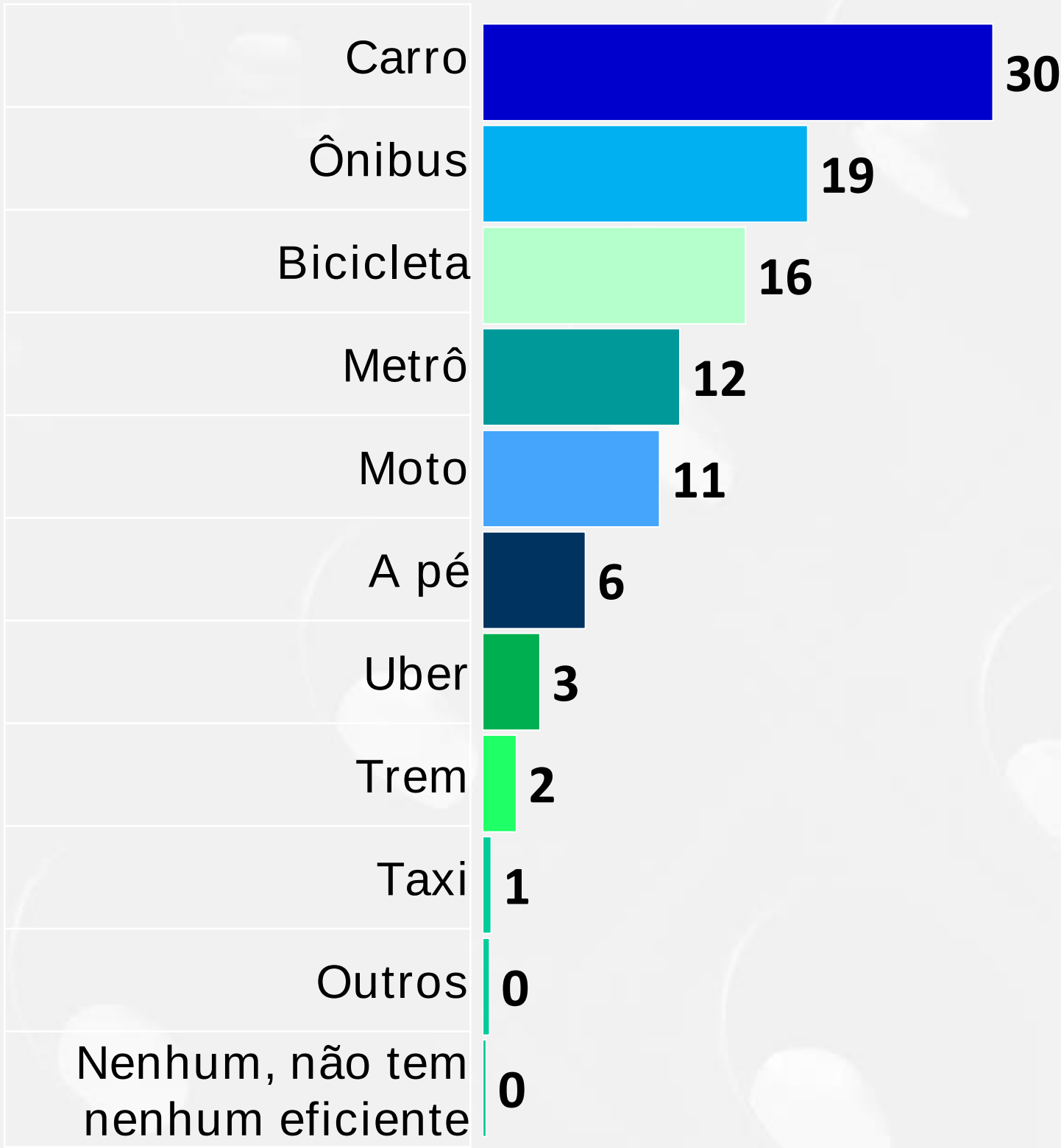
TEMPO DE PERCURSO/ MEIO DE LOCOMOÇÃO QUE COSTUMA UTILIZAR - REGIÃO ESTIMULADA (%)



A thin, dark blue vertical line is positioned on the left side of the slide, extending from the top to the bottom of the main content area.

Meio de transporte ideal

MEIO DE TRANSPORTE IDEAL (%)

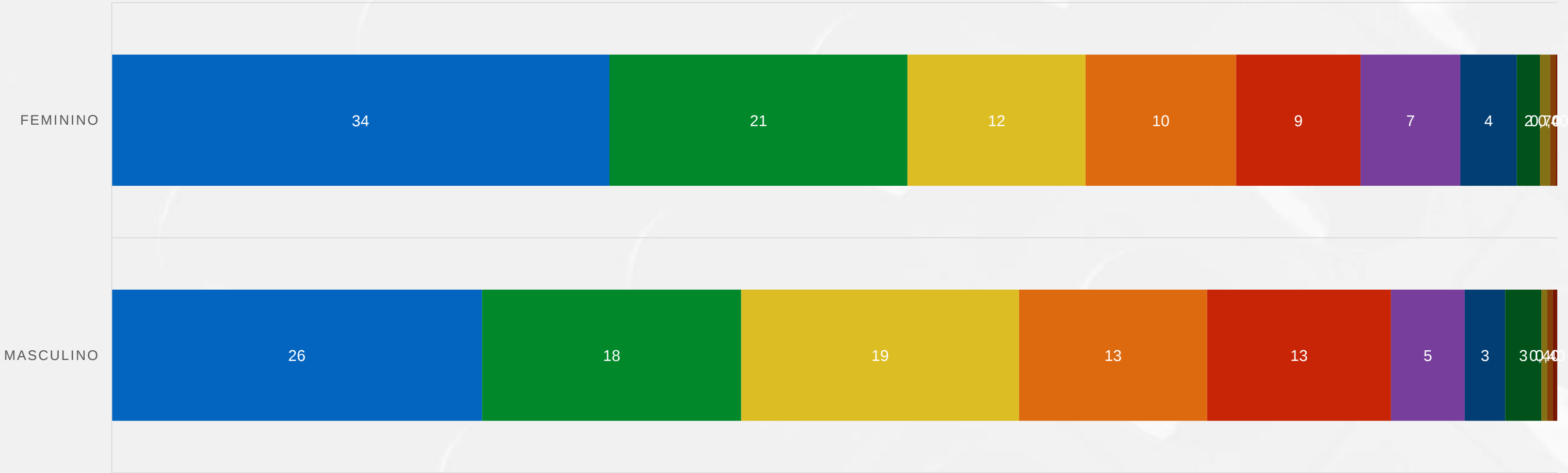


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE IDEAL - GÊNERO

ESPONTÂNEA (%)

Carro Ônibus Bicicleta Metrô Moto A pé Uber Trem Taxi Outros Nenhum, não tem nenhum eficiente

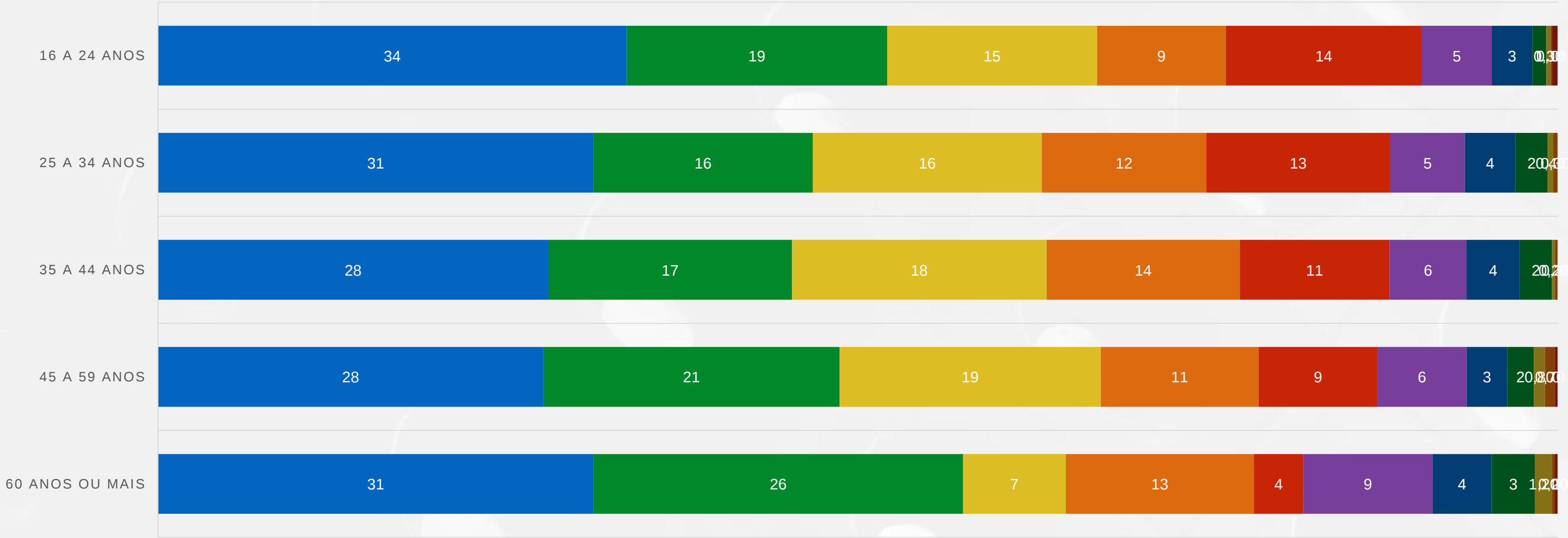


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE IDEAL - IDADE

ESPONTÂNEA (%)

Carro Ônibus Bicicleta Metrô Moto A pé Uber Trem Taxi Outros Nenhum, não tem nenhum eficiente

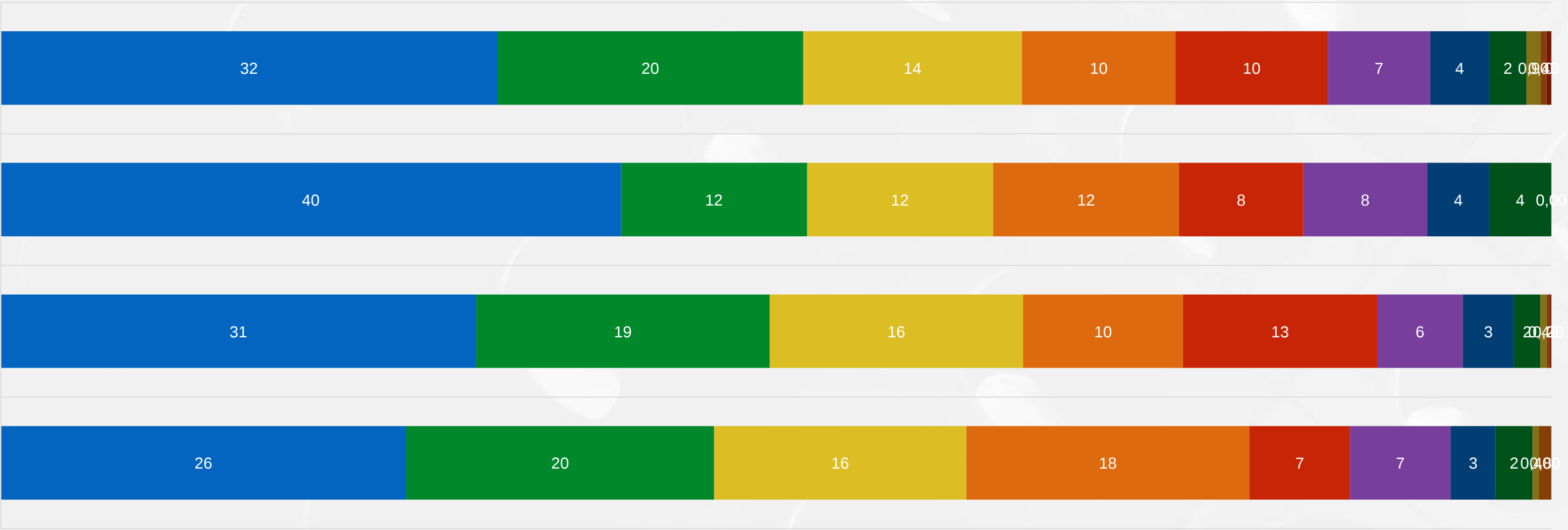


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE IDEAL - ESCOLARIDADE

ESPONTÂNEA (%)

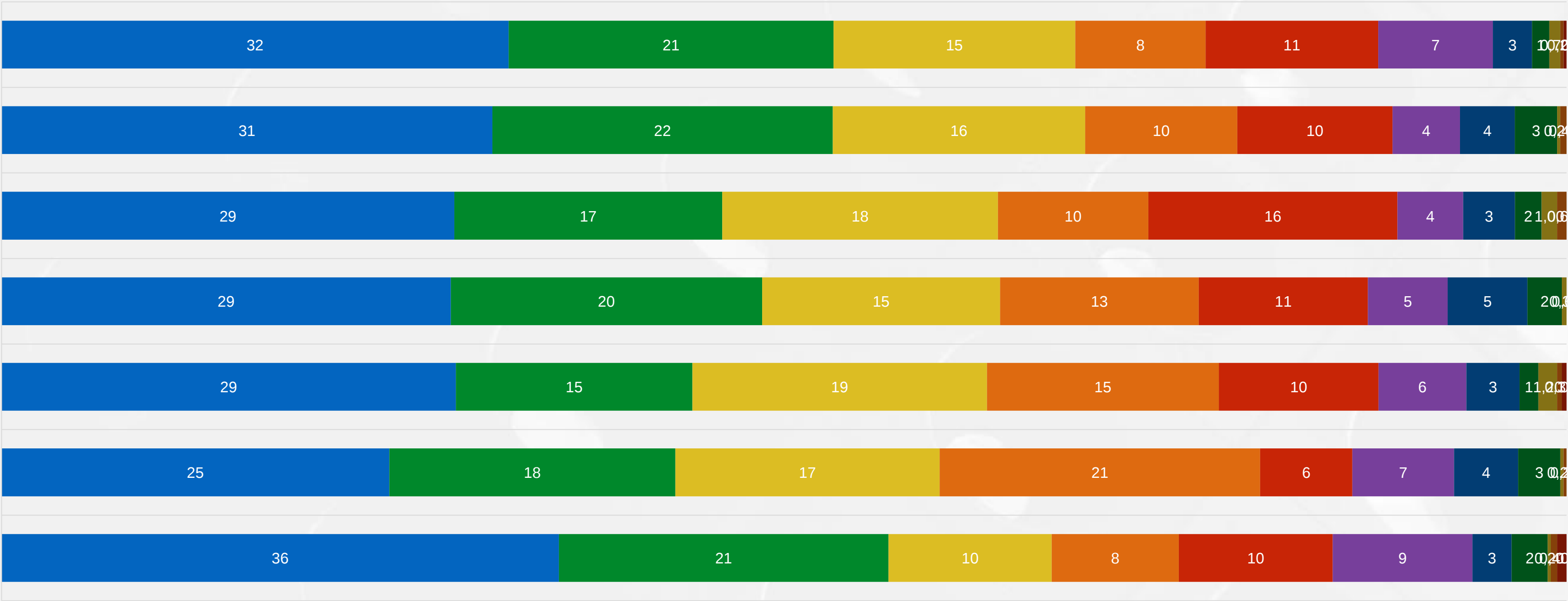
Carro Ônibus Bicicleta Metrô Moto A pé Uber Trem Taxi Outros Nenhum, não tem nenhum eficiente



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE IDEAL – RENDA FAMILIAR ESPONTÂNEA (%)

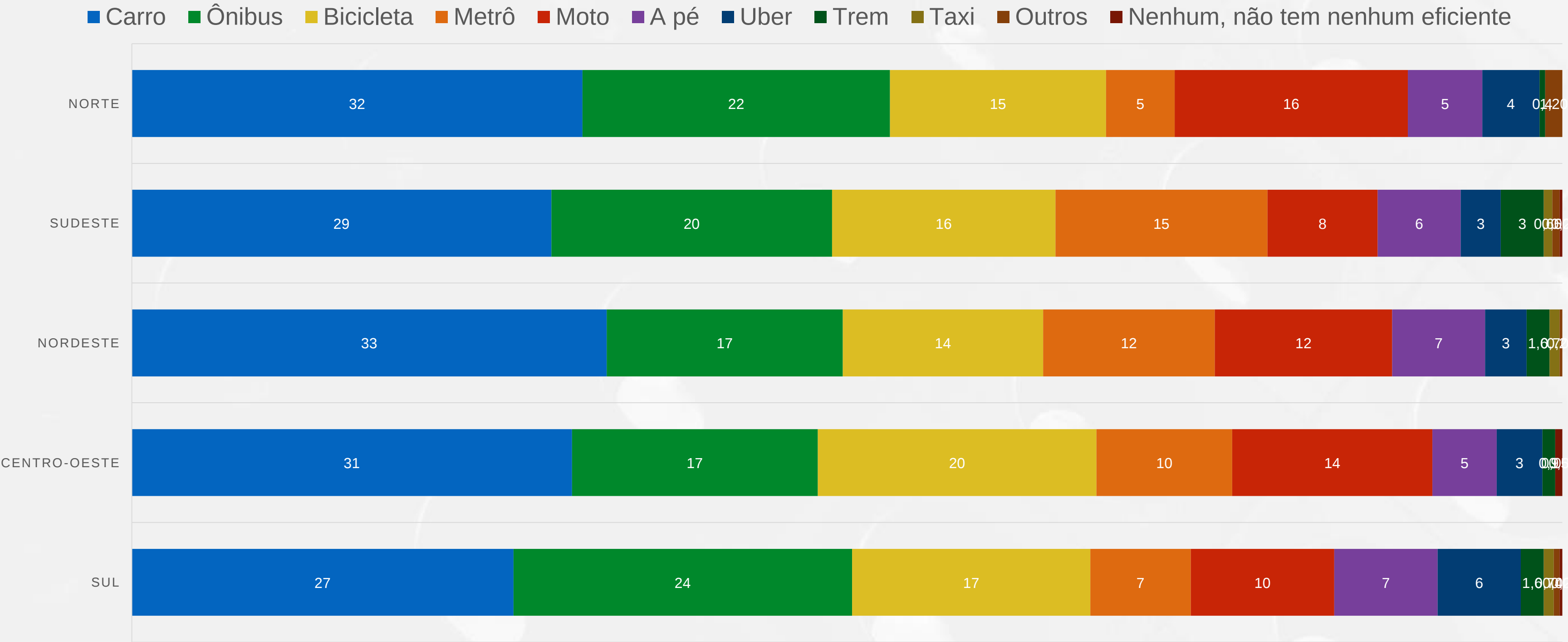
Carro Ônibus Bicicleta Metrô Moto A pé Uber Trem Taxi Outros Nenhum, não tem nenhum eficiente



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIOS DE TRANSPORTE IDEAL - REGIÃO

ESPONTÂNEA (%)



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

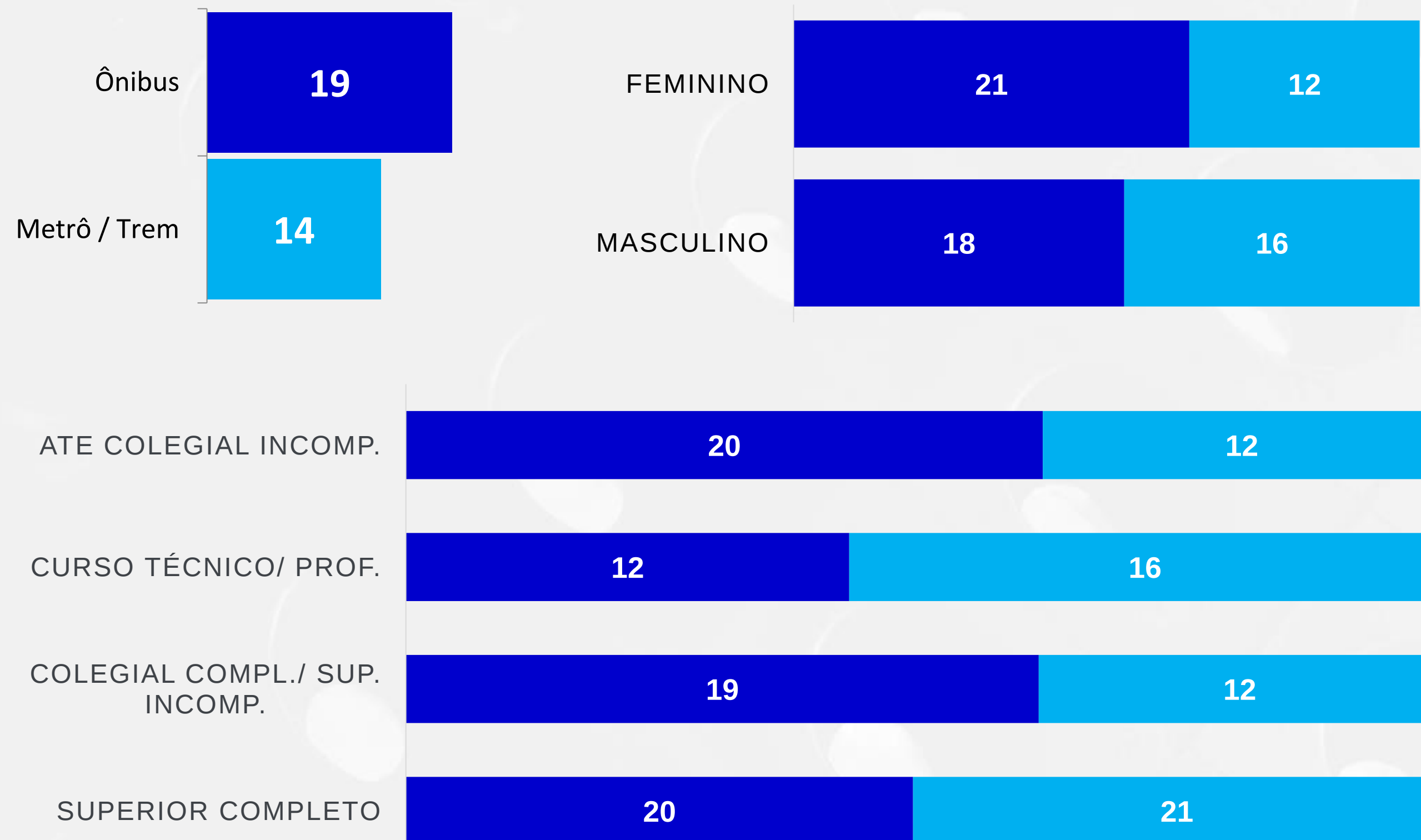
ÔNIBUS VS. METRÔ/ TREM (%)

GÊNERO E ESCOLARIDADE

MEIO DE TRANSPORTE IDEAL

■ Ônibus

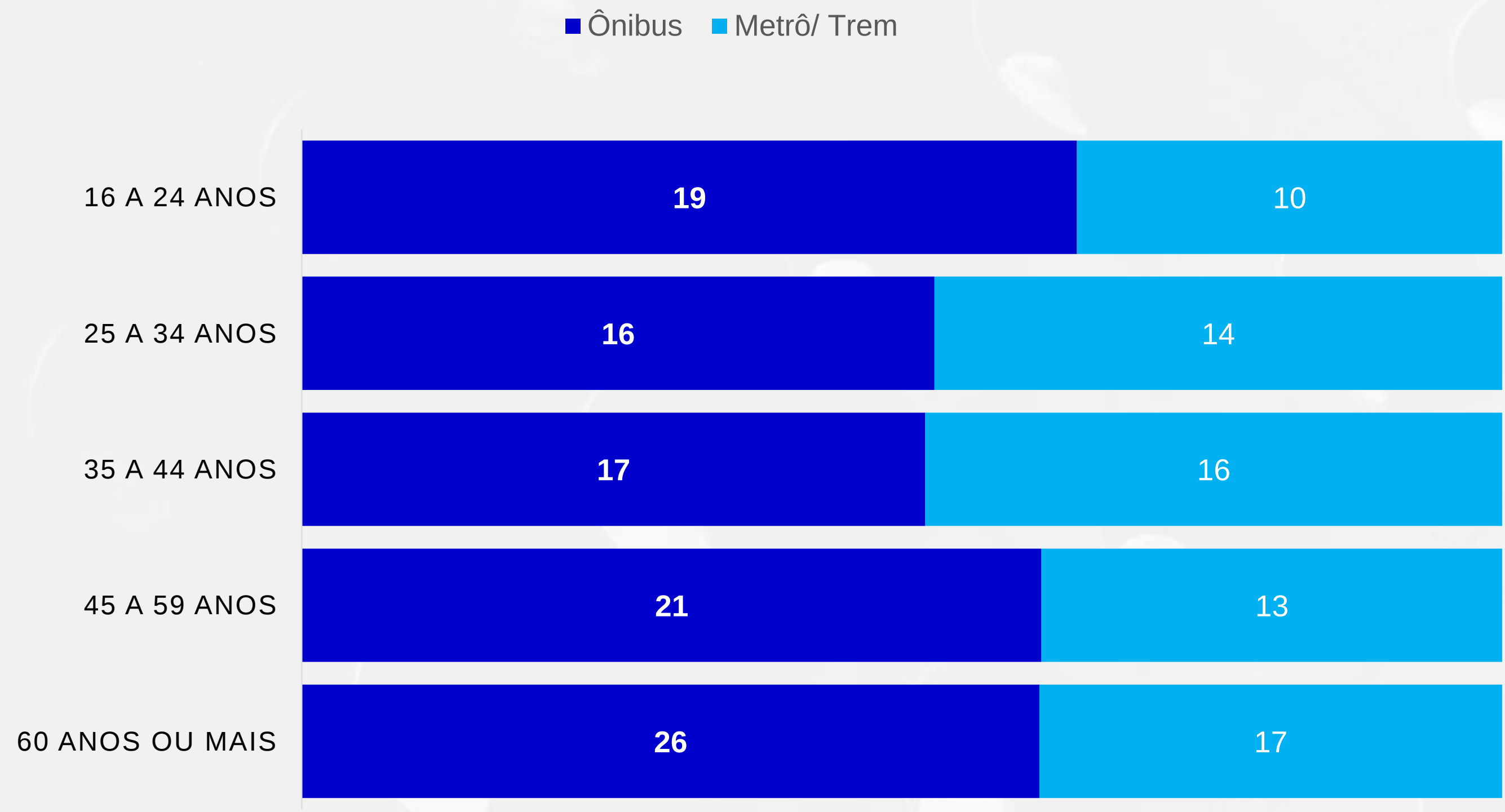
■ Metrô/ Trem



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

ÔNIBUS VS. METRÔ/ TREM (%)

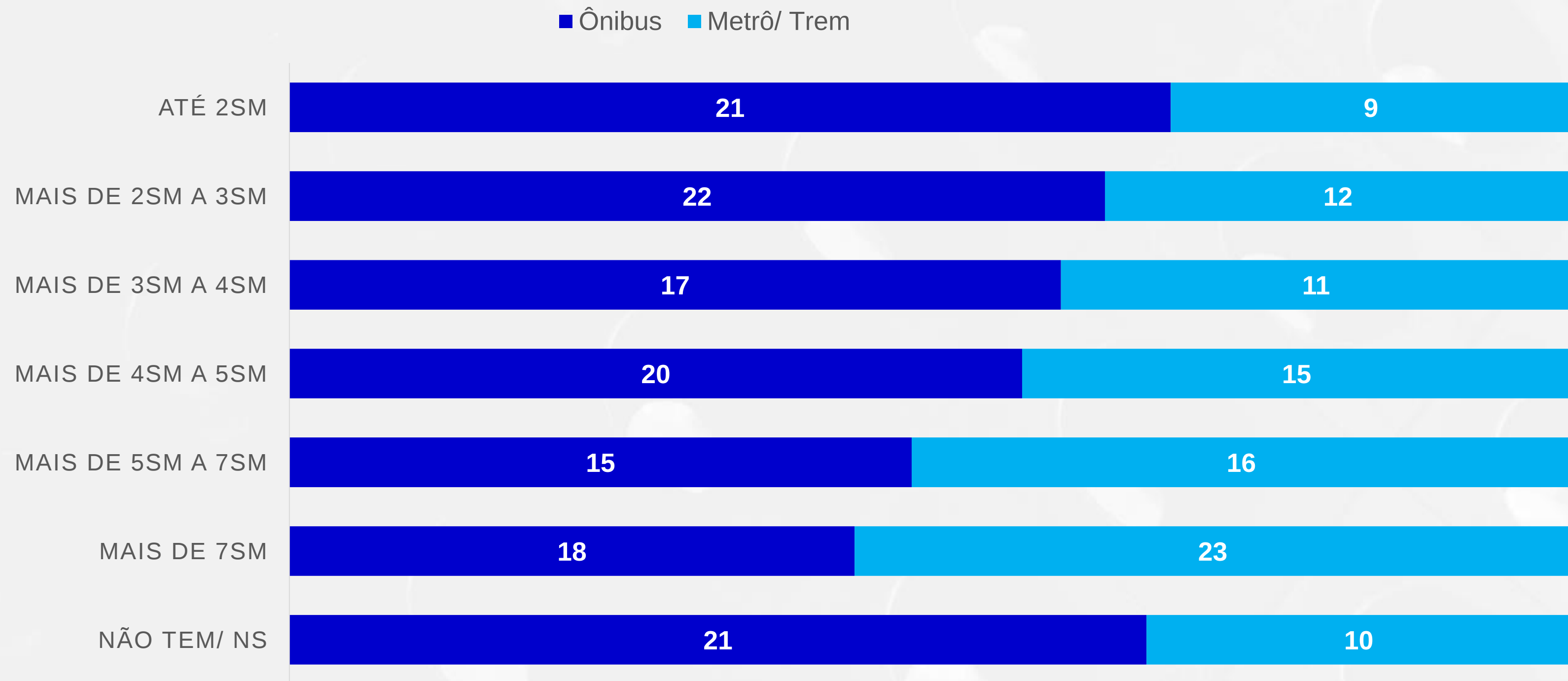
IDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

ÔNIBUS VS. METRÔ/ TREM (%)

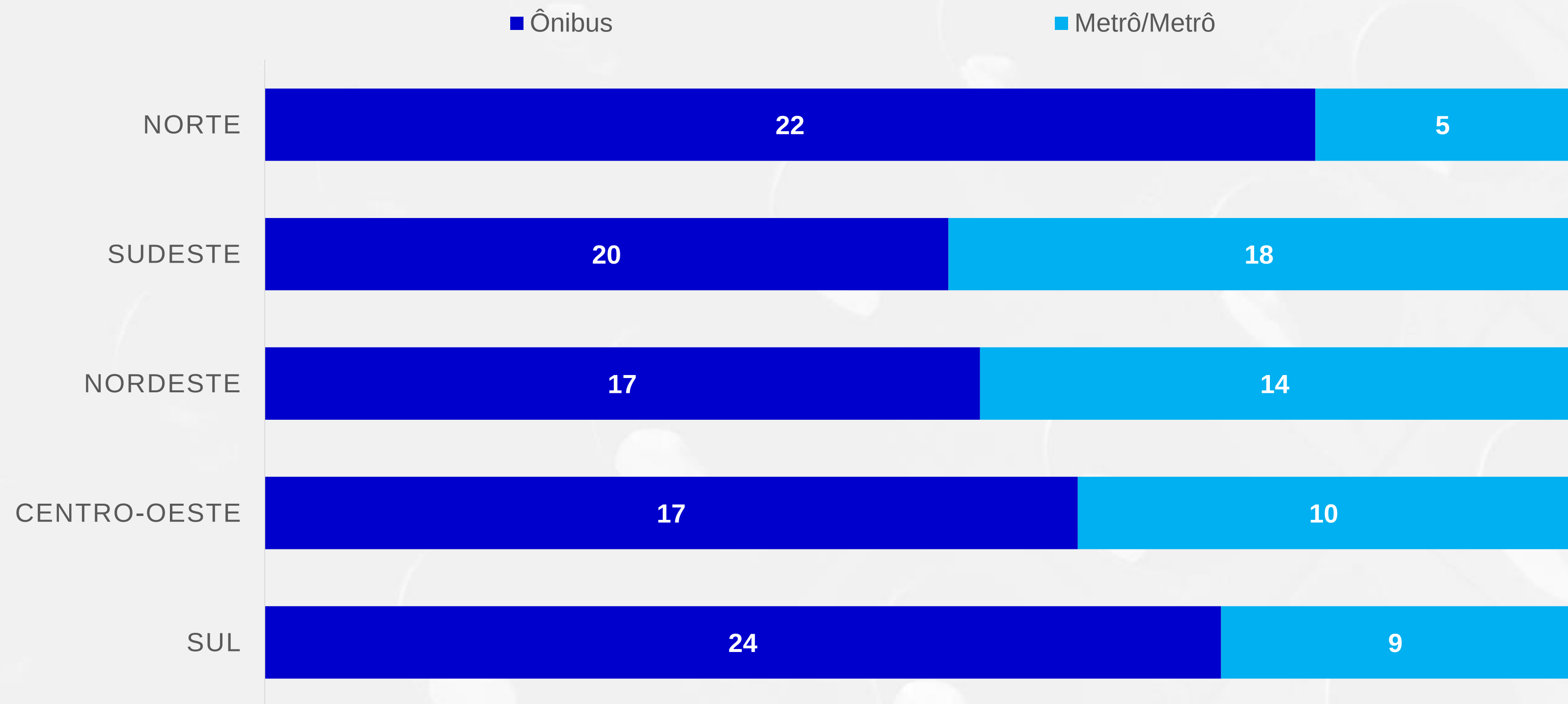
RENDAS PESSOAIS



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

ÔNIBUS VS. METRÔ/ TREM (%)

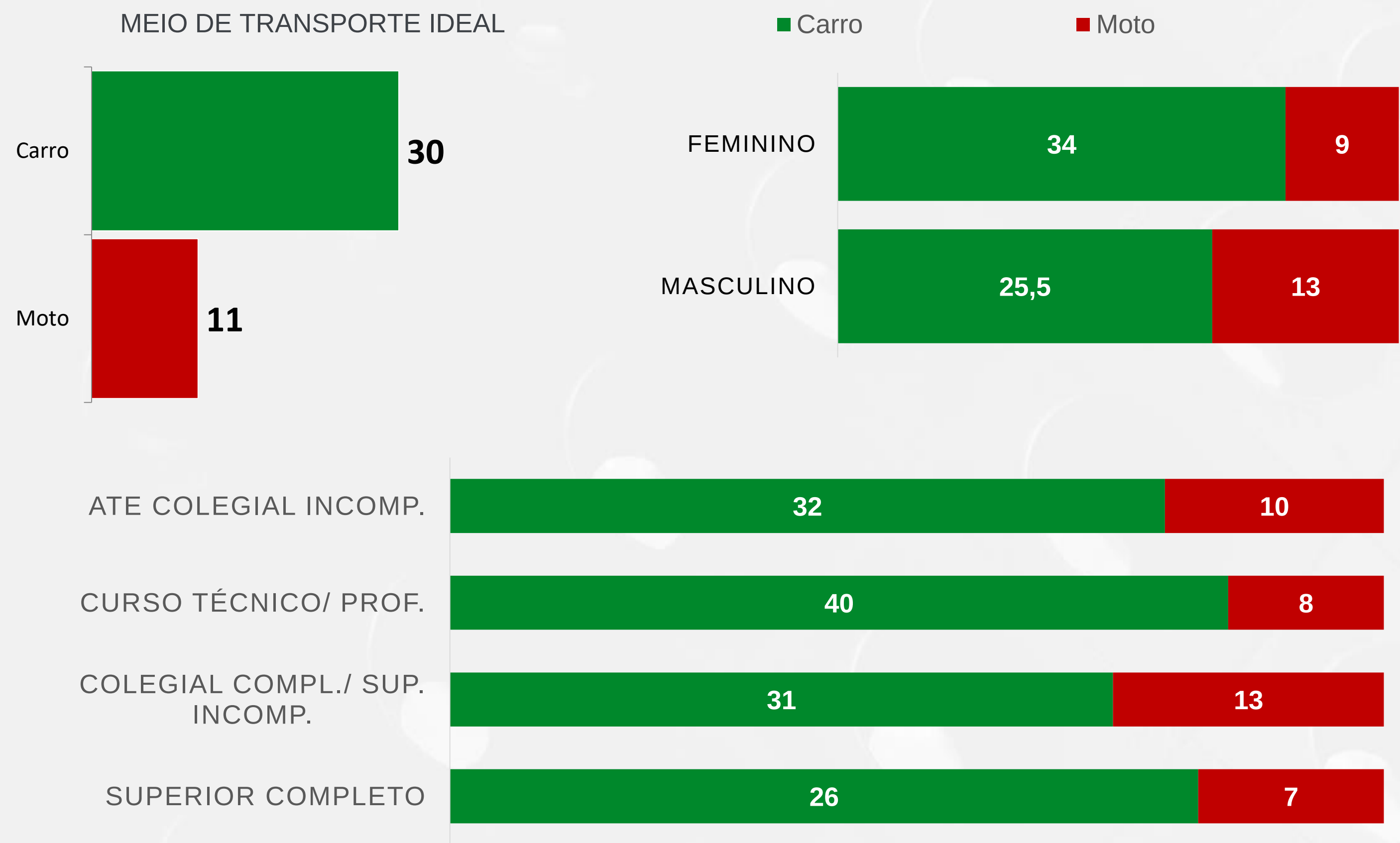
REGIÃO



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

CARRO VS. MOTO (%)

GÊNERO E ESCOLARIDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

CARRO VS. MOTO (%)

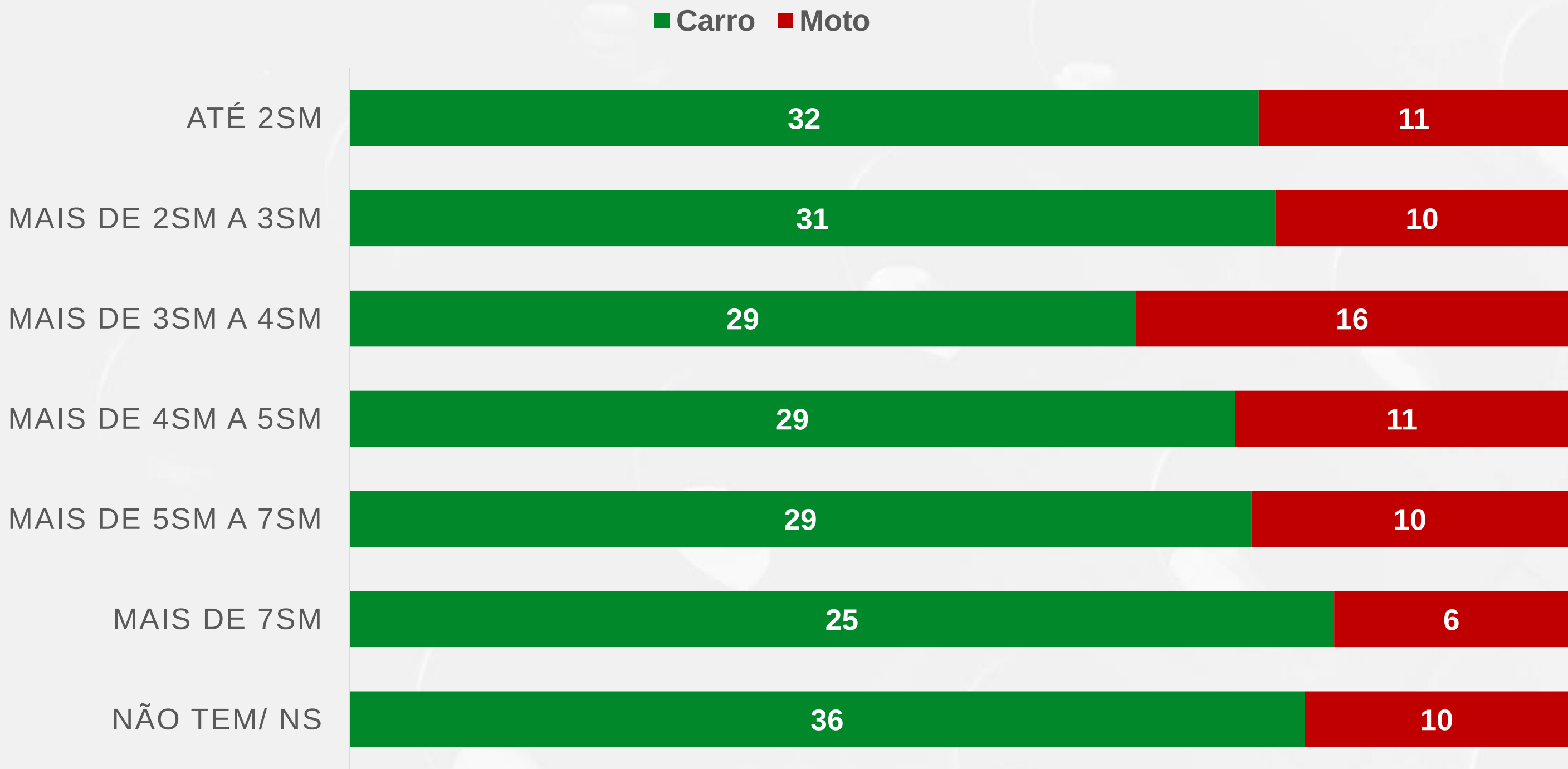
IDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

CARRO VS. MOTO (%)

RENDIA PESSOAL



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

CARRO VS. MOTO (%)

REGIÃO

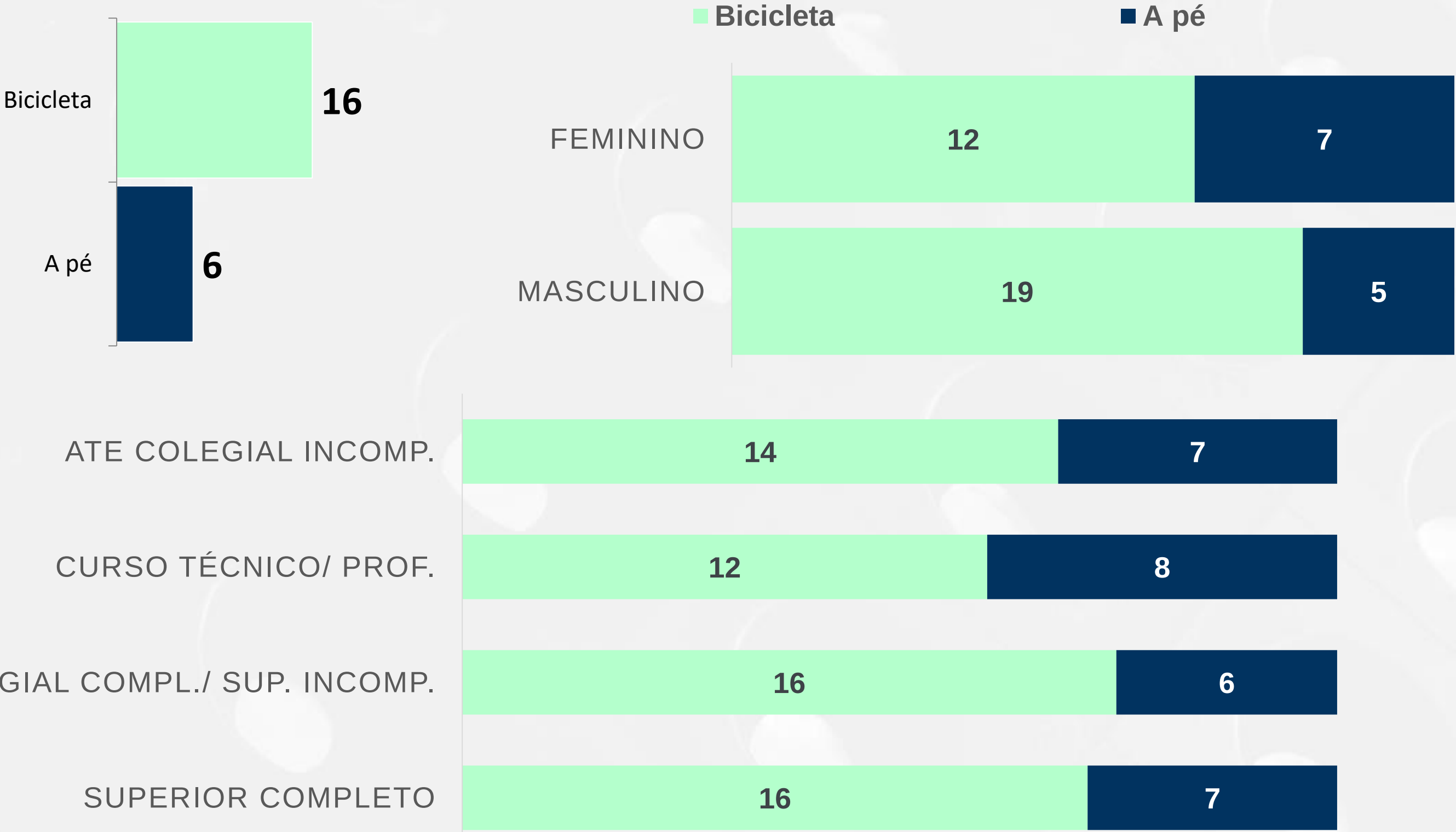


Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

BICICLETA VS. A PÉ(%)

GÊNERO E ESCOLARIDADE

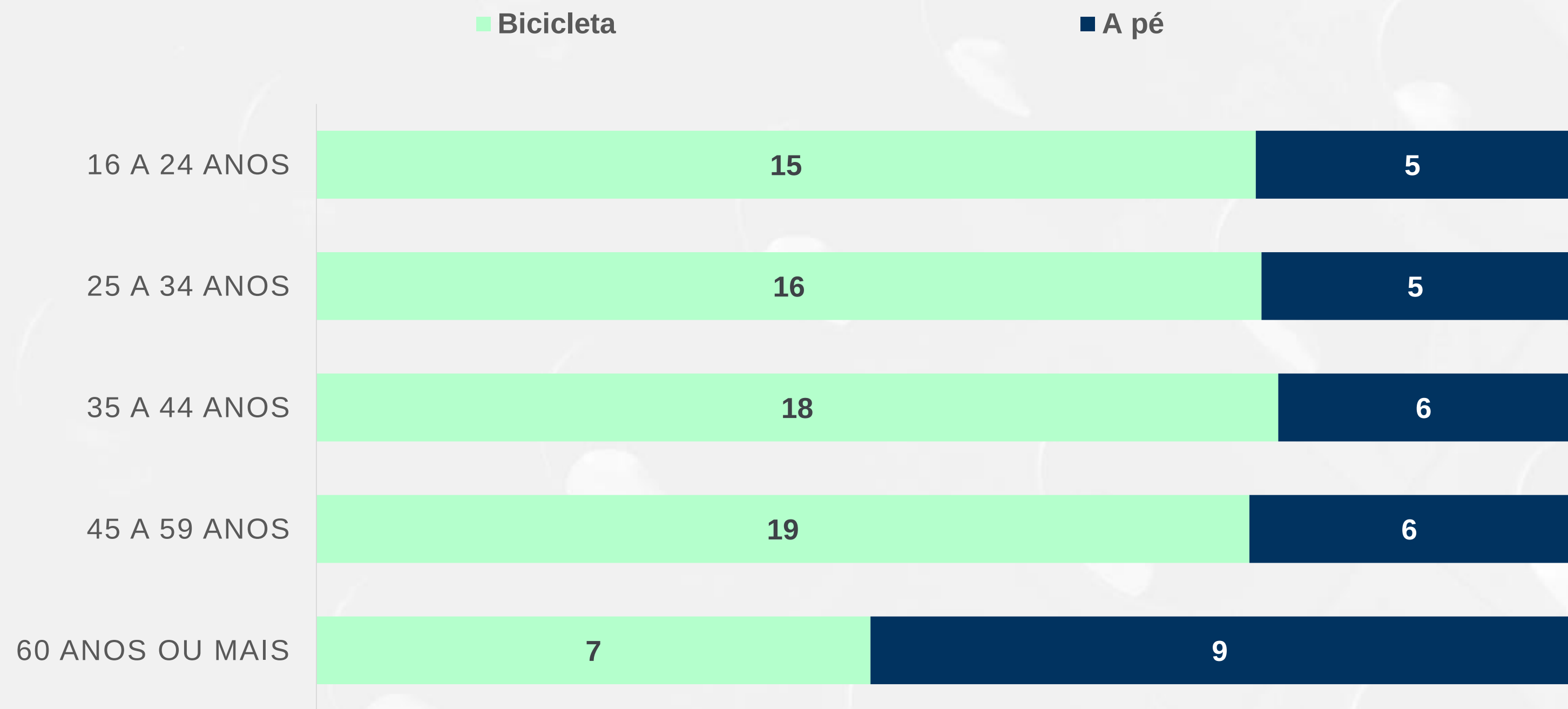
MEIO DE TRANSPORTE IDEAL



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

BICICLETA VS. A PÉ (%)

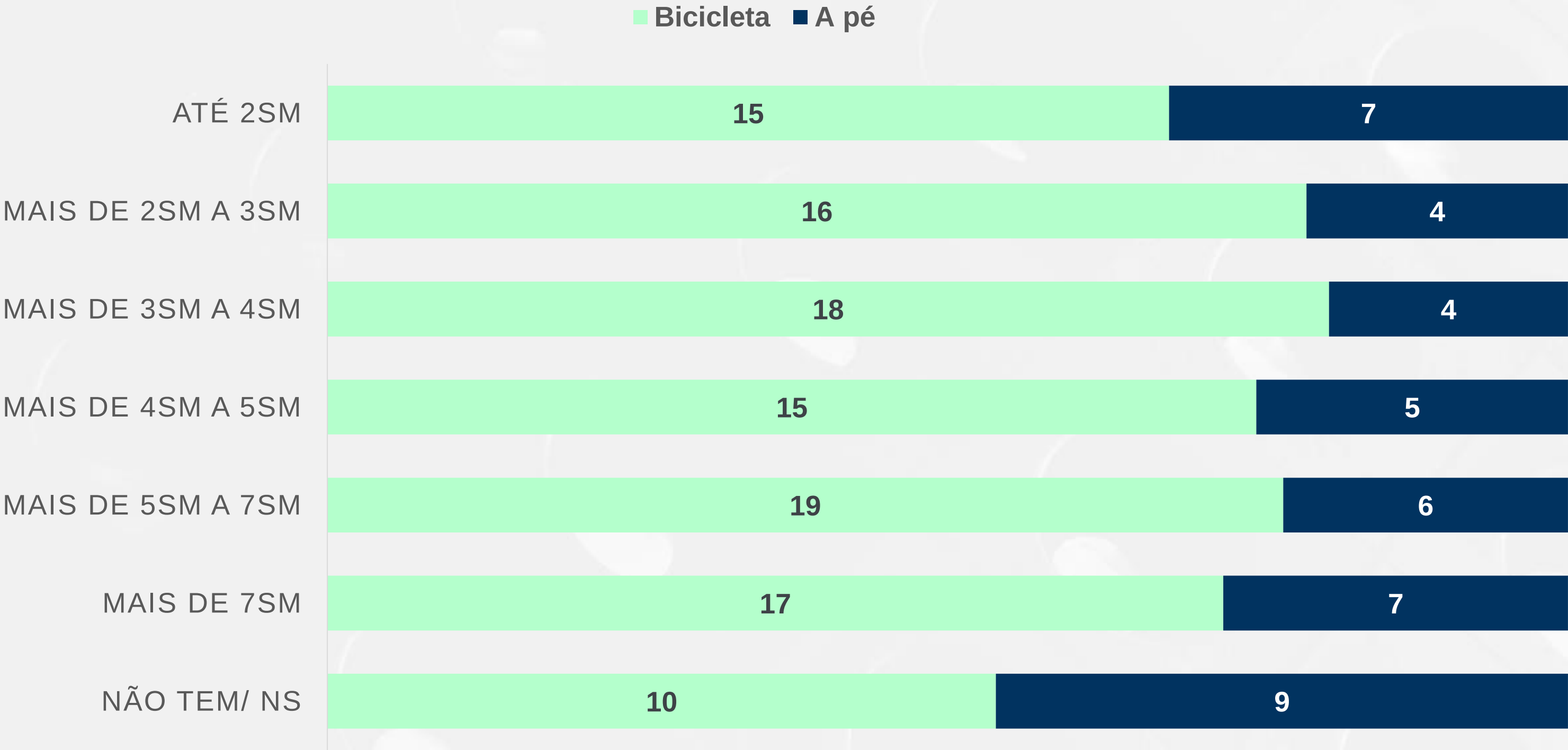
IDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

BICICLETA VS. A PÉ (%)

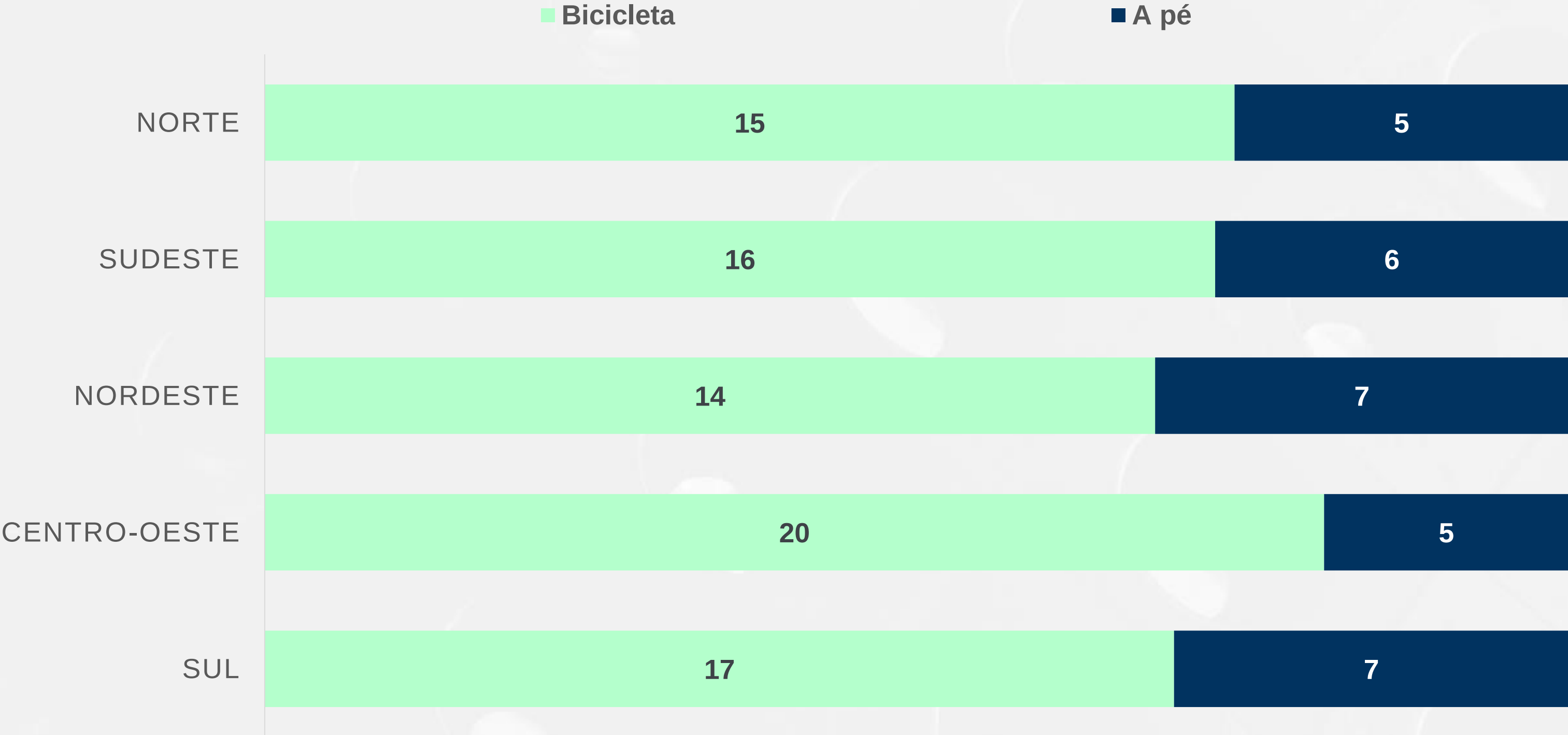
RENDIA PESSOAL



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

BICICLETA VS. A PÉ (%)

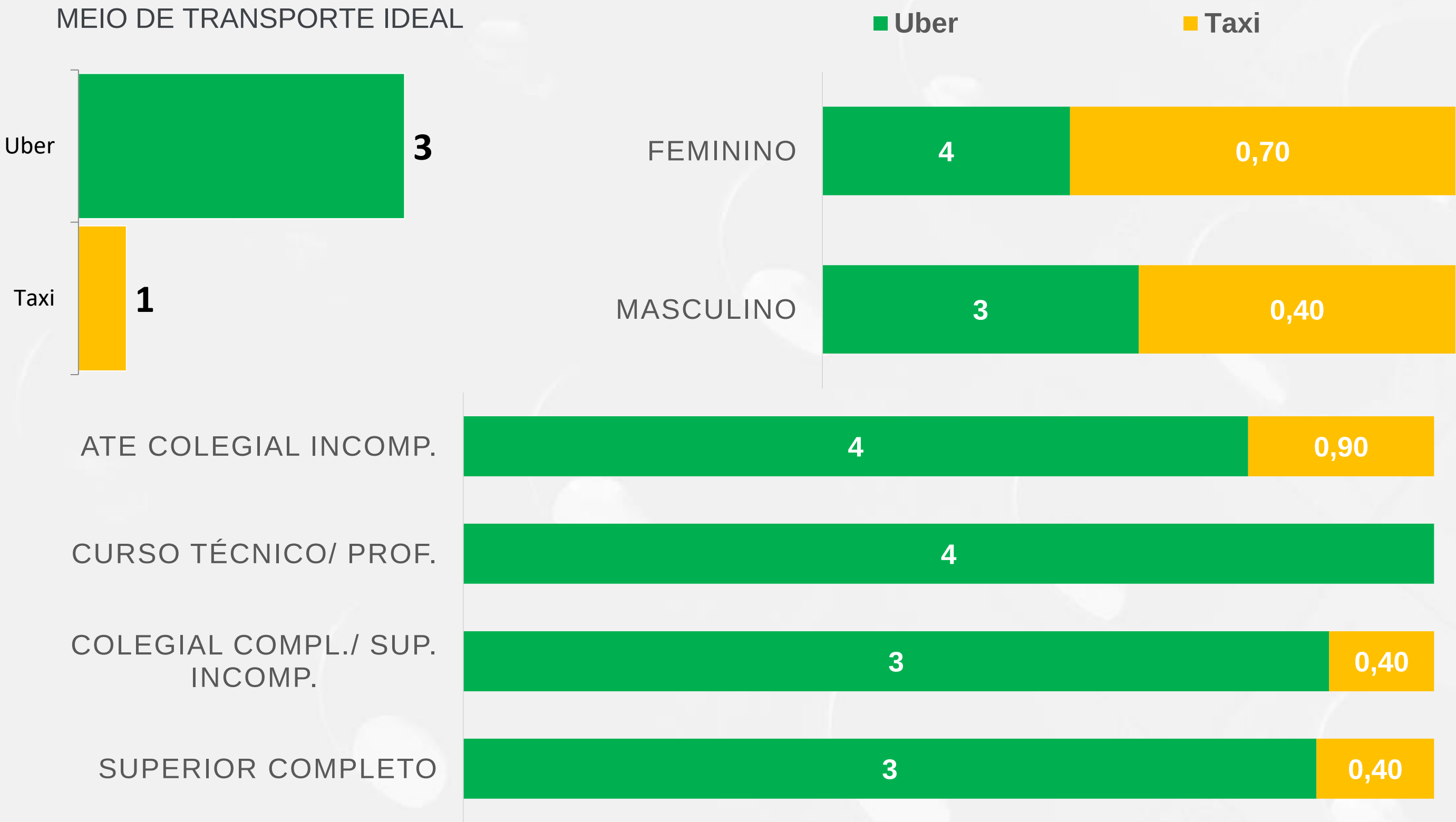
REGIÃO



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS VS. TÁXI (%)

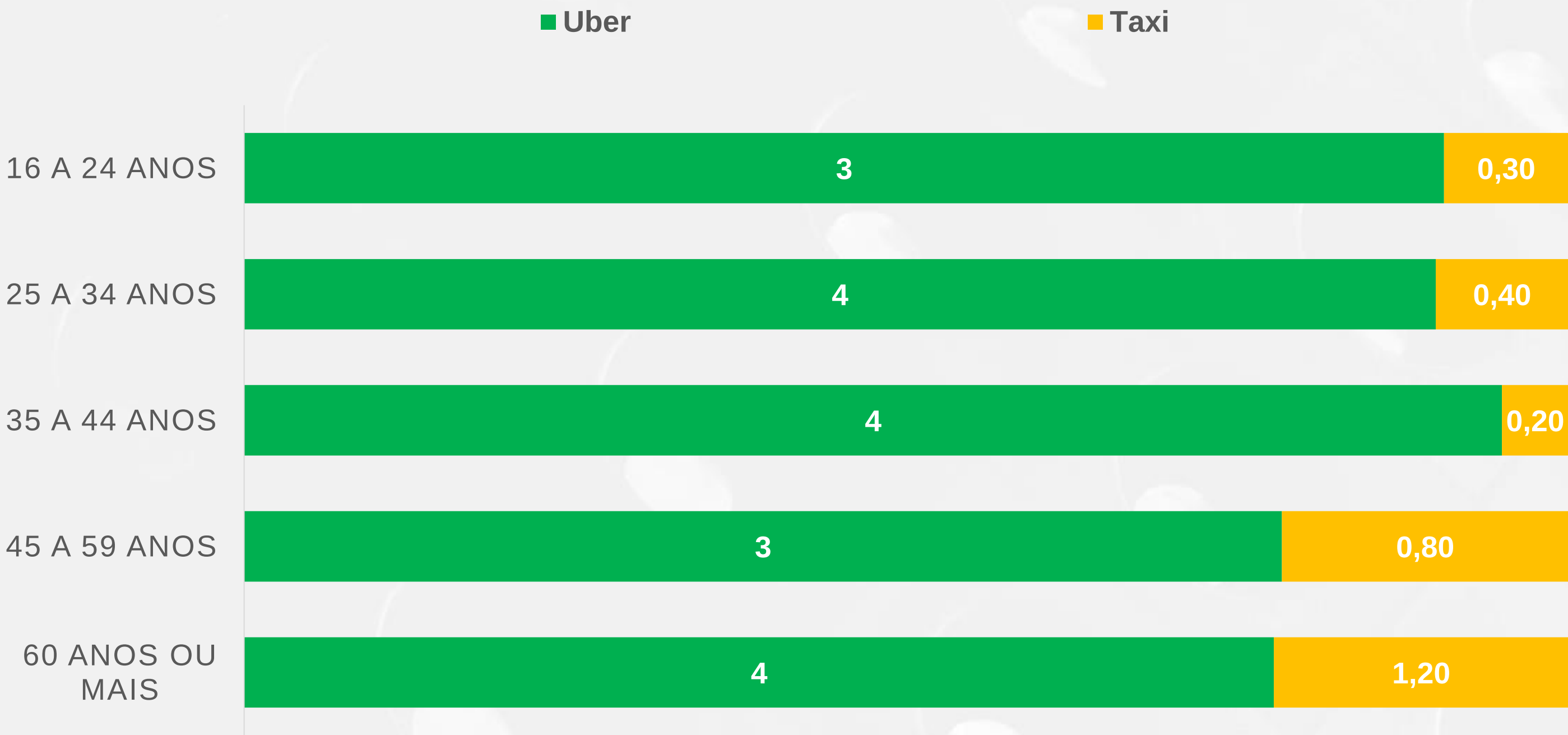
GÊNERO E ESCOLARIDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS VS.TÁXI (%)

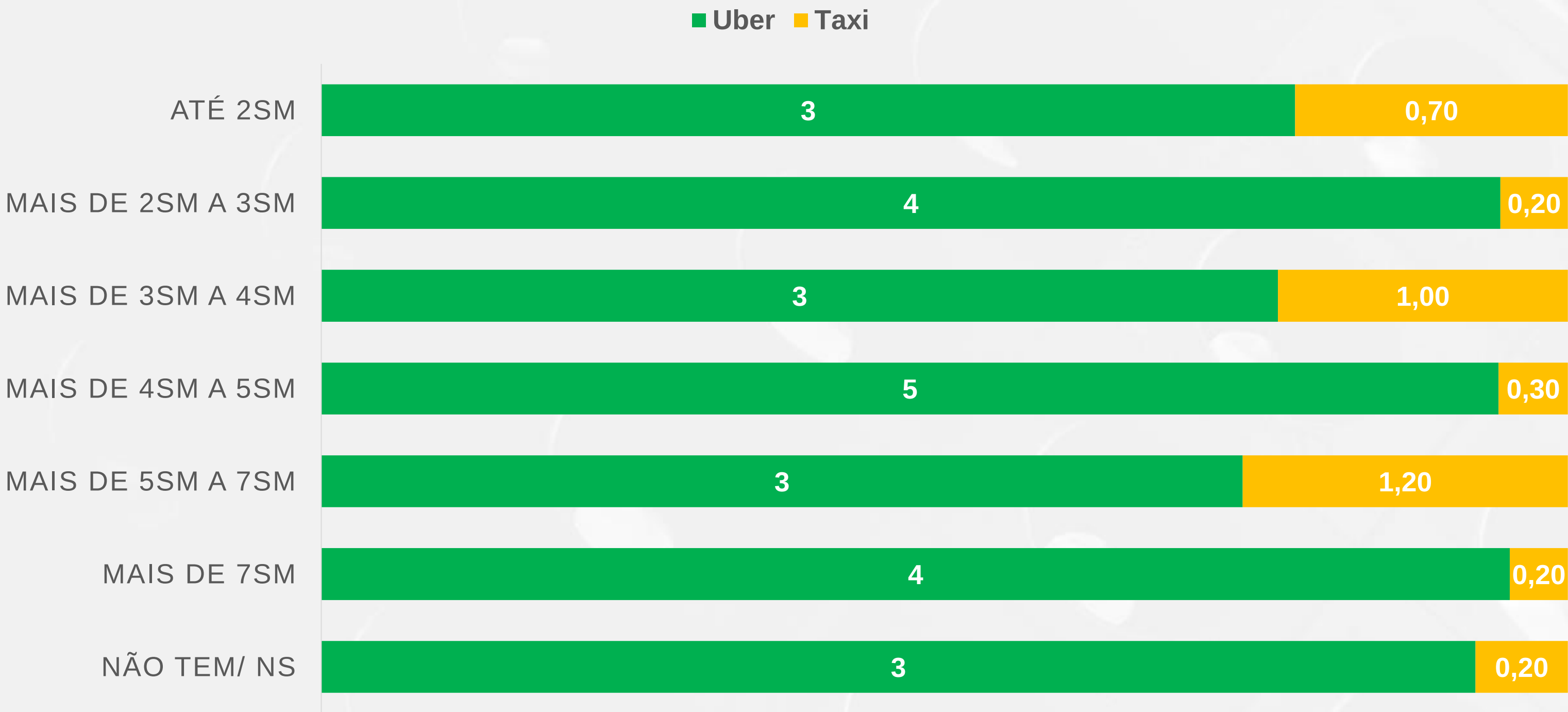
IDADE



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS VS. TÁXI (%)

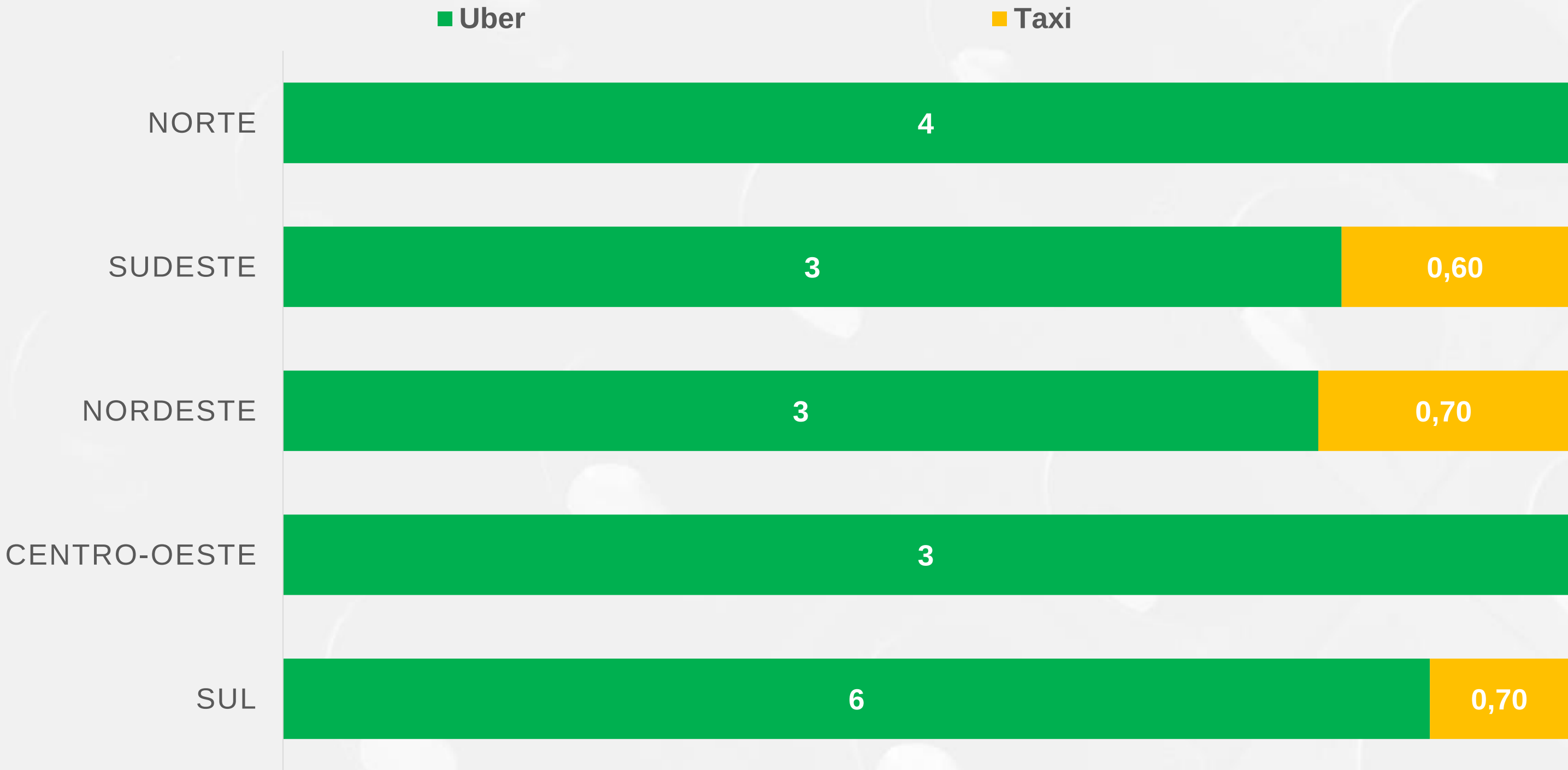
RENDIA PESSOAL



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

APLICATIVOS VS. TÁXI (%)

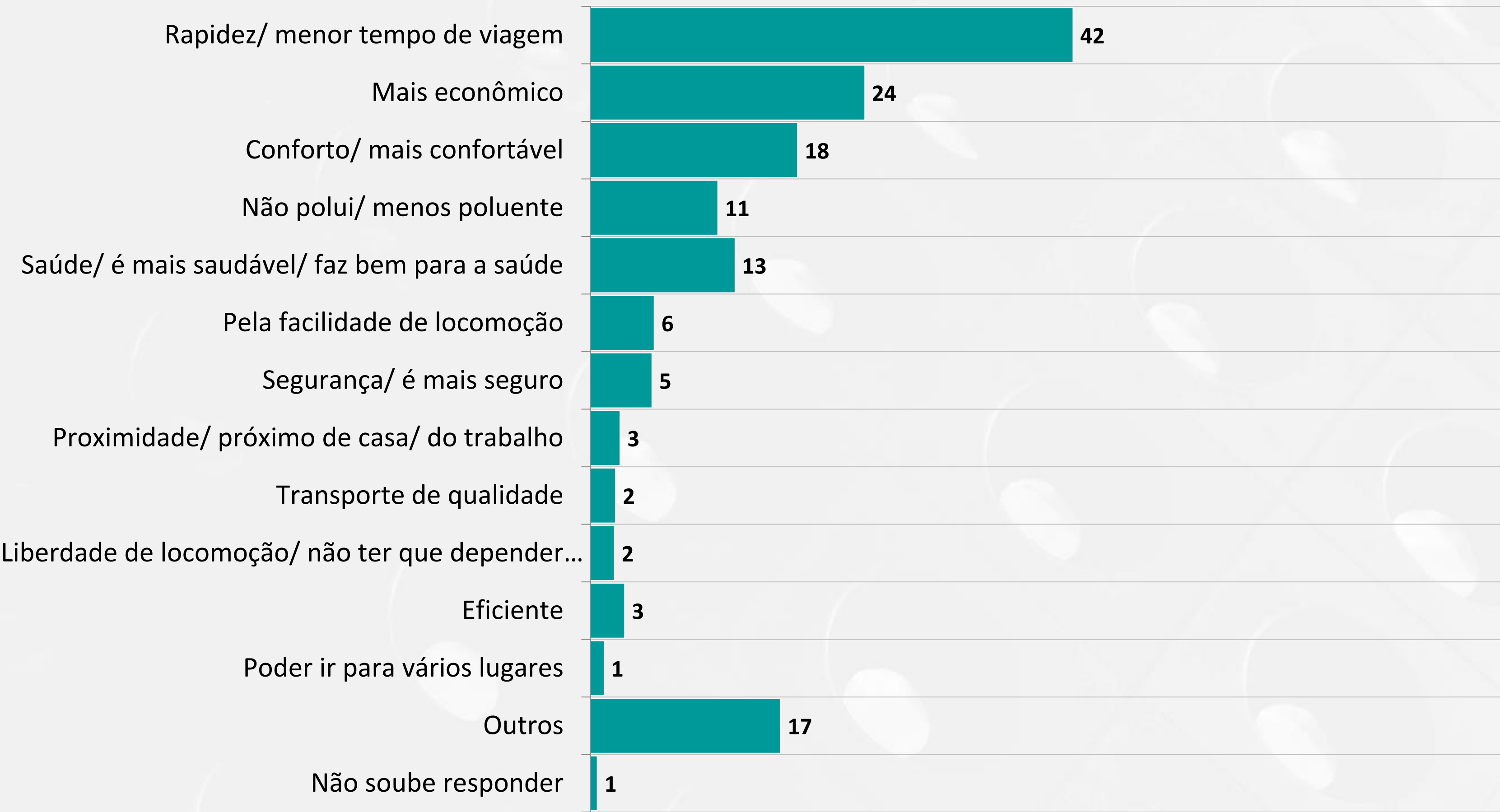
REGIÃO



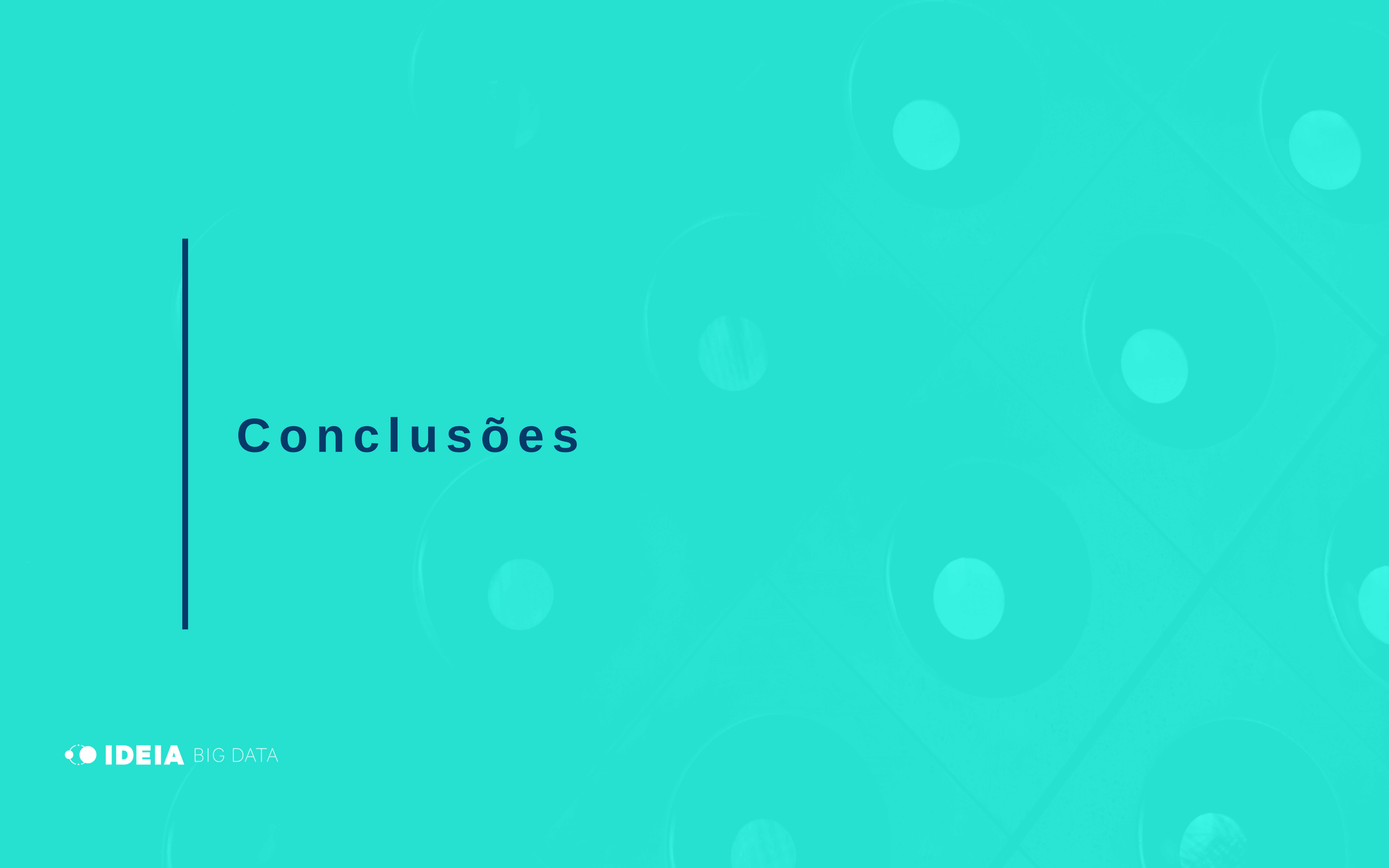
Base: Total da amostra = 3000 entrevistas

MEIO DE TRANSPORTE IDEAL

PRINCIPAL MOTIVO



Base: Total da amostra = 3000 entrevistas



Conclusões

CONCLUSÕES

- ✓ O petróleo é associado a combustíveis, à dinheiro/lucro e à Petrobrás. Já o transporte público é associado aos meios ônibus/metrô/trem, seguido de avaliações negativas como péssimo, ruim, horrível, precário, caos e bagunça. Quanto ao carro, a maior parte das associações refere-se ao conforto e à comodidade. Enquanto o petróleo e o transporte público têm uma imagem mais negativa, o carro ainda possui uma imagem boa, com associações mais positivas.
- ✓ Entre as organizações avaliadas, as empresas de transporte privado foram as que receberam mais avaliações positivas, seguidas pelas organizações ambientais. As montadoras de veículos ainda desfrutam de boa avaliação (hipótese - geração de empregos?). A pior avaliação foi das operadoras de ônibus.
- ✓ Os entrevistados acreditam que o Brasil deveria aumentar o uso de eletricidade, biocombustíveis e gás natural e reduzir o uso de gasolina e diesel.
- ✓ Os combustíveis fósseis geram impactos negativos em todos os quesitos avaliados; o mais negativo é na qualidade do ar. Também são percebidos como poluentes. Os entrevistados não os consideram econômicos e confiáveis.
- ✓ As companhias de petróleo têm uma imagem negativa perante a população, sendo percebidas como gananciosas, altamente lucrativas e politicamente poderosas. Não são percebidas como éticas ou responsáveis com o meio ambiente.
- ✓ Mais da metade dos respondentes acham que a gasolina e o diesel deveriam ser substituídos por outros combustíveis mais limpos. Mas não acreditam que o Brasil conseguirá fazer essa mudança.

CONCLUSÕES

- ✓ O apoio à substituição dos combustíveis é maior entre os mais jovens (16 a 34 anos), com maior nível de escolaridade (superior, técnico e profissionalizante) e pertencentes às classes mais altas (A e B).*
- ✓ Os entrevistados apoiam fortemente todas as propostas sugeridas, principalmente a melhora do transporte público. A proposta que tem um pouco mais de oposição é a quanto ao corte dos incentivos governamentais, subsídios e isenções fiscais para companhias de petróleo e em relação à redução de incentivos para aquisição de carros e motos que não sejam movidos a combustíveis limpos.
- ✓ Governantes que recuperassem calçadas e praças, que renovassem a frota de ônibus, que construíssem ciclovias e aumentassem os investimentos em metrô e trem receberiam muitos votos da população. Já o aumento de impostos sobre carros movidos a gasolina e dieses e o pedágio urbano, não seriam bem recebidos pelos eleitores.
- ✓ Mais da metade da amostra possui carro próprio.
- ✓ Metade dos entrevistados têm interesse em comprar um automóvel nos próximos três anos. Entre os que não pretendem adquirir um carro nos próximos anos, o principal motivo é financeiro.
- ✓ A probabilidade de comprar um carro elétrico é maior entre pessoas com mais de 45 anos e com maior escolaridade.

* Diferença significativa confirmada através da análise de variância.

CONCLUSÕES

- ✓ A forma de locomoção mais utilizada é o andar a pé, seguida pelo ônibus. O meio de transporte menos utilizado é a bicicleta compartilhada.
- ✓ O uso do ônibus como meio de transporte diminui conforme a classe social aumenta. Pessoas das classes A e B usam menos ônibus do que as pessoas da classe C; e as de classe C, por sua vez, usam menos que as pessoas das classes D e E.
- ✓ O uso do carro para locomoção aumenta conforme a escolaridade e classe social do entrevistado.
- ✓ O Uber “roubou” usuários do transporte público e do táxi, em sua maioria.
- ✓ A maior parte dos entrevistados leva até 20 minutos para se locomover em suas atividades diárias.
- ✓ O meio de transporte ideal é o carro para 30% dos entrevistados. Os motivos são o menor tempo para o deslocamento, a economia e o conforto.

Obrigado!



ideiabigdata.com



contato@ideiabigdata.com



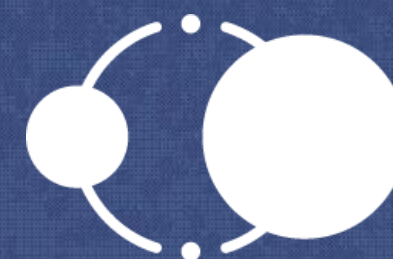
youtube.com/inteligenciaideia



linkedin.com/company-beta/9459819/



fb.com/ideiabigdata



IDEIA

BIG DATA