

# RADAR FEBRABAN 2022

## (EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES)

5ª EDIÇÃO

O RADAR FEBRABAN avalia trimestralmente a evolução da expectativa dos brasileiros sobre temas como:

- Situação da economia e consumo
- Bancos
- Meios de informação
- Golpes e fraudes

A pesquisa se soma ao Observatório FEBRABAN e à FEBRABAN News, criados em 2020, como instrumentos para estreitar o diálogo do setor bancário com os brasileiros, tornando-se polo de notícias, conteúdo e ponto de encontro de debate.

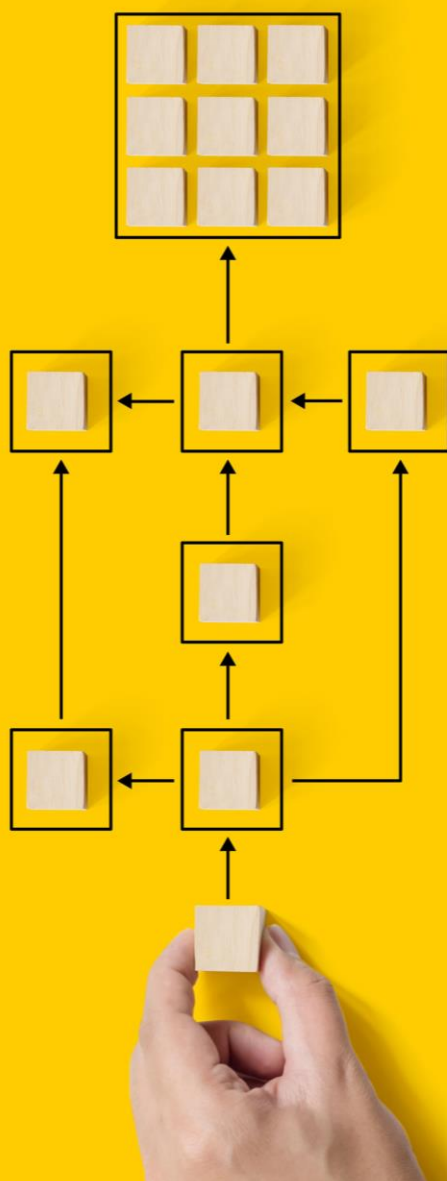
Realizada pelo Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas (IPESPE) – instituição com 35 anos de atuação em estudos de mercado e de opinião.

MARÇO DE 2022

**Febraban**  
news



# METODOLOGIA E APRESENTAÇÃO



# SOBRE O RADAR FEBRABAN

## Período de realização

19 de Fevereiro a 02 de Março de 2022.

## Amostra

Amostra nacional de 3.000 entrevistados, representativa da população adulta brasileira, de 18 anos e mais, de todas as cinco regiões do País; com cotas de sexo, idade e localidade, e controle de instrução e renda.

## Arredondamentos

Os percentuais que não totalizam 100% são decorrentes de arredondamento dos decimais ou de múltiplas alternativas de resposta.

## Margem de erro

A margem de erro máximo estimada para o total de 3.000 entrevistados (Nacional) é de 1.8 pontos percentuais para mais ou para menos, com a utilização de um intervalo de confiança de 95,5%, conforme tabela abaixo:

TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6.0	8.0	9.2	9.8	10.0	9.8	9.2	8.0	6.0
200 entrevistas	4.3	5.7	6.5	7.0	7.1	7.0	6.5	5.7	4.3
400 entrevistas	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0	4.9	4.6	4.0	3.0
500 entrevistas	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5	4.4	4.1	3.6	2.7
800 entrevistas	2.1	2.8	3.3	3.4	3.5	3.4	3.3	2.8	2.1
1.000 entrevistas	1.9	2.6	2.9	3.1	3.2	3.1	2.9	2.6	1.9
1.500 entrevistas	1.6	2.1	2.4	2.5	2.6	2.5	2.4	2.1	1.6
2.000 entrevistas	1.3	1.8	2.0	2.2	2.2	2.2	2.0	1.8	1.3
2.500 entrevistas	1.2	1.6	1.8	2.0	2.0	2.0	1.8	1.6	1.2
3.000 entrevistas	1.1	1.5	1.7	1.8	1.8	1.8	1.7	1.5	1.1

# INTRODUÇÃO

Com o recuo das estatísticas mais negativas da pandemia, 72,5% da população brasileira totalmente vacinada e o retorno às atividades presenciais do comércio, prestação de serviços, educação e outras, o cenário do país indica o início da retomada e recuperação.

Por outro lado, de acordo com o Boletim Focus do Banco Central (BC) divulgado após o carnaval, a projeção do mercado financeiro para a inflação em 2022 subiu pela sétima semana consecutiva e a mediana das previsões para o IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo) avançou para 5,6%. Os prognósticos negativos na economia são sentidos no dia a dia da família brasileira agravados, no momento, pelos efeitos do conflito entre Rússia e Ucrânia.

A mais nova rodada da pesquisa **Radar FEBRABAN**, realizada exclusivamente com a população feminina entre os dias 19 de fevereiro e 2 de março, indica uma expectativa desfavorável das brasileiras com o quadro econômico.

A maioria das entrevistadas (83%) aponta que **a inflação sob o consumo de alimentos é o item que mais tem impactado em suas vidas** e 93% atestam que **o preço dos produtos aumentou ou aumentou muito** em relação ao ano passado.

Com relação ao futuro próximo, predomina a percepção de que alguns dos **principais aspectos no campo da economia irão piorar** nos próximos seis meses:

**74%** acreditam que a taxa de juros vai aumentar.

**71%** afirmam que o custo de vida vai subir.

**44%** declaram que o poder de compra das pessoas vai diminuir

**43%** apostam que o desemprego vai crescer.

A recuperação econômica ainda está longe do horizonte das brasileiras. 44% das entrevistadas acreditam que **a sua vida financeira e familiar só irá se recuperar após 2022**. Quando pensam na **economia do país**, sobe para 60% o percentual daquelas que desacreditam numa recuperação ainda esse ano. Além disso, mais da metade (56%) creem que **o país só voltará a crescer a partir do ano que vem**.

# INTRODUÇÃO

Caso venham a dispor de recursos extras no orçamento doméstico, 29% disseram que **comprariam um imóvel**. A aplicação de dinheiro na **poupança** vem em 2º lugar como destino para os recursos financeiros (23%), seguida da **aplicação em outros investimentos bancários** (22%).

A indicação dos estabelecimentos bancários como destino de eventuais recursos financeiros extras se alinha a uma série de percepções positivas das mulheres sobre esse setor. A percepção é a de que os **bancos têm contribuído muito positivamente ou positivamente para o desenvolvimento da economia** (56%), o **enfrentamento da pandemia** (53%), a **geração de empregos** (50%), a melhora da **qualidade de vida das pessoas** (48%), **os negócios e atividades profissionais da população** (43%). Fora isso, é superlativo o nível de **satisfação com o atendimento prestado pelas instituições bancárias** (75%). Quanto à **confiança**, nos bancos é de 59% e nas fintechs é de 66%.

Embora os golpes envolvendo instituições bancárias se proliferem, a maior parte das entrevistadas (72%) afirmou não ter sido vítima de qualquer deles. Entre aquelas que afirmaram ter sido vítimas de golpe, a **clonagem ou troca de cartão** é o que prepondera (49%).

56% dizem **já ter recebido comunicação do banco instruindo contra golpes** e quase a totalidade (96%) consideram tais **materiais importantes ou muito importantes**. Por outro lado, 61% das brasileiras declararam desconhecer a campanha da Febraban contra fraudes.

No que se refere à exposição ao noticiário a respeito do setor bancário ou a Febraban, uma maioria (62%) disse **não lembrar de notícias**. A percepção de pouco mais da metade (51%) é a de que as notícias são neutras – nem favoráveis nem desfavoráveis.

# 1 PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA



# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

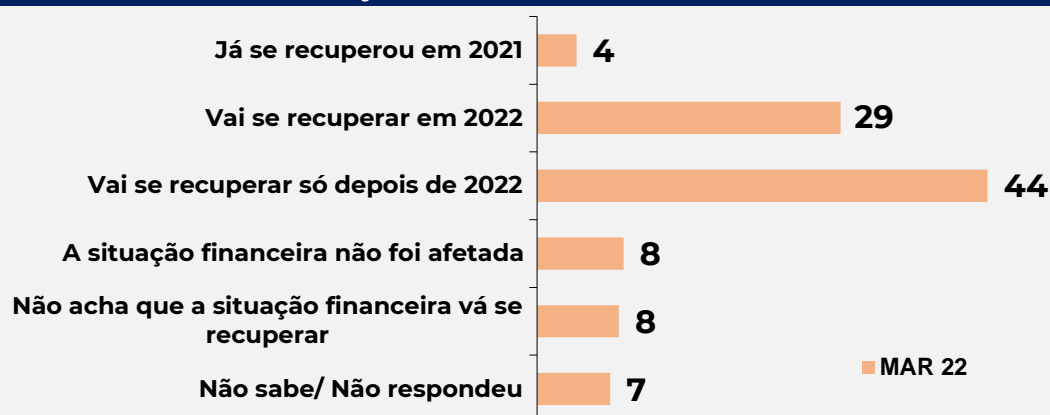
Predomina entre as brasileiras (44%) a percepção de que sua **situação financeira e familiar** só irá se recuperar depois de 2022. Esse percentual cai para 37% entre as que têm ensino superior e para 33% entre as que têm renda acima de 5 SM.

Para 29%, a recuperação já irá ocorrer em 2022. A confiança na recuperação da vida financeira já esse ano é maior na faixa de 25 a 44 anos, entre as que têm ensino superior e aquelas com renda acima de 5 SM.

Uma parcela mais otimista, de 12%, é constituída por aquelas para as quais a situação financeira não foi afetada (8%) e as que consideram que já melhorou em 2021 (4%). Esses percentuais de otimismo, em ambos os casos, são mais altos entre as que têm ensino superior e renda acima de 5 SM.

Parcela de 8% das brasileiras não vê perspectivas de recuperação de sua vida financeira. Esse desalento passa dos 10% entre aquelas com 60 anos ou mais, e na base da pirâmide socioeconômica (instrução até o fundamental e as que possuem renda até 2 SM).

## EXPECTATIVA DE RECUPERAÇÃO DA SITUAÇÃO FINANCEIRA FAMILIAR (%)



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Já se recuperou em 2021	4	4	4	3	4	3	3	6	2	4	7
Vai se recuperar em 2022	29	30	33	30	19	27	29	33	28	28	35
Vai se recuperar só depois de 2022	44	44	43	45	44	46	45	37	46	46	33
A situação financeira não foi afetada	8	6	8	8	13	4	9	15	4	10	17
Não acha que a situação financeira vá se recuperar	8	8	7	7	11	12	7	3	12	6	2
Não sabe/ Não respondeu	7	8	6	6	10	8	7	5	8	7	5

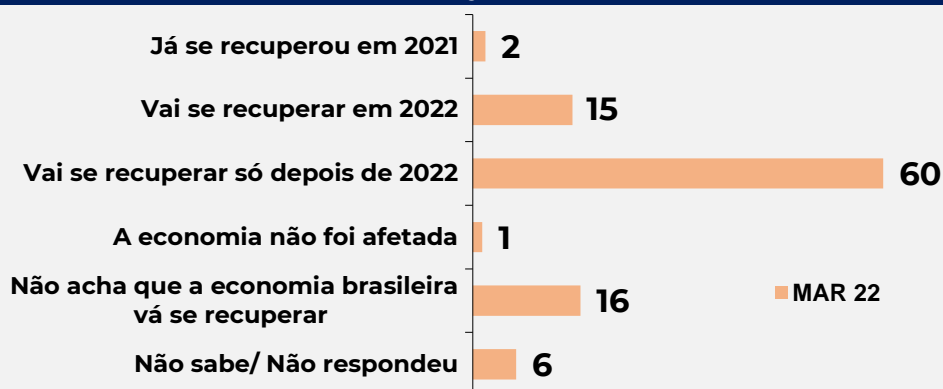
# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

Quanto à **recuperação da economia**, a expectativa é ainda mais distante, só depois de 2022 vai para 60%. Esse percentual chega a 65% entre as que têm ensino superior, sendo menor (55%) entre as que têm até o fundamental.

Mais otimistas e mais pessimistas praticamente empatam: 15% consideram que a economia do país vai se recuperar ainda esse ano (com resultados bastante homogêneos nos diferentes estratos); e 16% não vêem quaisquer perspectivas de recuperação. Nesse último caso, os números crescem entre aquelas que têm até ensino fundamental (21%) e renda até 2 SM (19%).

Apenas 2% percebem que a economia já melhorou em 2021, e 1% entendem que a economia não foi afetada.

## EXPECTATIVA DE RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA BRASILEIRA (%)



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Já se recuperou em 2021	2	1	3	0	3	2	2	2	2	2	3
Vai se recuperar em 2022	15	12	15	17	13	14	15	14	15	14	15
Vai se recuperar só depois de 2022	60	60	59	62	59	55	62	65	57	62	63
A economia não foi afetada	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1
Não acha que a economia brasileira vá se recuperar	16	17	17	13	16	21	13	12	19	13	13
Não sabe/ Não respondeu	6	9	5	6	8	7	6	5	7	7	5



# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

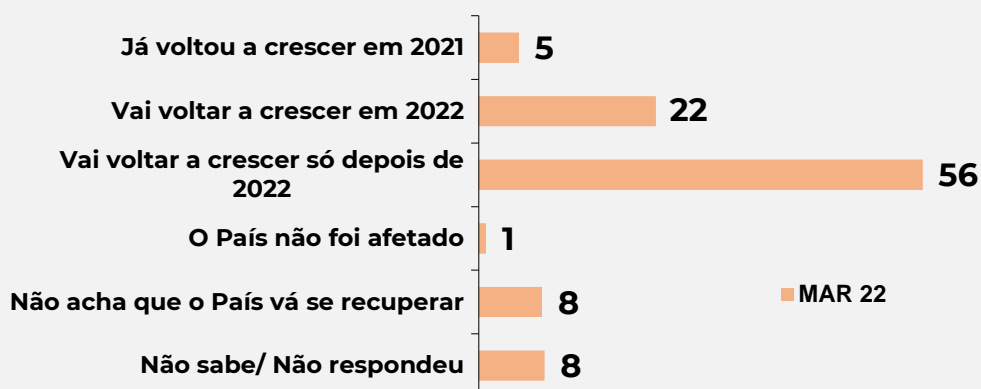
Questionadas sobre o **crescimento do país**, 56% das mulheres apostam que o Brasil só vai voltar a crescer depois de 2022, sendo essa percepção mais comum na faixa de 18 a 24 anos (62%) e menos frequente na faixa de 25 a 44 e até o ensino médio (53% em ambos os casos).

Para cerca de um quinto (22%), o país vai voltar a crescer ainda esse ano, sendo esse número menor (16%) entre as jovens de 18 a 24 e com escolaridade até o fundamental (19%).

Apenas 5% avaliam que o país já voltou a crescer em 2021, e 1% consideram que o crescimento do país não foi afetado.

Para 8%, o país não vai se recuperar. Esse número chega a 10% entre as brasileiras com escolaridade e renda mais baixas.

## EXPECTATIVA DE RECUPERAÇÃO DO PAÍS (%)



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Já voltou a crescer em 2021	5	2	5	6	6	4	5	6	4	6	6
Vai voltar a crescer em 2022	22	16	25	23	19	19	24	23	21	22	24
Vai voltar a crescer só depois de 2022	56	62	53	56	58	58	53	56	57	55	55
O País não foi afetado	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Não acha que o País vá se recuperar	8	9	8	7	9	10	7	6	10	7	6
Não sabe/ Não respondeu	8	10	8	8	8	8	9	8	7	10	9

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

## EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA EM 2022 (%)

São as inquietações sobre **aumento da taxa de juros e da inflação**, principalmente, que sustentam as perspectivas desfavoráveis sobre a recuperação da vida financeira familiar e da economia em curto prazo no segmento feminino. Já com relação ao **poder de compra, desemprego e sobretudo ao acesso a crédito** a expectativa é de melhora ou estabilidade no nível atual.

<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>74%</b> das brasileiras vislumbram o aumento da taxa de juros esse ano.</li></ul>	Essa preocupação chega a 80% no segmento de 18 a 24 anos, a 77% para quem está no ensino fundamental e a 78% para quem tem renda até 2 SM.
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>71%</b> das entrevistadas apostam no aumento da inflação e aumento do custo de vida.</li></ul>	Esse temor maior entre as de 25 a 44 anos (74%), ensino fundamental (72%) e renda até 2 SM (74%).
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>44%</b> das mulheres acreditam em queda no poder de compra (contra 52% que creem em aumento ou estabilidade).</li></ul>	As que têm 60 anos ou mais (50%) e ensino superior (47%) mostram-se mais aflitas com esse aspecto.
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>43%</b> sinalizam que haverá crescimento do desemprego (contra 53% que acreditam em diminuição ou manutenção do nível atual).</li></ul>	Esse número chega a 49% entre as de 18 a 24 anos, a 50% entre quem tem até o ensino fundamental e a 48% entre quem ganha até 2 SM.
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>25%</b> afirmam que o acesso de pessoas e empresas ao crédito irá diminuir (contra 69% que acham que ficará como está ou irá aumentar).</li></ul>	A maior parcela dos que acreditam em diminuição estão nas faixas etárias de 45 a 59 anos, e 60 e mais (30% e 29%). Já os mais otimistas são os de 25 a 44 anos e com renda de 2-5 SM (36%, ambos).

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

## EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA EM 2022 (%)

(%)		MAR/22
O DESEMPREGO	Vai aumentar	43
	Vai ficar igual como está	28
	Vai diminuir	25
	NS/ NR	3
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai aumentar	34
	Vai ficar igual como está	35
	Vai diminuir	25
	NS/ NR	6
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai aumentar	25
	Vai ficar igual como está	27
	Vai diminuir	44
	NS/ NR	4
A TAXA DE JUROS	Vai aumentar	74
	Vai ficar igual como está	15
	Vai diminuir	8
	NS/ NR	4
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai aumentar	71
	Vai ficar igual como está	17
	Vai diminuir	10
	NS/ NR	3

## EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA EM 2022 (%)

(%)		TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
O DESEMPREGO	Vai aumentar	43	49	44	39	40	50	41	35	48	39	37
	Vai ficar igual como está	28	26	27	32	28	25	29	33	26	31	31
	Vai diminuir	25	21	26	26	27	22	27	28	24	26	28
	NS/ NR	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai aumentar	34	32	36	32	31	33	35	32	34	36	29
	Vai ficar igual como está	35	42	35	33	32	37	33	38	35	32	40
	Vai diminuir	25	17	24	30	29	25	26	25	25	25	25
	NS/ NR	6	8	4	5	8	6	6	6	5	7	6
PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai aumentar	25	27	29	22	19	27	25	23	28	23	23
	Vai ficar igual como está	27	31	27	26	26	27	29	26	26	29	29
	Vai diminuir	44	37	41	48	50	43	43	47	44	43	44
	NS/ NR	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4
TAXA DE JUROS	Vai aumentar	74	80	76	69	68	77	73	69	78	68	72
	Vai ficar igual como está	15	12	14	18	15	12	16	17	13	17	16
	Vai diminuir	8	5	8	10	11	9	7	10	7	9	9
	NS/ NR	4	4	2	3	7	3	4	4	2	5	3
INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai aumentar	71	73	74	65	69	72	71	67	74	66	70
	Vai ficar igual como está	17	20	14	21	15	17	16	17	16	20	15
	Vai diminuir	10	5	10	10	12	8	9	13	8	10	13
	NS/ NR	3	2	2	4	4	2	3	3	2	5	3

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

É quase uma unanimidade entre as brasileiras (93%) a percepção de que a **inflação e o preço dos produtos aumentaram ou aumentaram muito de 2021 para 2022**. Em todos os estratos, esse percentual fica acima de 90%.

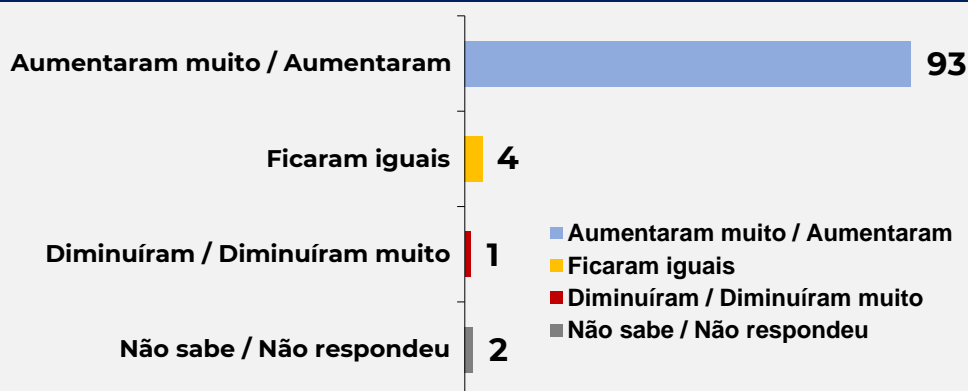
É no **consumo de alimentos** (83%) que a inflação mais pesa no bolso das mulheres. Esse percentual chega a 86% na faixa de 25 a 44 anos e entre as que ganham até 2 SM, caindo para 76% na faixa de 60 anos ou mais.

Os demais itens estão bem atrás dos alimentos quando se pensa em impacto no custo de vida. O **preço do combustível** ocupa o segundo lugar (35%), sendo ainda mais significativo para quem ganha acima de 5 salários-mínimos (45%) e tem ensino superior (47%).

Os **serviços de saúde ou remédios** atingem a média de 18% do total da amostra, mas entre as mulheres com 60 anos ou mais, saltam para 26%.

Os demais itens avaliados pontuaram abaixo de 10% em todos os estratos.

## PERCEPÇÃO SOBRE A INFLAÇÃO E O PREÇO DOS PRODUTOS QUANDO COMPARADO A 2021 (%)

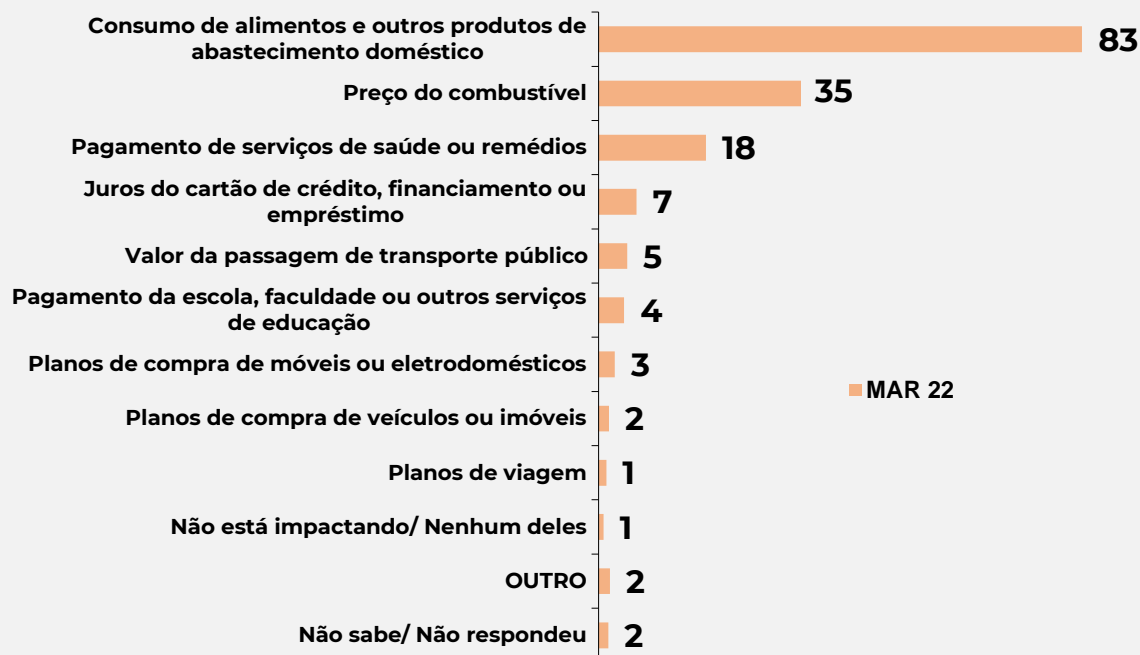


(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aumentaram muito / Aumentaram	93	91	94	92	95	95	90	96	95	90	95
Ficaram iguais	4	4	3	5	3	2	6	3	3	5	3
Diminuíram / Diminuíram muito	1	1	2	1	1	1	2	0	1	1	2
Não sabe / Não respondeu	2	4	1	2	2	2	2	1	1	3	1

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

## ASPECTOS DA VIDA EM QUE A INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS

Múltiplas respostas (%)



Aspecto (%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	83	84	86	83	76	84	83	82	86	80	81
Preço do combustível	35	31	39	33	30	29	34	47	29	38	45
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	18	16	15	21	26	20	17	18	20	16	19
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	7	3	7	9	6	6	7	7	6	7	7
Valor da passagem de transporte público	5	9	5	5	3	7	4	4	5	5	4
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	4	7	5	5	2	5	4	5	4	5	5
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	3	5	3	2	1	2	4	2	3	3	2
Planos de compra de veículos ou imóveis	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2
Planos de viagem	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1	3
Não está impactando/ Nenhum deles	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1
OUTRO	2	0	1	2	7	3	1	1	2	2	2
Não sabe/ Não respondeu	2	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

## EXPECTATIVA DE USO EM CASO DE SOBRAS DO ORÇAMENTO Múltiplas respostas (%)

Entre as brasileiras, o desejo de **comprar uma casa** (29%) – 34% na faixa de 25 a 44 anos – ou os **planos de reformá-la** (20%) – 23% nas faixas de 45 anos ou mais – estão entre os principais destinos a serem dados a eventuais recursos financeiros extras.

Concorrendo com os bens imóveis está a **aplicação na poupança** (23%) e em **outros investimentos bancários** (22%), reiterando a confiança nos bancos. A poupança, é citada com mais frequência nos estratos com escolaridade e renda mais baixas, enquanto outros investimentos bancários são mais citados no topo da escolaridade e da renda.

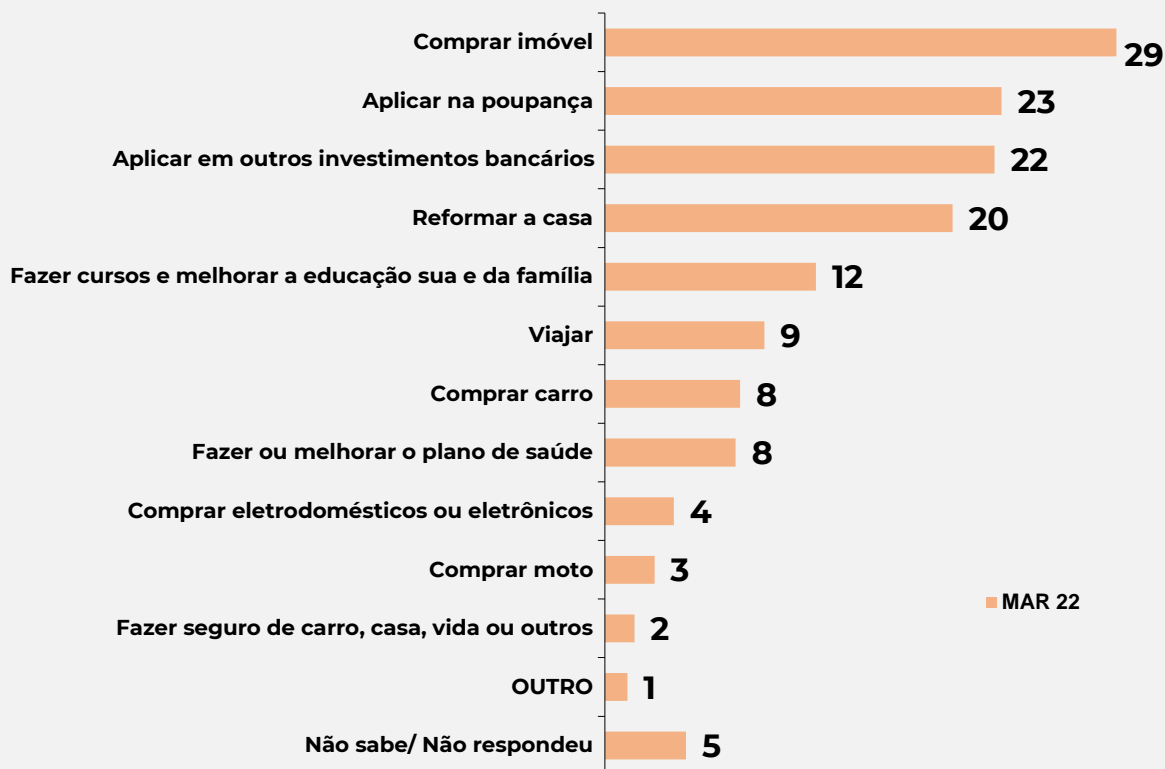
Chega a 12% entre as brasileiras – especialmente as de 18 a 24 anos (16%) – a intenção de fazer  **cursos e melhorar a educação** sua e de sua família.

Um pouco abaixo comparece a menção a **viagens** (9%), sendo 14% entre as que têm ensino superior e renda acima de 5 salários-mínimos.

Os itens menos citados são: **comprar carro** (8%), fazer ou melhorar o **plano de saúde** (8%); **comprar eletrodomésticos/ eletrônicos** (4%); **comprar moto** (3%); **fazer seguro** de carro, casa, vida ou outros (2%).

# PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

## EXPECTATIVA DE USO EM CASO DE SOBRAS DO ORÇAMENTO Múltiplas respostas (%)



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Comprar imóvel	29	30	34	25	22	29	27	33	29	29	30
Aplicar na poupança	23	25	26	17	20	24	24	18	25	22	18
Aplicar em outros investimentos bancários	22	19	25	24	17	19	19	34	17	22	36
Reformar a casa	20	16	18	23	23	21	21	16	22	19	17
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	12	16	12	13	7	12	14	8	14	11	10
Viajar	9	7	7	11	13	6	9	14	6	11	14
Comprar carro	8	5	9	9	6	7	7	10	7	7	10
Fazer ou melhorar o plano de saúde	8	5	6	8	12	7	7	9	6	9	8
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	3
Comprar moto	3	7	3	1	1	3	2	3	4	2	2
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	4	2	1	1	2	2	1	2	1	1
OUTRO	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2
Não sabe/ Não respondeu	5	5	3	5	8	5	6	2	5	6	2

# 2 PERCEÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO





# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES (%)

Entre as brasileiras, a **confiança nas instituições financeiras** é alta, sendo maior em relação às fintechs (66% confiam) que aos bancos tradicionais (59% confiam). Nas empresas privadas em geral, essa confiança é de 52%.

Aquelas com 60 anos ou mais são as que apresentam menores níveis de confiança, seja em bancos, fintechs ou empresas privadas em geral:

- **Bancos (59% confiam):** esse percentual atinge 73% entre as jovens de 18 a 24 anos, sendo menor (49%) entre aquelas com 60 anos ou mais.
- **Fintechs (66% confiam):** a confiança é superior a 70% nas faixas de 18 a 24 e 25 a 44 anos; entre aquelas com ensino superior. Entre as de 60 anos ou mais é de 47%.
- **Empresas privadas (52%):** a confiança é maior entre as que têm nível superior (63%) e renda acima de 5 SM; e menor na faixa de 60 anos ou mais (46%). Também é mais baixa entre aquelas que têm instrução até fundamental (48%) e aquelas com renda até 2 SM (48%).

# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES (%)

(%)		MAR/22
NOS BANCOS	Confia	59
	Não confia	34
	Não sabe/Não respondeu	7
NAS EMPRESAS PRIVADAS	Confia	52
	Não confia	36
	Não sabe/Não respondeu	12
NAS FINTECHS	Confia	66
	Não confia	29
	Não sabe/Não respondeu	5

(%)		TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			18 A 24	25 A 44	45 A 59	60 ANOS	FUNDA-	ENSINO	SUPE-	ATÉ 2	2-5	+ DE
			ANOS	ANOS	ANOS	OU MAIS	MENTAL	MÉDIO	RIOR	SM	SM	5 SM
NOS BANCOS	Confia	59	73	59	57	49	59	59	58	60	58	58
	Não confia	34	21	33	35	44	33	32	37	32	34	36
	Não sabe/Não respondeu	7	7	7	8	7	8	8	5	8	7	6
NAS EMPRESAS PRIVADAS	Confia	52	58	52	54	46	48	50	63	48	52	62
	Não confia	36	27	38	35	39	37	39	28	38	36	30
	Não sabe/Não respondeu	12	15	11	11	15	15	12	8	13	12	9
NAS FINTECHS	Confia	66	70	72	65	47	64	65	70	66	63	69
	Não confia	29	24	25	29	45	31	30	25	29	32	26
	Não sabe/Não respondeu	5	6	3	6	8	5	5	5	5	5	5

# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS NAS DIVERSAS ÁREAS (%)

Pelo menos metade das brasileiras avalia que os bancos têm contribuído ou contribuído muito para, principalmente:

- **O desenvolvimento da economia brasileira (56%):** esse número chega a 63% entre as jovens de 18 a 24 anos e a 61% entre as de 25 a 44 anos. Na faixa de 60 anos ou mais, é menor (44%). Na população feminina bancarizada, a percepção de contribuição positiva nessa área chega a 62%, contra 38% na população feminina não bancarizada.
- **Ajudar o país, a população e seus clientes a enfrentarem a crise do coronavírus (53%):** somente na faixa de 60 anos ou mais esse percentual é inferior a 50% (45%). Entre as bancarizadas, a percepção de contribuição positiva é de 59%, enquanto as não bancarizadas registram 35%.
- **Para a geração de empregos (50%):** esse número atinge 56% entre as jovens de 18 a 24 anos. Novamente, a percepção positiva é menor entre as mais velhas (39%) e na população não bancarizada (36%, contra 54% entre as mulheres bancarizadas).

Os percentuais, embora favoráveis, são um pouco menores quanto à contribuição dos bancos para:

- **Melhoria da qualidade de vida das pessoas (48%):** 36% na faixa de 60 anos ou mais e 25% entre as não bancarizadas.
- **Seu negócio ou a sua atividade profissional (43%):** 32% entre as mais velhas e 28% entre as não bancarizadas.

# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS NAS DIVERSAS ÁREAS (%)

(%)		MAR/22
DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA BRASILEIRA	Contribuído muito positivamente / Contribuído positivamente	56
	Contribuído negativamente / Contribuído muito negativamente	15
	Não têm contribuído	17
	Não Sabe /Não Respondeu	12
GERAÇÃO DE EMPREGOS NO BRASIL	Contribuído muito positivamente / Contribuído positivamente	50
	Contribuído negativamente / Contribuído muito negativamente	18
	Não têm contribuído	24
	Não Sabe /Não Respondeu	8
MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA DAS PESSOAS	Contribuído muito positivamente / Contribuído positivamente	48
	Contribuído negativamente / Contribuído muito negativamente	18
	Não têm contribuído	25
	Não Sabe /Não Respondeu	10
AJUDAR O PAÍS, A POPULAÇÃO E SEUS CLIENTES A ENFRENTAREM A CRISE DO CORONAVÍRUS	Contribuído muito positivamente / Contribuído positivamente	53
	Contribuído negativamente / Contribuído muito negativamente	13
	Não têm contribuído	23
	Não Sabe /Não Respondeu	12
O SEU NEGÓCIO OU A SUA ATIVIDADE PROFISSIONAL	Contribuído muito positivamente / Contribuído positivamente	43
	Contribuído negativamente / Contribuído muito negativamente	11
	Não têm contribuído	33
	Não Sabe /Não Respondeu	13

# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS NAS DIVERSAS ÁREAS (%)

(%)		TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA BRASILEIRA	Contribuído muito positivamente/ positivamente	56	63	61	53	44	58	55	57	58	53	57
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	15	11	16	15	18	16	15	15	15	17	14
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	17	13	13	21	25	14	18	19	15	17	19
	NS/ NR	12	13	10	12	13	13	12	9	12	13	9
GERAÇÃO DE EMPREGOS NO BRASIL	Contribuído muito positivamente/ positivamente	50	56	53	48	39	51	49	51	51	49	50
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	18	14	18	19	18	18	17	17	18	17	18
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	24	20	21	26	33	22	26	26	22	27	25
	NS/ NR	8	10	7	7	10	9	8	6	9	8	7
MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA DAS PESSOAS	Contribuído muito positivamente/ positivamente	48	57	50	47	36	49	47	47	49	45	49
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	18	16	18	18	18	19	16	17	18	18	16
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	25	15	23	27	36	21	27	27	23	28	26
	NS/ NR	10	12	9	8	11	11	9	9	11	8	10
AJUDAR O PAÍS, A POPULAÇÃO E SEUS CLIENTES A ENFRENTAREM A CRISE DO CORONAVÍRUS	Contribuído muito positivamente/ positivamente	53	57	56	51	45	53	54	51	55	50	53
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	13	11	12	14	13	13	12	12	13	13	12
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	23	16	22	23	30	19	23	28	20	25	26
	NS/ NR	12	17	10	12	12	14	11	9	13	12	10
O SEU NEGÓCIO OU A SUA ATIVIDADE PROFISSIONAL	Contribuído muito positivamente/ positivamente	43	43	48	44	32	42	43	47	43	39	50
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	11	14	12	11	7	13	11	7	13	10	8
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	33	25	29	34	47	29	34	36	30	37	33
	NS/ NR	13	19	12	11	13	16	12	9	14	14	8

# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

## CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS NAS DIVERSAS ÁREAS (%)

RELAÇÃO COM BANCOS	TOTAL	RELAÇÃO COM BANCOS		
		POPULAÇÃO BANCARIZADA	POPULAÇÃO NÃO BANCARIZADA	
DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA BRASILEIRA	Contribuído muito positivamente/ positivamente	56	62	38
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	15	15	18
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	17	14	25
	NS/ NR	12	9	19
GERAÇÃO DE EMPREGOS NO BRASIL	Contribuído muito positivamente/ positivamente	50	54	36
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	18	17	19
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	24	21	33
	NS/ NR	8	7	12
MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA DAS PESSOAS	Contribuído muito positivamente/ positivamente	48	55	25
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	18	18	17
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	25	20	39
	NS/ NR	10	7	19
AJUDAR O PAÍS, A POPULAÇÃO E SEUS CLIENTES A ENFRENTAREM A CRISE DO CORONAVÍRUS	Contribuído muito positivamente/ positivamente	53	59	35
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	13	13	12
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	23	20	33
	NS/ NR	12	9	21
O SEU NEGÓCIO OU A SUA ATIVIDADE PROFISSIONAL	Contribuído muito positivamente/ positivamente	43	48	28
	Contribuído negativamente/ muito negativamente	11	11	11
	Não têm contribuído nem positiva nem negativamente	33	30	40
	NS/ NR	13	10	22

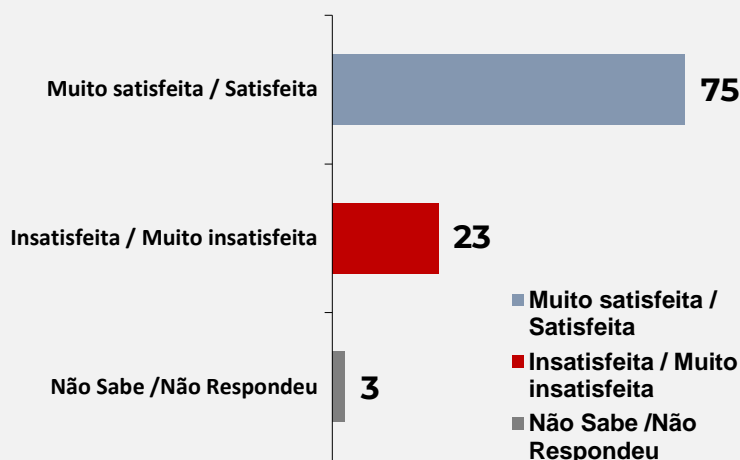
# PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

Na população feminina bancarizada, quase oito em cada dez (75%) declaram-se satisfeitas ou muito satisfeitas com o **atendimento prestado pelo bancos**.

Novamente, a faixa de idade aparece como uma variável importante nessa avaliação: a satisfação chega a 86% entre as jovens de 18 a 24 anos; e, embora alta, cai 10 pontos em relação ao total da amostra na faixa de 60 anos ou mais (65%).

## NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO PRESTADO PELOS BANCOS (%)

### - POPULAÇÃO BANCARIZADA -



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Muito satisfeita / Satisfeita	75	86	76	72	65	75	74	74	76	74	75
Insatisfeita / Muito insatisfeita	23	14	21	25	31	22	22	24	22	24	23
Não Sabe / Não Respondeu	3	0	3	3	3	3	3	1	3	3	2



**3**

**GOLPES/TENTATIVAS  
DE GOLPES**

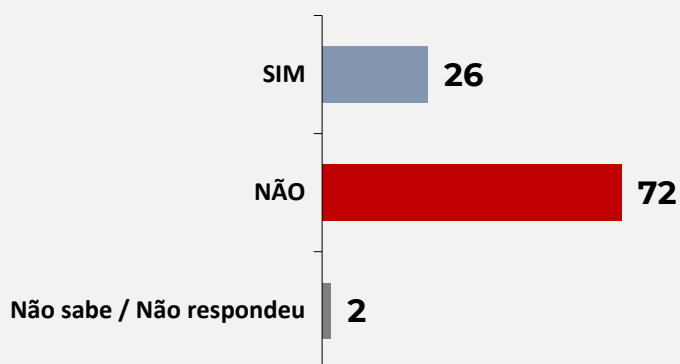


# GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

O número de entrevistadas que já foram **vítimas de golpes ou de tentativas de golpes** é de 26%. Nesse caso, diferenças importantes podem ser observadas conforme idade, escolaridade e nível de renda:

- **Mais vitimizadas:** as que têm renda acima de 5 SM (30%) e nível superior (29%); e aquelas na faixa de 60 anos ou mais (29%).
- **Menos vitimizadas:** as jovens de 18 a 24 anos (17%).

## VÍTIMA DE GOLPE / TENTATIVA DE GOLPE (%)



IDADE	INSTRUÇÃO	RENDA FAMILIAR									
		ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM							
<b>(%)</b>	<b>TOTAL</b>	<b>18 A 24 ANOS</b>	<b>25 A 44 ANOS</b>	<b>45 A 59 ANOS</b>	<b>60 ANOS OU MAIS</b>	<b>FUNDA-MENTAL</b>	<b>ENSINO MÉDIO</b>	<b>SUPE-RIOR</b>	<b>ATÉ 2 SM</b>	<b>2-5 SM</b>	<b>+ DE 5 SM</b>
SIM	26	17	26	28	29	23	27	29	23	26	30
NÃO	72	79	73	69	70	75	71	70	74	71	68
Não sabe / Não respondeu	2	4	2	3	1	3	2	1	2	2	2

# GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

O golpe mais comum (49%) é a **clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões**. A menção a esse tipo de fraude passa de 60% entre as que tem nível superior e renda acima de 5 SM.

O **golpe da central falsa**, em que alguém pede seus dados por telefone, é mencionado principalmente na faixa de 25 a 44 anos (35%), caindo para 18% na faixa de 60 anos ou mais.

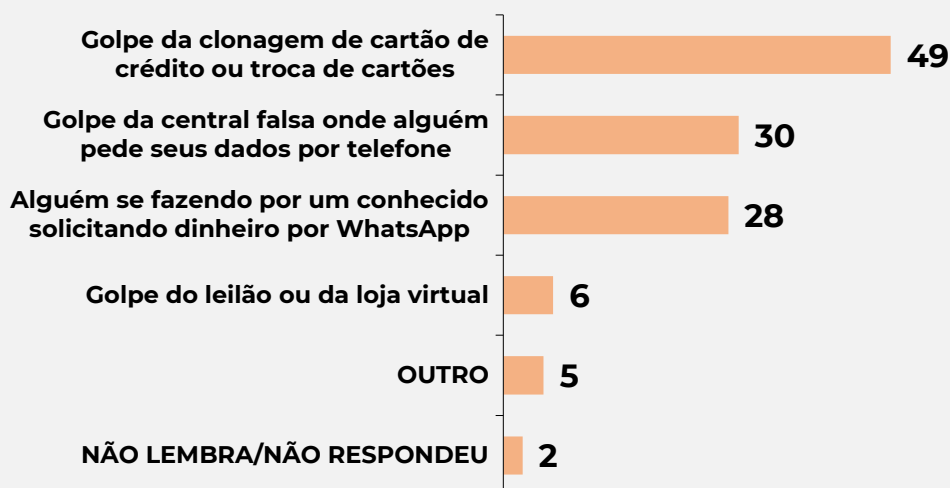
Em terceiro lugar, destaca-se o **golpe do WhatsApp**, no qual o fraudador se passa por um conhecido solicitando dinheiro (28%). Nesse caso, as menções são mais frequentes entre as jovens de 18 a 24 anos (45%).

Há ainda 6% que citam o **golpe do leilão da loja virtual falsa**, mais frequente entre as faixas de 25 a 44 anos e 60 anos ou mais, ambas com 7% das menções.

Outros golpes receberam 5% das menções.

## - PARA QUEM SOFREU GOLPE/TENTATIVA DE GOLPE -

### TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (Múltiplas respostas) (%)



# GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

- PARA QUEM SOFREU GOLPE/TENTATIVA DE GOLPE -

## TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (Múltiplas respostas) (%)

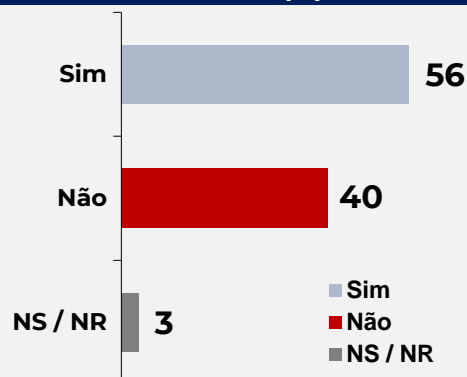
(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	49	37	45	57	54	36	53	61	39	53	63
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	30	33	35	28	18	32	29	29	33	29	25
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	28	45	27	26	25	35	25	24	29	31	25
Golpe do leilão ou da loja virtual	6	0	7	6	7	7	8	3	7	6	5
OUTRO	5	2	4	5	9	6	6	2	6	6	3
NÃO LEMBRA/NÃO RESPONDEU	2	4	2	2	4	4	2	2	3	3	1

# GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

O número das que receberam **materiais de comunicação de bancos ou outras entidades** alertando contra golpes é de 56%.

Esse percentual chega a 63% tanto entre as que têm nível superior, quanto entre as que têm renda acima de 5 SM.

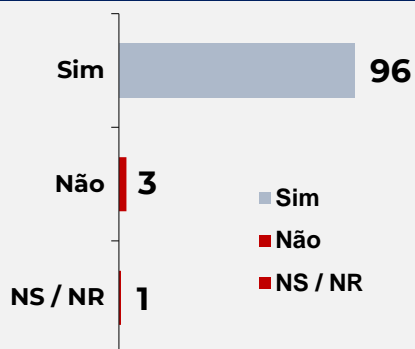
## - PARA TODAS - RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES (%)



IDADE	INSTRUÇÃO	RENDA FAMILIAR	TOTAL		IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			(%)	TOTAL	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
SIM	56	52	60	56	52	54	55	63	55	55	63			
NÃO	40	42	38	41	44	43	41	35	42	41	35			
NÃO LEMBRA/ NÃO RESPONDEU	3	6	3	3	4	3	4	3	3	5	2			

## - PARA QUEM RECEBEU MATERIAL -

### IMPORTÂNCIA DO MATERIAL PARA A PREVENÇÃO CONTRA O GOLPE (%)



É superlativa a **atribuição de importância a esse tipo de informação** para a prevenção de golpes e fraudes: 96%, chegando a 99% na faixa de 45 a 59 anos, bem como entre as de renda acima de 5 salários-mínimos.

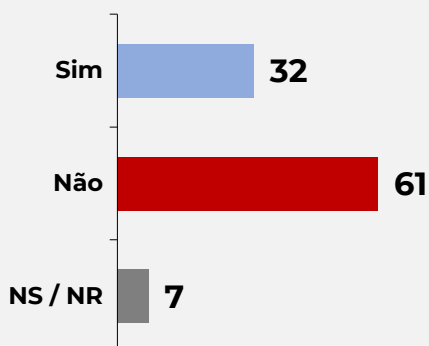
IDADE	INSTRUÇÃO	RENDA FAMILIAR	TOTAL		IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			(%)	TOTAL	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
SIM	96	94	96	99	96	95	97	98	95	96	99			
NÃO	3	4	3	1	4	4	3	2	4	3	1			
NÃO LEMBRA/ NÃO RESPONDEU	1	2	1	0	0	1	0	0	1	1	0			

# GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

No bojo da importância atribuída à comunicação sobre golpes, o **recall de campanhas da Febraban** sobre prevenção de fraudes é de 32%.

Entre as entrevistadas que afirmam lembrar, destacam-se as que têm nível superior (36%); e a faixa de renda acima de 5 salários-mínimos (37%).

## RECALL DE CAMPANHA DA FEBRABAN – FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS PARA PREVENÇÃO DE FRAUDES (%)



(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
SIM	32	24	33	35	32	28	33	36	29	32	37
NÃO	61	67	62	55	61	65	58	59	63	59	58
NÃO LEMBRA/ NÃO RESPONDEU	7	9	6	9	7	7	9	5	7	9	5

# 4 NOTÍCIAS SOBRE OS BANCOS

# NOTÍCIAS SOBRE OS BANCOS

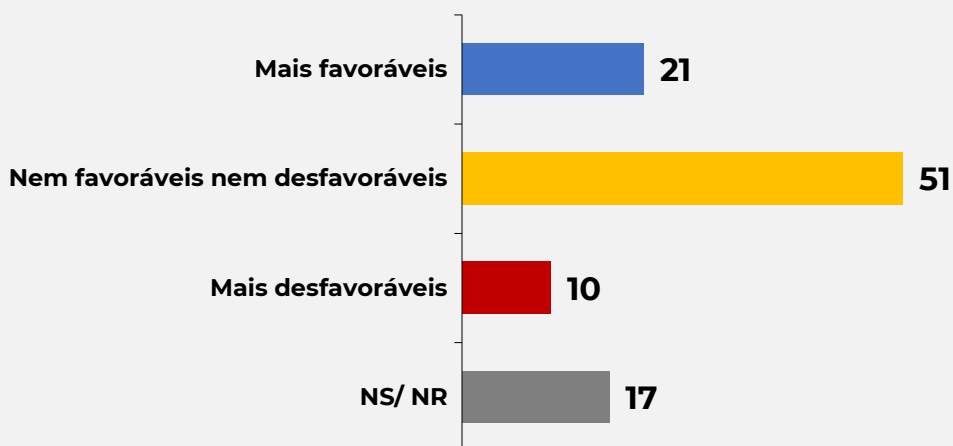
No que se refere à **exposição ao noticiário a respeito do setor bancário**, a percepção de pouco mais da metade (51%) é a de que o noticiário é neutro. Nessa parcela, os percentuais são discretamente mais altos entre aquelas com ensino médio e superior (54% em ambos os casos) e na faixa de 60 anos ou mais (53%).

Para outros 21%, predominam notícias favoráveis. Esse número cai nas faixas de 45 a 59 anos e 60 anos ou mais (19% e 17%, respectivamente).

Parcela minoritária (10%) opina que as notícias sobre bancos e o setor bancário são, na maior parte, desfavoráveis – esse número cai para 6% entre as jovens de 18 a 24 anos e sobe para 14% entre aquelas com 60 anos ou mais.

Outros 17% não souberam responder.

## PERCEPÇÃO DA DIREÇÃO DE NOTÍCIAS SOBRE BANCOS OU SETOR BANCÁRIO (%)



Percepção (%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Mais favoráveis	21	23	23	19	17	22	21	20	21	20	23
Nem favoráveis nem desfavoráveis	51	48	51	52	53	48	54	54	51	52	51
Mais desfavoráveis	10	6	10	12	14	11	10	10	10	10	10
NS/NR	17	23	15	17	17	20	15	16	18	17	16

	TOTAL	RELAÇÃO COM BANCOS	
		POPULAÇÃO BANCARIZADA	POPULAÇÃO NÃO BANCARIZADA
Mais favoráveis	21	23	14
Nem favoráveis nem desfavoráveis	51	52	49
Mais desfavoráveis	10	10	12
NS/ NR	17	15	25

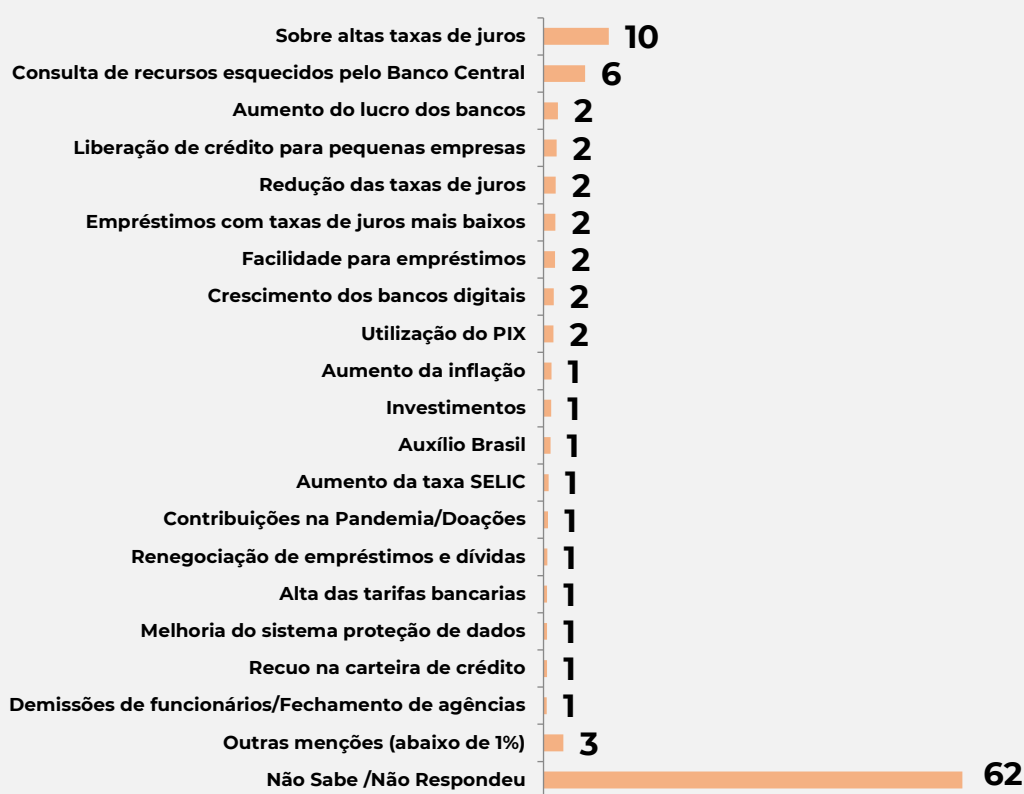
# NOTÍCIAS SOBRE OS BANCOS

# 62%

Das mulheres não lembram de notícias sobre bancos.

Entre as que lembram de notícias sobre bancos e o setor bancário, as **principais menções espontâneas** referem-se a “altas taxas de juros” (10%) e “consulta de recursos esquecidos pelo Banco Central” (6%).

## RECALL DE NOTÍCIAS SOBRE BANCOS, SETOR BANCÁRIO, OU FEBRABAN Espontânea/ Múltiplas respostas (%)





# NOTÍCIAS SOBRE OS BANCOS

## RECALL DE NOTÍCIAS SOBRE BANCOS OU A FEBRABAN Espontânea/ Múltiplas respostas (%)

(%)	TOTAL	IDADE				INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS	FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sobre altas Taxas de juros	10	6	10	12	9	10	10	9	11	8	11
Consulta de recursos esquecidos pelo Banco Central	6	9	6	6	4	7	7	5	7	6	4
Aumento do lucro dos bancos	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3
Liberação de crédito para pequenas empresas	2	2	3	1	1	2	2	2	2	1	3
Redução das taxas de juros	2	1	1	3	2	1	3	1	2	2	2
Empréstimos com taxas de juros mais baixos	2	1	2	1	2	1	3	1	2	2	2
Facilidade para empréstimos	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2
Crescimento dos bancos digitais	2	3	1	2	1	1	1	3	2	1	3
Utilização do PIX	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
Aumento da inflação	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2
Investimentos	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1
Auxílio Brasil	1	2	1		1	1	1		1	1	1
Aumento da taxa SELIC	1	1	1	1	1	1	-	1	1	-	1
Contribuições na Pandemia/Doações	1	2	1	1	0	1	1	1	1	-	1
Renegociação de empréstimos e dívidas	1	1	1	0	1	1		1	1	-	1
Alta das tarifas bancárias	1		1	1	0	1	-	-	1	-	-
Melhoria do sistema proteção de dados	1	1	-		1	1	1	-		1	-
Recuo na carteira de crédito	1	1	-	1	1	-	1	-	1	1	0
Demissões de funcionários/Fechamento de agências	1	1	-	0	1	-	1	1	-	1	1
Outras menções (abaixo de 1%)	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Não Sabe /Não Respondeu	62	61	61	62	68	63	62	62	61	66	59

5ª EDIÇÃO

# RADAR FEBRABAN 2022

## (EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES)

MARÇO DE 2022

### CONTATO IPESPE

**Marcela Montenegro**

Diretora Executiva

[marcelam@ipespe.org.br](mailto:marcelam@ipespe.org.br)

+55 81 21230855

**Febraban**  
news

