

 **FEBRABAN**



IPESPE
38 ANOS



RADAR FEBRABAN

SETEMBRO 2024

PESQUISA BIMESTRAL

Percepção e expectativa da sociedade sobre a vida,
aspectos da economia e prioridades para o país

SOBRE O RADAR FEBRABAN

Metodologia

Pesquisa quantitativa, com entrevistas telefônicas realizadas por pesquisadores do IPESPE, e complemento online para preenchimento de cotas.

Período de realização

Esse estudo foi realizado entre os dias 09 e 15 de setembro, pelo IPESPE – Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e Econômicas para a FEBRABAN.

Amostra

Amostra nacional de 2.000 entrevistados, representativa da população brasileira adulta, 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.

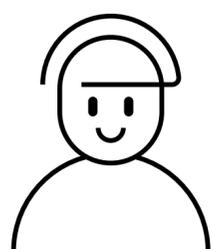
Margens de erro

A margem de erro máximo estimada para o total de 2.000 entrevistados (amostra nacional) é de 2.2 pontos percentuais para mais ou para menos, com a utilização de um intervalo de confiança de 95,5%. Para os segmentos, essa margem varia segundo os respectivos tamanhos das subamostras, conforme tabela abaixo.

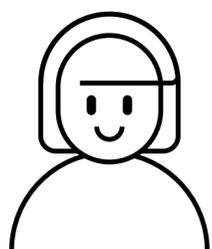
TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6.0	8.0	9.2	9.8	10.0	9.8	9.2	8.0	6.0
200 entrevistas	4.3	5.7	6.5	7.0	7.1	7.0	6.5	5.7	4.3
400 entrevistas	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0	4.9	4.6	4.0	3.0
500 entrevistas	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5	4.4	4.1	3.6	2.7
800 entrevistas	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

PERFIL DA AMOSTRA NACIONAL (POPULAÇÃO)

SEXO



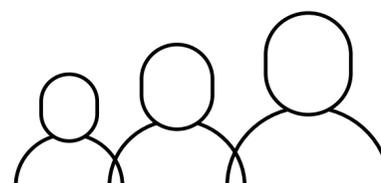
MASCULINO
47%



FEMININO
53%

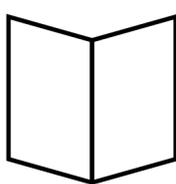
IDADE

18 A 24 ANOS	14%
25 A 44 ANOS	41%
45 A 59 ANOS	25%
60 ANOS OU MAIS	20%



INSTRUÇÃO

ATÉ FUNDAMENTAL	37%
ENSINO MÉDIO	41%
SUPERIOR	22%

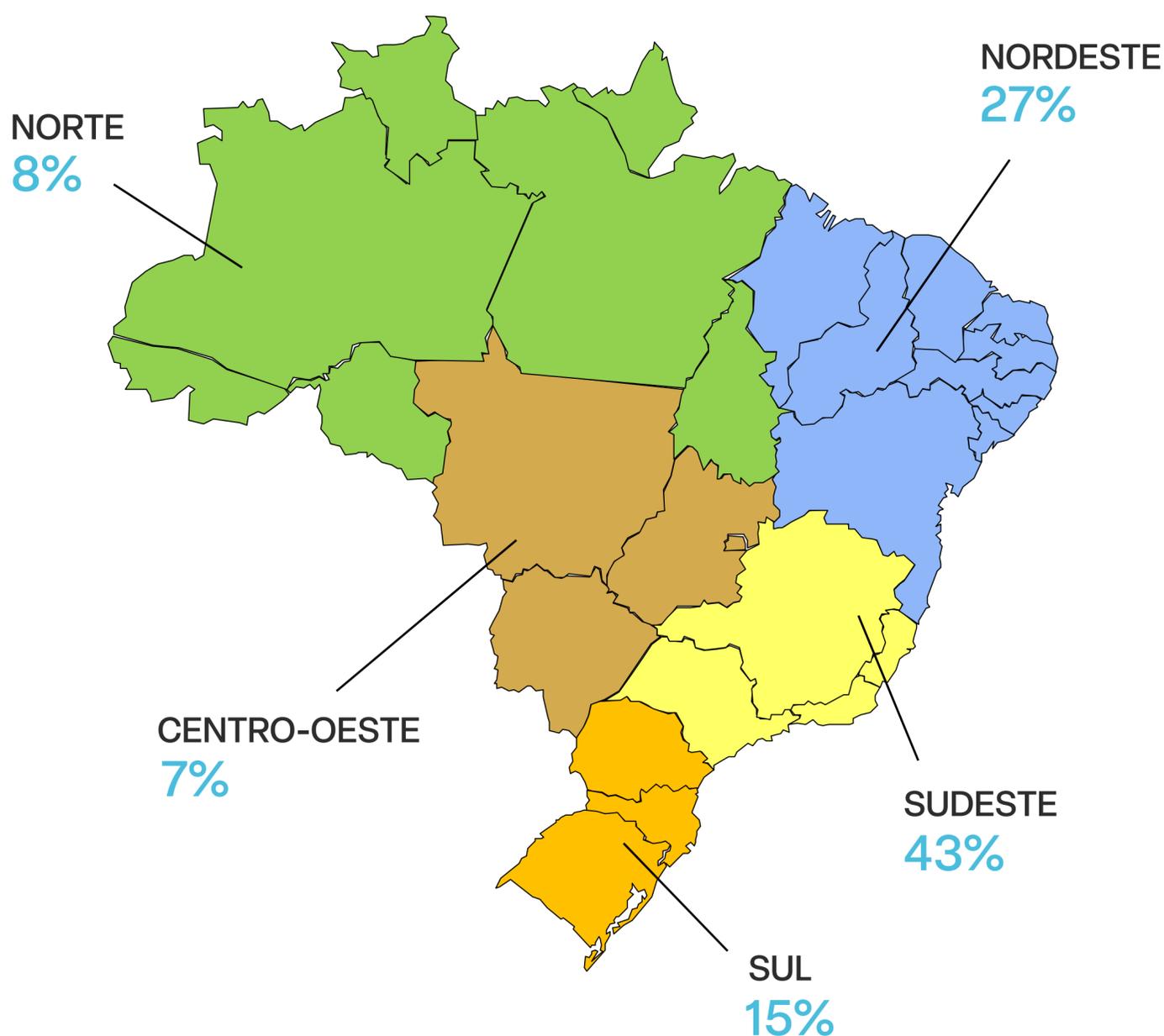


RENDA FAMILIAR

ATÉ 2 SM	45%
DE 2 A 5 SM	33%
MAIS DE 5 SM	22%



REGIÃO





/ 1. ECONOMIA

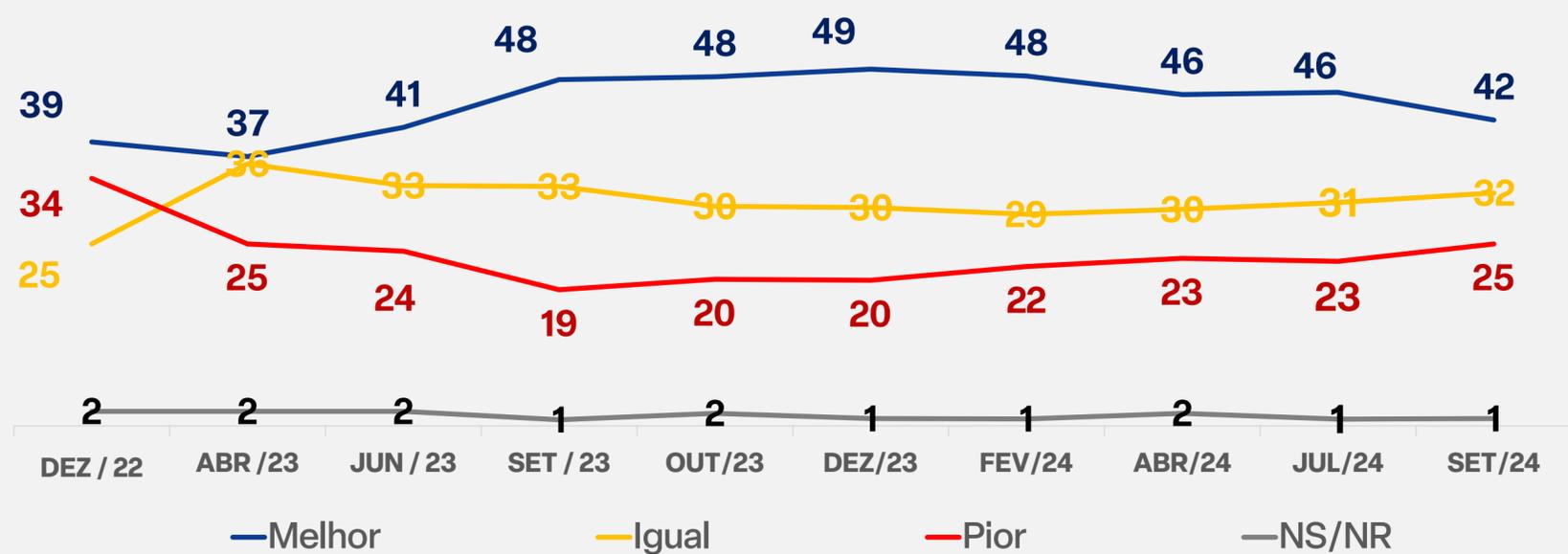
1. ECONOMIA

Queimadas pioram a percepção sobre o país.

Essa edição do RADAR FEBRABAN ocorre na conjuntura da pior seca dos últimos 70 anos no Brasil, que tem provocado ondas de calor, graves queimadas e ondas de fumaça em grande parte do país, afetando a saúde da população, os preços dos alimentos, a economia dos municípios, entre outros. Como os resultados do levantamento atual mostram, esse cenário afeta o humor da sociedade, a agenda de prioridades e a percepção sobre o país.

42% avaliam que o país melhorou em relação a 2023, quatro pontos a menos que o registrado em julho. É praticamente estável o contingente que acha que o país está igual ao ano passado (32%, um ponto a mais que na onda anterior). Por sua vez, a percepção de piora sofreu variação de mais dois pontos, indo de 23% em julho para 25% em setembro. Considerado o horizonte de 12 meses, o movimento também é de recuo da percepção de melhoria.

**PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DO PAÍS
EM 2024 COMPARADO A 2023 (%)**



1. ECONOMIA

A percepção de que o país melhorou é mais expressiva entre as mulheres (45%); entre os jovens de 18 a 24 anos (48%); entre os que têm ensino superior (47%); e na faixa de renda acima de 5 SM (47%). No recorte regional, destacam-se na opinião favorável o Sudeste, com 48%.

O contingente que observa retrocesso é maior entre os homens (28%); nas faixas de 45 a 59 (31%) e 60 anos ou mais (32%); entre os que estudaram até o fundamental (28%) e na faixa de renda até 2 SM (28%). Entre as regiões, sobressai o Sul, com 36% que avaliam que o Brasil piorou em relação ao ano passado.

PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DO PAÍS EM 2024 COMPARADO A 2023 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhor	42	39	45	48	44	38	39
Igual	32	32	33	37	33	31	29
Pior	25	28	21	13	22	30	31
Não sabe / Não respondeu	1	1	2	1	1	1	1

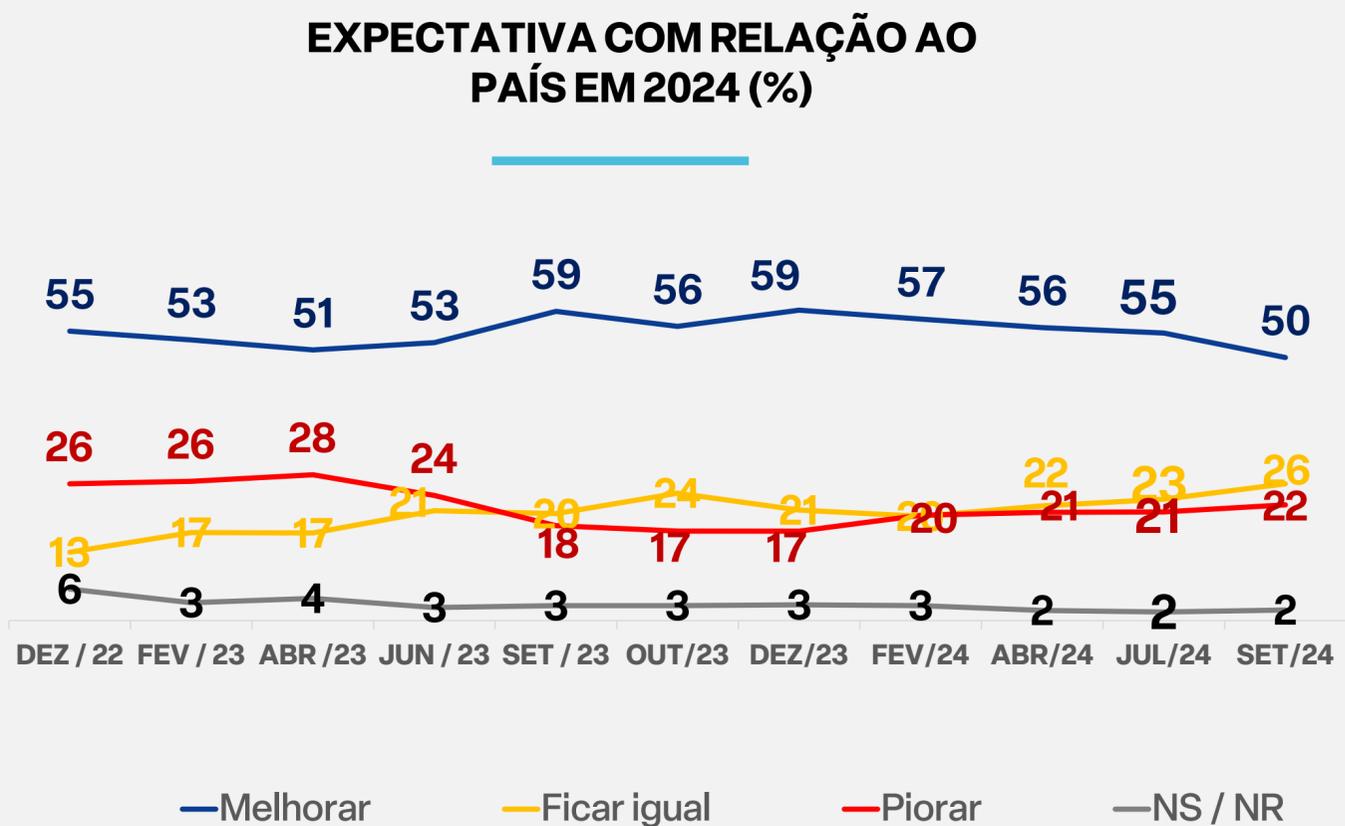
(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhor	42	41	40	47	41	40	47
Igual	32	37	30	27	37	31	27
Pior	25	20	28	26	20	28	26
Não sabe / Não respondeu	1	2	1	0	2	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	42	38	44	48	37	29
Igual	32	45	36	26	33	34
Pior	25	16	18	26	29	36
Não sabe / Não respondeu	1	2	2	1	1	1

1. ECONOMIA

Metade dos brasileiros acredita na melhora do país no restante do ano.

Para 76% o país, até o final de 2024, continuará como está (26%) ou irá melhorar (50%). Os que manifestam pessimismo representam um quinto (22%).



Observando os segmentos sociodemográficos, a expectativa de melhora do país ultrapassa o patamar de 50% na maior parte dos estratos, exceto entre: homens (45%); faixas de idade mais altas (45 a 59: 46%; 60 anos e mais: 45%); entre os que estudaram até o ensino médio (45%); e na faixa de renda entre 2 e 5 SM (44%).

Regionalmente, o otimismo acerca do país fica acima de 50% no Norte, Nordeste e Sudeste (todas com 52%), e abaixo desse índice no Centro-Oeste (49%) e no Sul (38%).

1. ECONOMIA

EXPECTATIVA COM RELAÇÃO AO PAÍS ATÉ O FINAL DE 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	50	45	53	54	52	46	45
Ficar igual	26	28	24	31	27	21	26
Piorar	22	25	20	12	19	29	27
Não sabe / Não respondeu	2	2	3	3	2	4	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	50	52	45	52	53	44	52
Ficar igual	26	27	26	23	27	27	22
Piorar	22	17	26	23	17	26	24
Não sabe / Não respondeu	2	4	2	1	4	2	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	50	52	52	52	49	38
Vai ficar igual	26	33	27	23	25	27
Piorar	22	12	18	22	24	34
Não sabe / Não respondeu	2	4	2	3	2	2

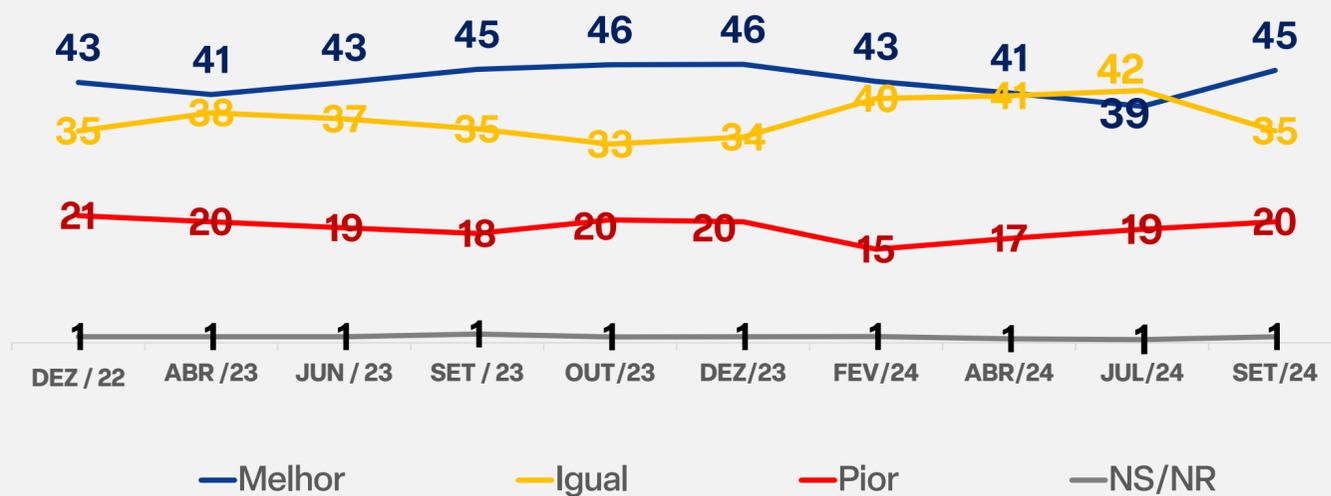
1. ECONOMIA

Preocupação em relação ao país não impede o otimismo quanto à vida pessoal.

O humor afetado pela tragédia natural prejudica a visão sobre o país, alimentando o pessimismo. Enquanto que, indo noutra direção, a dinâmica da economia, mantendo um baixo desemprego e com o PIB em ascensão, leva as pessoas a serem mais otimistas na dimensão pessoal.

45% opinam que a vida pessoal e familiar está melhor agora do que no ano passado, três pontos a mais que em julho. Para 35%, está igual (em julho eram 39%). E a perspectiva de piora oscilou de 19% para 20%.

PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR EM 2024 (%)



Apresentam uma percepção mais positiva sobre a evolução da vida pessoal: os jovens de 18 a 24 anos (51%); os que têm ensino superior (51%); e aqueles na faixa de renda acima de 5 SM (50%). Entre as regiões, o otimismo sobre a vida pessoal e familiar é mais expressivo no Nordeste (53%).

1. ECONOMIA

PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR ENTRE 2023 E 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhor	45	43	47	51	49	40	38
Igual	35	35	35	36	33	33	39
Pior	20	21	18	12	17	26	22
NS/NR	1	1	1	0	1	1	1

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhor	45	44	42	51	44	43	50
Igual	35	34	37	32	35	37	32
Pior	20	20	20	17	20	20	18
NS/NR	1	1		0	1	0	0

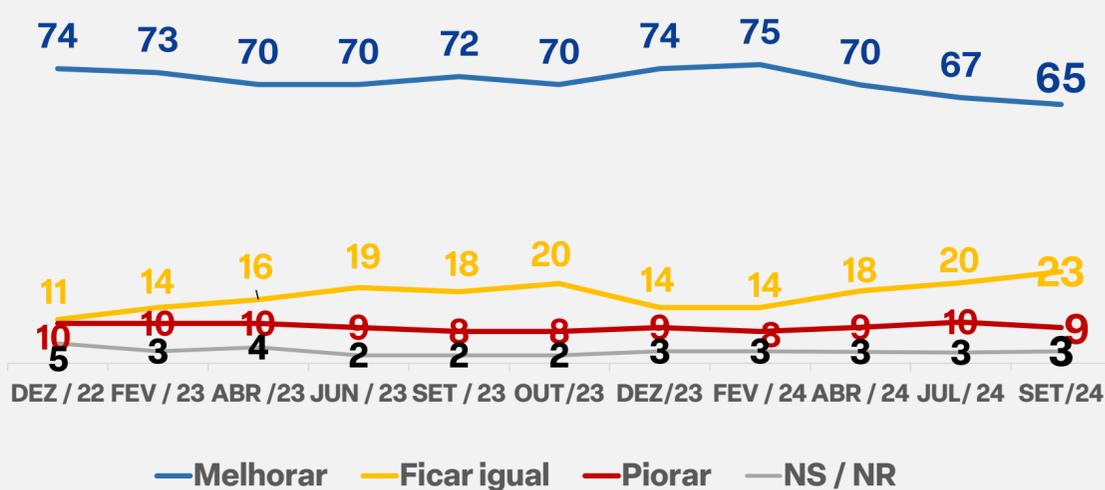
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	45	47	53	43	42	38
Igual	35	32	33	36	35	35
Pior	20	21	13	20	24	26
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	0	1

1. ECONOMIA

A expectativa de melhoria da vida pessoal e familiar até o final de 2024 continua predominante.

A maioria dos brasileiros (65%) acredita que sua vida pessoal e familiar irá melhorar até dezembro. Na medida em que o ano se aproxima do final decresce a perspectiva de mudança, seja positiva (de 67% em julho para 65% agora), seja negativa (de 10% para 9%); enquanto aumento a crença de que a vida ficará igual nos três meses restantes (de 20% para 23%).

EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR EM 2024 (%)



O otimismo em relação à vida pessoal e familiar até o final de 2024 atinge ou suplanta 60% em quase todos os estratos sociodemográficos e regiões, chegando a 72% entre os jovens de 18 a 24 anos e 70% no Norte. Diferem dessa tendência aqueles com 60 anos ou mais (56%) e a região Sul (53%).

EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR NO RESTANTE DE 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	65	60	69	72	66	61	56
Ficar igual	23	25	21	21	24	22	28
Piorar	9	12	7	5	8	13	12
NS/NR	3	3	3	2	2	4	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	65	68	62	64	69	61	64
Ficar igual	23	18	26	24	18	26	24
Piorar	9	9	10	10	9	10	10
NS/NR	3	5	3	2	4	3	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	65	70	69	66	60	53
Ficar igual	23	21	22	21	24	30
Piorar	9	5	7	9	13	14
NS/NR	3	3	3	4	3	3

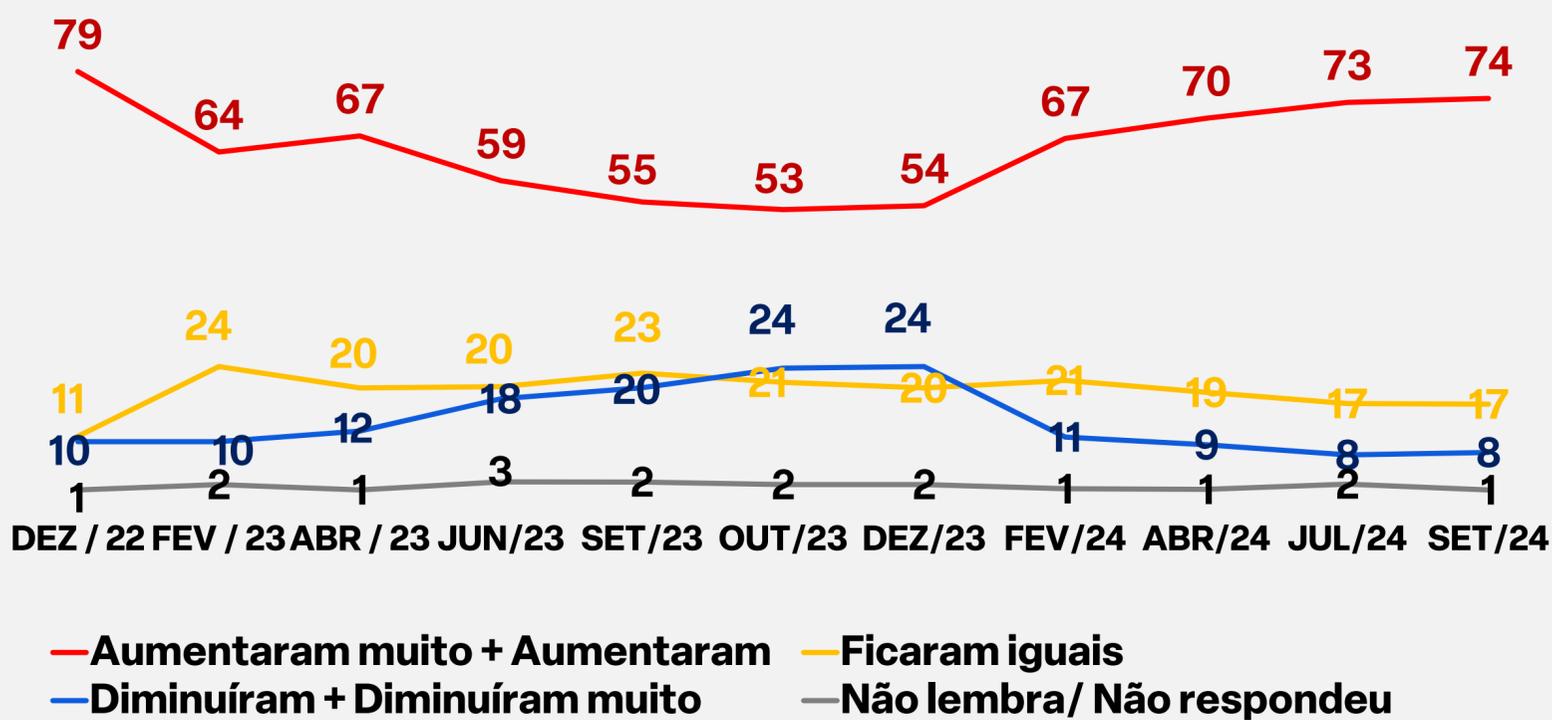
1. ECONOMIA

Percepção de alta da inflação em linha ascendente durante todo o ano.

Oscilou um ponto para cima entre julho e setembro (de 73% para 74%) a opinião de que os preços dos produtos aumentaram ou aumentaram muito em comparação com os últimos seis meses. Mas chama atenção a curva gradativamente ascendente durante todo o ano, evidenciando que a inflação é uma preocupação permanente dos brasileiros.

Em relação a julho, não houve alteração no percentual que observou queda (17%) ou estabilidade (8%) dos preços.

PERCEPÇÃO SOBRE A INFLAÇÃO E O PREÇO DOS PRODUTOS (%)



A opinião sobre aumento da inflação nos últimos seis meses fica acima de 70% em todos os estratos sociodemográficos e regiões, excetuando-se a faixa de 60 anos e mais (67%) e o Nordeste (69%).

Pergunta: Pelo que tem visto no dia a dia e ouvido falar, o(a) Sr(a) acha que a inflação e o preço dos produtos atualmente, em comparação com os últimos seis meses, aumentaram muito, aumentaram, ficaram iguais, diminuíram ou diminuíram muito?

1. ECONOMIA

PERCEPÇÃO SOBRE A INFLAÇÃO E O PREÇO DOS PRODUTOS QUANDO COMPARADOS AOS ÚLTIMOS SEIS MESES (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aumentaram muito + Aumentaram	74	72	76	76	76	75	67
Ficaram iguais	17	19	16	18	18	14	20
Diminuíram + Diminuíram muito	8	8	8	5	6	10	11
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	2		1	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aumentaram muito + Aumentaram	74	73	77	71	73	77	71
Ficaram iguais	17	16	15	22	17	15	21
Diminuíram + Diminuíram muito	8	9	7	7	9	7	7
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	0	1	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aumentaram muito + Aumentaram	74	73	69	77	72	76
Ficaram iguais	17	18	19	16	19	17
Diminuíram + Diminuíram muito	8	9	11	6	8	6
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	1	1

Pergunta: Pelo que tem visto no dia a dia e ouvido falar, o(a) Sr(a) acha que a inflação e o preço dos produtos atualmente, em comparação com os últimos seis meses, aumentaram muito, aumentaram, ficaram iguais, diminuíram ou diminuíram muito?

1. ECONOMIA

O preço dos alimentos e outros produtos do abastecimento doméstico permanece isolado em primeiro lugar na lista dos aspectos mais impactados pela inflação.

Nos dois primeiros itens que mais sofrem esse impacto, poucas alterações foram observadas entre julho e setembro: 70% indicam alimentos e outros produtos do abastecimento doméstico, mesmo percentual da onda anterior; e 32% indicam os serviços de saúde e medicamentos, um ponto a menos que em julho.

Assim como no levantamento do bimestre anterior, o preço dos combustíveis aparece na terceira colocação, mas dessa vez com incremento de quatro pontos (de 24% para 28%).

A preocupação com os juros dos cartões de crédito, financiamentos e empréstimos, por sua vez, oscilou dois pontos percentuais em relação à pesquisa do início do semestre, de 11% para 13%.

Novamente em quinto lugar, o item gastos para pagamento de escolas, faculdades e outros serviços de educação variou um ponto percentual, passando dos anteriores 6% para 7% em setembro. Demais itens registraram estabilidade ou oscilações de um ponto, para mais ou para menos, na comparação entre os dois levantamentos.

O ranking de aspectos que mais impactaram a inflação é similar entre os vários estratos demográficos e regionais. Porém, o impacto nos preços de alimentos e produtos de abastecimento doméstico é ainda mais citado entre as mulheres (74%); na faixa de 25 a 44 anos (74%) e no Norte (também 74%).

ASPECTOS DE MAIOR IMPACTO DA INFLAÇÃO Múltiplas Respostas (%)

(%)	DEZ 22	FEV 23	ABR 23	DEZ 23	FEV 24	ABR 24	JUL/ 24	SET/ 24
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	68	76	70	66	72	73	70	70
Pagamento de serviços de saúde e remédios	22	22	26	30	30	33	33	32
Preço do combustível	30	30	32	30	30	27	24	28
Juros do cartão de crédito, financiamento e empréstimo	11	10	12	16	12	13	11	13
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	6	6	5	7	10	7	6	7
Valor da passagem de transporte público	5	5	6	8	8	6	6	6
Planos de compra de veículos e imóveis	3	5	6	6	5	5	5	4
Planos de compra de móveis e eletrodomésticos	3	3	3	4	4	4	3	4
Planos de viagem	5	3	3	4	3	3	3	2
Outros	2	2	2	3	2	1	1	1
Não está impactando/ Nenhum deles	3	2	2	3	2	2	3	3
Não sabe/Não respondeu	2	2	1	1	1	1	2	2

Pergunta: Em quais dos aspectos que vou ler a inflação está impactando mais a sua vida no momento? (ESTIMULADA)

1. ECONOMIA

ASPECTOS DE MAIOR IMPACTO DA INFLAÇÃO Múltiplas Respostas (%)

	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	70	66	74	71	74	70	61
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	32	28	34	28	29	35	36
Preço do combustível	28	34	22	24	31	28	22
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	13	13	13	10	12	17	13
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	7	7	7	14	7	7	3
Valor da passagem de transporte público	6	6	6	10	6	4	3
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	4	5	5	6	3	3
Planos de compra de veículos ou imóveis	4	4	4	6	5	3	2
Planos de viagem	2	2	3	2	3	2	2
Não está impactando/ Nenhum deles	3	3	2	4	2	2	4
Outro	1	2	1	0	1	2	3
Não sabe/ Não respondeu	2	2	2	2	1	2	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	70	67	73	71	68	73	71
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	32	32	30	35	32	29	36
Preço do combustível	28	23	30	31	23	30	31
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	13	14	14	11	14	14	11
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	7	6	7	8	7	7	8
Valor da passagem de transporte público	6	6	5	6	6	6	5
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	5	4	4	4	5	4
Planos de compra de veículos ou imóveis	4	4	4	5	4	4	5
Planos de viagem	2	1	3	5	1	3	4
Não está impactando/ Nenhum deles	3	3	2	3	3	2	3
Outro	1	2	2	1	2	2	1
Não sabe/ Não respondeu	2	3	2	0	3	2	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	70	74	66	72	70	72
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	32	35	31	33	33	25
Preço do combustível	28	23	27	26	26	36
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	13	15	12	15	16	9
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	7	5	7	8	8	4
Valor da passagem de transporte público	6	6	6	8	2	2
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	4	4	5	2	5
Planos de compra de veículos ou imóveis	4	4	3	4	5	4
Planos de viagem	2	2	2	2	3	4
Não está impactando/ Nenhum deles	3	2	4	2	1	3
Outro	1	1	2	1	3	2
Não sabe/ Não respondeu	2	2	2	2	2	2

Pergunta: Em quais dos aspectos que vou ler a inflação está impactando mais a sua vida no momento? (ESTIMULADA)

15

1. ECONOMIA

Frente às previsões de elevação da inflação em 2024, os brasileiros mostraram-se preocupados com indicadores econômicos para os próximos seis meses, a exemplo do aumento do juros.

- **Inflação e custo de vida:** 62% dos brasileiros acreditam em uma alta inflacionária nos próximos seis meses, três pontos a mais que em julho (59%). Mostram-se mais pessimistas nesse quesito aqueles com renda entre 2 e 5 SM (66%) e os da região Centro-Oeste (69%).
- **Impostos:** para 61% dos entrevistados os impostos irão aumentar, três pontos acima do percentual registrado no início do 2º semestre (58%). Esse número chega a 65% no Sul.
- **Endividamento das pessoas e famílias:** foi de 59% em julho para 61% em setembro a parcela de brasileiros que acreditam que o endividamento vai aumentar. Esse número alcança 67% no Centro-Oeste e no Sul.
- **Taxa de juros:** o contingente de entrevistados que apostam na elevação na taxa de juros foi de 50% em julho para 54% em setembro. Essa projeção chega a 59% no Norte e 60% no Sul. Aspecto da economia, dentre todos estes avaliados, com a maior variação negativa.
- **Desemprego:** a expectativa de aumento é de 39%, um ponto a mais que em julho. Essa possibilidade preocupa sobretudo os habitantes do Centro-Oeste (43%).
- **Acesso ao crédito das pessoas e empresas:** os respondentes que acreditam em aumento do acesso ao crédito caíram de 36% para 34%; os que apostam que ficará igual oscilaram de 35% para 34%; e os que creem em queda foram 24% para 26%. A expectativa de aumento do crédito é maior entre os que têm ensino superior (37%), renda acima de 5 SM (37%), no Norte (37%) e no Nordeste (38%).
- **Salários:** entre julho e setembro, a crença da população em melhoria salarial oscilou um ponto para cima (de 30% para 31%). Os que creem em estabilidade foram de 55% para 52%; e os que vislumbram diminuição oscilaram de 13% para 14%. Mostram-se mais otimistas nesse quesito aqueles com escolaridade até o fundamental (36%), renda até 2 SM (36%) e os nordestinos (40%).
- **Poder de compra das pessoas:** 42% dos brasileiros acreditam que haverá queda do poder de compra, dois pontos a mais do que na rodada de julho. Oscilaram um ponto para baixo os que apostam em aumento (30%) e em estabilidade (25%). Como no item anterior, são mais otimistas nesse quesito as camadas de menor instrução (35%) e menor renda (35%) e os residentes no Nordeste (36%).

1. ECONOMIA

EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA NOS PRÓXIMOS SEIS MESES (%)

(%)		MAR/21	JUN/21	SET/21	JUN/22	DEZ/22	FEV/23	ABR/23	JUN/23	SET/23	OUT/23	DEZ/23	FEV/24	ABR/24	JUL/24	SET/24
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vão aumentar	80	73	74	68	45	47	49	45	43	45	46	55	57	59	62
	Vão ficar iguais como estão	11	15	13	16	24	23	22	23	24	21	20	23	21	21	20
	Vão diminuir	6	9	9	12	29	26	28	29	30	31	30	20	19	18	15
	NS/ NR	2	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3
OS IMPOSTOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	57	59	53	53	54	55	57	57	58	61
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	23	20	27	26	26	24	25	24	25	27
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	16	15	17	18	17	17	15	15	14	10
	NS/ NR	-	-	-	-	-	4	6	3	3	3	4	3	4	3	3
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai aumentar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	56	59	61
	Vai ficar igual como está	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	24	24	24
	Vai diminuir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	18	16	14
	NS/ NR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	1	1
A TAXA DE JUROS	Vai aumentar	76	72	76	67	48	51	50	48	45	45	46	48	48	50	54
	Vai ficar igual como está	15	15	12	18	24	24	24	26	26	24	24	23	24	27	23
	Vai diminuir	5	8	7	11	25	21	23	22	25	26	25	25	24	21	19
	NS/ NR	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4
O DESEMPREGO	Vai aumentar	70	52	54	40	31	32	36	34	34	36	34	34	37	38	39
	Vai ficar igual como está	16	23	21	27	28	25	22	24	25	23	23	31	30	33	27
	Vai diminuir	12	22	21	29	39	40	40	39	40	38	39	31	29	27	29
	NS/ NR	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai aumentar	30	36	32	37	40	39	38	41	42	41	43	39	37	36	34
	Vai ficar igual como está	29	33	29	32	32	31	30	31	29	30	29	34	36	35	34
	Vai diminuir	35	26	31	26	23	25	26	22	22	23	23	21	23	24	26
	NS/ NR	6	6	8	6	5	5	6	6	6	6	5	5	4	5	6
OS SALÁRIOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	46	39	-	-	-	-	34	33	30	31
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	43	50	-	-	-	-	51	52	55	52
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	9	9	-	-	-	-	13	13	13	14
	NS/ NR	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2	2	3	3
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai aumentar	16	25	22	26	36	35	38	37	40	38	39	35	33	31	30
	Vai ficar igual como está	18	23	22	24	26	26	25	27	22	25	23	25	26	26	25
	Vai diminuir	64	48	51	46	34	36	34	33	34	33	34	38	39	40	42
	NS/ NR	2	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3

1. ECONOMIA

EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA NOS PRÓXIMOS SEIS MESES (%)

ITEM	Vai/vão aumentar	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	Vai/vão diminuir	NS/NR	TOTAL	SEXO		IDADE			
						M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar				62	62	62	63	64	63	56
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				20	20	20	19	20	19	20
	Vai/vão diminuir				15	15	15	13	14	15	20
	NS/NR				3	3	4	5	2	3	4
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar				61	62	59	60	63	62	52
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				27	25	28	26	24	27	33
	Vai/vão diminuir				10	10	10	9	11	8	10
	NS/NR				3	2	3	5	2	3	4
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar				61	61	61	58	63	61	58
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				24	23	25	27	23	25	23
	Vai/vão diminuir				14	15	13	13	13	14	18
	NS/NR				1	1	1	3	1	1	1
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar				54	53	53	50	56	52	50
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				23	22	24	26	23	24	21
	Vai/vão diminuir				19	21	18	19	19	17	23
	NS/NR				4	4	5	5	3	6	6
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar				39	40	39	39	40	42	33
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				27	27	27	32	29	25	24
	Vai/vão diminuir				29	30	29	23	28	28	38
	NS/NR				4	3	5	5	3	6	5
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar				34	34	34	34	35	32	33
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				34	34	35	41	36	31	32
	Vai/vão diminuir				26	27	25	19	24	32	27
	NS/NR				6	5	7	6	5	6	9
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar				31	34	28	31	32	29	31
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				52	50	54	50	53	50	53
	Vai/vão diminuir				14	14	14	13	13	17	13
	NS/NR				3	2	4	6	2	4	3
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar				30	29	31	32	30	29	31
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)				25	23	26	26	26	24	21
	Vai/vão diminuir				42	45	40	38	42	43	44
	NS/NR				3	3	3	5	2	3	4

1. ECONOMIA

EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA NOS PRÓXIMOS SEIS MESES (%)

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR			
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM	
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	62	58	66	62	58	66	62
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	20	21	17	22	21	18	21
	Vai/vão diminuir	15	16	14	15	16	14	16
	NS/NR	3	5	3	1	5	3	1
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	61	58	63	61	58	63	60
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	27	26	26	29	26	26	29
	Vai/vão diminuir	10	12	8	9	12	8	10
	NS/NR	3	4	3	1	4	3	1
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar	61	58	63	61	58	64	61
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	24	26	24	21	26	24	20
	Vai/vão diminuir	14	14	11	18	15	11	19
	NS/NR	1	1	1		2	1	
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	54	49	57	53	49	57	52
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	24	20	26	24	21	26
	Vai/vão diminuir	19	21	18	19	21	17	19
	NS/NR	4	6	5	2	6	5	2
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	39	40	40	38	39	40	38
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	27	26	28	28	25	28	28
	Vai/vão diminuir	29	29	28	31	30	28	31
	NS/NR	4	5	4	3	5	4	3
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	34	34	32	37	34	32	37
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	35	34	33	36	34	33
	Vai/vão diminuir	26	22	29	26	21	30	27
	NS/NR	6	9	5	4	9	5	4
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	31	36	27	30	36	27	29
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	52	49	54	54	49	54	54
	Vai/vão diminuir	14	12	15	15	12	16	15
	NS/NR	3	4	3	2	4	3	2
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	30	35	27	29	35	27	29
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	24	25	24	24	26	23
	Vai/vão diminuir	42	37	45	46	37	45	47
	NS/NR	3	4	2	1	4	2	2

1. ECONOMIA

EXPECTATIVA QUANTO A ASPECTOS ESPECÍFICOS DA ECONOMIA NOS PRÓXIMOS SEIS MESES (%)

		TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	62	61	58	62	69	66
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	20	20	20	20	17	16
	Vai/vão diminuir	15	17	18	14	12	13
	NS/NR	3	2	3	4	1	4
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	61	60	58	60	63	65
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	27	28	25	27	29	25
	Vai/vão diminuir	10	9	14	9	6	8
	NS/NR	3	3	3	3	1	2
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar	61	58	57	61	67	67
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	24	27	26	23	25	21
	Vai/vão diminuir	14	14	17	15	8	11
	NS/NR	1	1	0	1	0	1
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	54	58	48	52	57	59
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	19	22	26	25	18
	Vai/vão diminuir	19	18	26	17	15	16
	NS/NR	4	5	4	5	3	7
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	39	41	37	40	43	37
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	27	26	25	28	29	27
	Vai/vão diminuir	29	27	32	28	25	32
	NS/NR	4	5	6	4	3	4
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	34	37	38	32	34	29
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	34	33	35	34	35
	Vai/vão diminuir	26	24	23	27	28	27
	NS/NR	6	5	6	6	4	9
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	31	39	40	26	29	24
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	52	46	47	54	56	58
	Vai/vão diminuir	14	11	10	17	14	15
	NS/NR	3	4	2	3	1	3
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	30	30	36	29	28	26
	vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	32	24	25	23	21
	Vai/vão diminuir	42	37	36	44	48	50
	NS/NR	3	2	4	3	1	3

Pergunta: O que o(a) Sr(a) acha que vai acontecer nos próximos seis meses com esses itens? (ESTIMULADA)



/ 2. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

2. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

“Saúde” permanece como prioridade, mas o destaque é “Meio Ambiente” que dobrou o número de citações.

Mesmo com recuo de um ponto, a **Saúde** segue à frente na lista de áreas que os brasileiros apontam como prioridades para receber maior atenção do Governo Federal nos próximos meses. É a principal preocupação sobretudo entre os que têm instrução até o fundamental (38%) e renda até 2 SM (38%).

Na segunda colocação aparece **Emprego e Renda**, que oscilou de 23% para 22% entre julho e setembro, mantendo a mesma distância de oito pontos em relação ao 1º lugar. Esse item é citado principalmente entre os jovens de 18 a 24 anos (26%).

Em um patamar mais abaixo, comparecem empatadas: Educação, com 11%, um ponto a mais em relação a julho. Esse número é um pouco mais expressivo também entre os jovens de 18 a 24 anos (14%) e no Centro-Oeste (14%); e **Inflação/Custo de Vida**, que oscilou um ponto para cima (11%), cujas menções mais frequentes se encontram entre quem tem escolaridade superior e renda acima de 5 SM (13%, em ambos) e os moradores do Sul (14%).

Mas o destaque do ranking nessa edição do RADAR é a área de Meio Ambiente, cujas citações dobraram, chegando pela primeira vez a dois dígitos e ultrapassando a Segurança (de 5% para 10%). O tema ganhou importância entre as preocupações dos brasileiros diante das queimadas que afetam milhões de pessoas e trazem enormes prejuízos aos municípios, influenciando na pioria do humor da opinião pública e na percepção sobre o país. Não surpreende que o maior percentual a respeito (13%) esteja nas regiões Norte e Centro Oeste.

Segurança aparece em sexto lugar (7%), sendo mencionada sobretudo na faixa de 45 a 59 anos e no Norte (ambos com 9%).

Corrupção e **Fome e Pobreza** variaram um ponto para baixo no cotejo com os índices de julho: 4% e 3%, respectivamente. E aparecem com percentuais entre 2% e 6% em todos os estratos e regiões.

RANKING DAS ÁREAS QUE DEVERIAM RECEBER MAIS ATENÇÃO DO GOVERNO EM 2024 (%)

ESTIMULADA (1ª RESPOSTA) (%)	DEZ/22	FEV/23	ABR/23	JUN/23	SET/23	OUT/23	DEZ/23	FEV/24	ABR/24	JUL/24	SET/24
1 Saúde	17	23	25	25	29	29	26	29	32	31	30
2 Emprego e renda	15	20	21	24	27	26	32	29	28	23	22
3 Educação	20	18	18	17	15	14	12	12	10	10	11
4 Inflação e Custo de vida	13	10	10	11	8	7	6	9	10	10	11
5 Meio Ambiente	2	1	1	2	1	2	4	3	2	5	10
6 Segurança	6	4	8	5	5	8	6	8	7	9	7
7 Corrupção	10	8	6	6	4	4	3	3	4	5	4
8 Fome e Pobreza	14	11	8	8	6	7	6	4	5	4	3
9 Reforma tributária	-	-	-	-	3	2	1	2	1	1	1
10 Infraestrutura com estradas e saneamento	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11 Política de incentivo ao crédito	-	-	-	2	-	<0,5	1	1	<0,5	<0,5	<0,5
12 Fornecimento de energia elétrica	-	-	-	-	-	-	-	-	<0,5	<0,5	<0,5

2. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

ÁREAS QUE O GOVERNO DEVERIA DAR MAIS ATENÇÃO EM 2024 (%) Estimulada - 1ª resposta

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Saúde	30	25	34	27	29	30	33
Emprego e renda	22	22	21	26	24	20	17
Educação	11	11	11	14	11	10	8
Inflação e Custo de Vida	11	11	11	11	11	11	10
Meio Ambiente	10	9	10	10	10	10	9
Segurança	7	7	6	5	7	9	7
Corrupção	4	6	2	3	3	4	5
Fome e Pobreza	2	2	3	1	2	2	2
Reforma tributária	1	2	1	1	1	1	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	2	0	1	1	1	2

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Saúde	30	38	28	18	38	28	17
Emprego e renda	22	21	21	25	21	21	25
Educação	11	10	11	10	10	12	10
Inflação e Custo de Vida	11	8	12	13	8	12	13
Meio Ambiente	10	9	9	13	9	9	12
Segurança	7	7	7	7	6	8	8
Corrupção	4	3	5	5	3	4	6
Fome e Pobreza	3	3	3	3	3	3	3
Reforma tributária	1	0	1	2	1	1	2
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	0	1	2	1	1	2

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Saúde	30	26	36	27	31	27
Emprego e renda	22	20	22	24	18	17
Educação	11	11	10	10	14	9
Inflação e Custo de Vida	11	9	9	12	11	14
Meio Ambiente	10	13	6	8	13	10
Segurança	7	9	7	8	5	5
Corrupção	4	4	3	4	3	6
Fome e Pobreza	3	3	3	3	2	4
Reforma tributária	1	2	1	2	2	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	2	1	1	2



/ 3. QUADRO ASPIRACIONAL

3. QUADRO ASPIRACIONAL

Cinco em cada dez brasileiros sonham com a compra ou a reforma da casa própria.

Moradia mantém-se como item central nas aspirações da população. Em caso de melhora da situação financeira, 55% dos brasileiros teriam como prioridade comprar a casa própria (34%) ou reformar seu imóvel (21%).

A esse sonho segue-se o desejo de investir em aplicações bancárias (45%), seja na poupança (20%) ou em outros investimentos (25%).

Algumas variações que merecem destaque no período julho-setembro:

- **Comprar ou reformar imóvel:** o número dos que desejam comprar uma casa manteve-se em 34%, enquanto os que sonham com uma reforma subiu dois pontos (de 19% para 21%). A menção ao sonho da casa própria é maior nas faixas de 18 a 24 e 45 a 59 anos (38% em ambas) e no Centro-Oeste (39%). Ao passo que o desejo de reformar a residência atual é mais citado entre os que estudaram até o fundamental (25%); na faixa de renda até 2 SM (25%); e no Norte (27%).
- **Aplicar em investimentos bancários:** os que pensam em aplicar em outros investimentos continuam perfazendo um quarto da amostra (25%), e os que desejam aplicar na poupança oscilaram de 21% para 20%. A preferência por aplicar na poupança é relativamente homogêneo entre os segmentos sociodemográficos, embora seja significativamente menor no Sul (14%). Já a expectativa de outros investimentos bancários difere conforme escolaridade e renda, chegando a 37% entre os que têm ensino superior e renda acima de 5 SM. Nas regiões, essa aspiração é maior no Centro-Oeste (39%) e no Sul (37%).
- **Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família:** esse item oscilou de 12% para 13%, ficando dessa vez em quinto lugar no ranking de aspirações. Os números são discretamente maiores nas faixas de 18 a 24 e 25 a 44 anos (ambas com 15%); e no Centro-Oeste (também 15%).
- **Viajar:** mesmo mantendo o percentual de julho (12%), caiu para o sexto lugar. O percentual chega a 17% entre os que têm 60 anos ou mais; 18% entre os de formação universitária; e 19% na faixa de renda acima de 5 SM.

3. QUADRO ASPIRACIONAL

- **Comprar carro:** manteve a mesma posição (sétimo lugar), mas com oscilação de um ponto no período (de 8% para 9%). Essa menção chega a dois dígitos entre os que têm ensino superior e renda acima de 5 SM (11% em ambos os segmentos).
- **Fazer ou melhorar o plano de saúde:** segue em oitavo lugar, mesmo com recuo de um ponto (de 8% para 7%). Tal vontade alcança 10% na faixa de 60 anos ou mais; entre os que estudaram até o fundamental; e na faixa de renda até 2 SM.

Demais itens (Comprar eletrodomésticos e/ou eletrônicos; Comprar moto; e Fazer seguro de carro, casa, vida e/ou outros) obtiveram 4% ou 3% das menções, com variações no período de um ponto para mais ou para menos.

EXPECTATIVA DO USO DE EVENTUAIS SOBRAS DO ORÇAMENTO Estimulada - Múltiplas Respostas (%)

(%) ²¹	MAR	JUN	SET	JUN	DEZ	FEV	ABR	JUN	SET	OUT	DEZ	FEV	ABR	JUL	SET
	21	21	21	22	22	23	23	23	23	23	23	24	24	24	24
Comprar imóvel	23	27	34	31	31	38	35	32	30	30	31	30	31	34	34
Aplicar em outros investimentos bancários	27	34	31	18	20	20	22	23	24	25	25	27	26	25	25
Reformar a casa	21	24	22	16	22	19	19	18	19	20	21	18	21	19	21
Aplicar na poupança	31	32	31	20	19	19	21	20	20	22	19	20	21	21	20
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	25	26	26	15	12	14	16	13	17	18	16	18	17	12	13
Viajar	25	29	20	12	12	11	13	13	14	14	15	15	13	12	12
Comprar carro	11	19	12	8	8	10	9	9	8	10	11	9	9	8	9
Fazer ou melhorar o plano de saúde	17	12	14	10	10	6	8	8	10	10	8	10	9	8	7
Comprar eletrodomésticos e/ou eletrônicos	10	15	12	4	4	4	4	5	6	7	8	7	6	5	4
Comprar moto	3	5	5	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4
Fazer seguro de carro, casa, vida e/ou outros	6	9	4	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	3
OUTRO	3	3	3	2	4	-	-	1	3	3	5	5	3	3	3
NS/ NR	4	6	6	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3

55
45

Pergunta: Nos próximos meses, caso a situação financeira melhore e as pessoas possam ter recursos para investir, qual dessas opções o(a) Sr(a) escolheria para investir o dinheiro que sobrar do seu orçamento? (ESTIMULADA)

3. QUADRO ASPIRACIONAL

EXPECTATIVA DO USO DE EVENTUAIS SOBRAS DO ORÇAMENTO

Estimulada - Múltiplas Respostas (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Comprar imóvel	34	34	34	38	38	31	28
Aplicar em outros investimentos bancários	25	29	23	25	26	27	21
Reformar a casa	21	18	23	20	19	24	21
Aplicar na poupança	20	19	21	21	21	18	20
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	13	13	13	15	15	10	8
Viajar	12	11	13	8	12	11	17
Comprar carro	9	9	8	6	10	8	7
Fazer ou melhorar o plano de saúde	7	6	9	4	6	9	10
Comprar moto	4	5	4	11	5	3	1
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	4	4	4	4	5	4	2
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	2	3	4	3	2	1
Outras	3	4	2	3	2	4	5
Não sabe/ Não respondeu	3	3	3	3	2	4	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Comprar imóvel	34	35	35	32	35	35	31
Aplicar em outros investimentos bancários	25	17	27	37	16	27	37
Reformar a casa	21	25	18	19	25	17	18
Aplicar na poupança	20	20	21	19	19	21	19
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	13	12	14	12	12	14	12
Viajar	12	8	12	18	8	11	19
Comprar carro	9	7	9	11	8	8	11
Fazer ou melhorar o plano de saúde	7	10	6	6	10	6	6
Comprar moto	4	5	4	4	5	4	4
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	4	4	4	4	4	4	4
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	4	2	2	4	2	2
Outras	3	2	4	2	2	4	2
Não sabe/ Não respondeu	3	3	4	1	3	4	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Comprar imóvel	34	32	34	32	39	37
Aplicar em outros investimentos bancários	25	20	21	29	25	27
Reformar a casa	21	27	23	20	18	17
Aplicar na poupança	20	17	20	23	19	14
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	13	17	12	12	15	12
Viajar	12	9	10	14	10	13
Comprar carro	9	7	8	9	11	8
Fazer ou melhorar o plano de saúde	7	8	7	7	5	9
Comprar moto	4	10	5	4	3	2
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	4	3	3	5	3	3
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	3	3	3	2	2
Outras	3	5	2	2	3	4
Não sabe/ Não respondeu	3	1	3	4	1	4

Pergunta: Nos próximos meses, caso a situação financeira melhore e as pessoas possam ter recursos para investir, qual dessas opções o(a) Sr(a) escolheria para investir o dinheiro que sobrar do seu orçamento? (ESTIMULADA)



/4. ENDIVIDAMENTO

4. ENDIVIDAMENTO

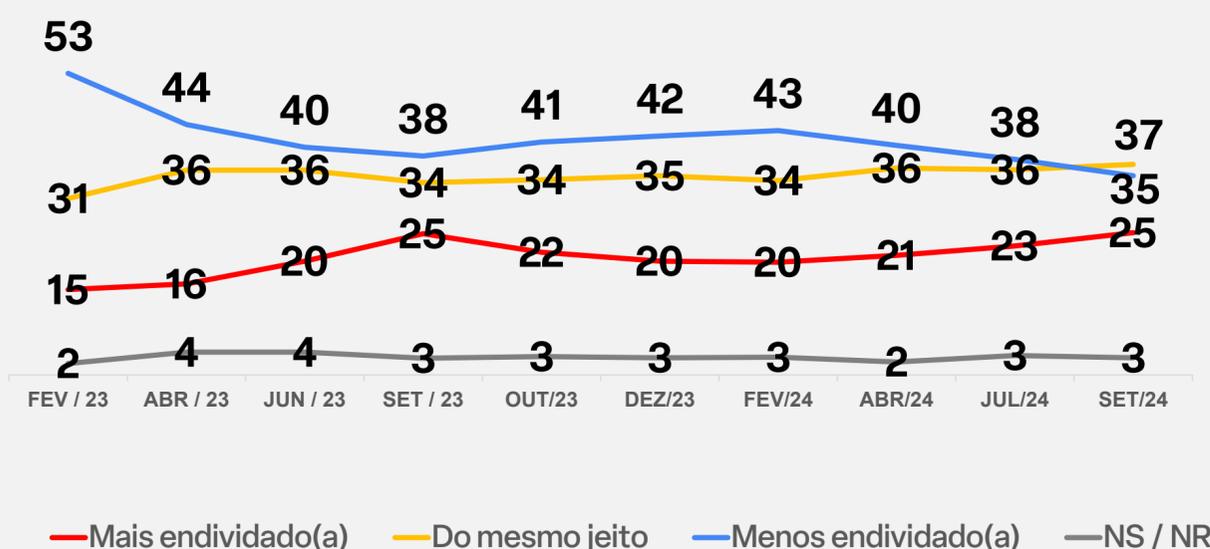
Aumenta a preocupação com o endividamento.

Cerca de quatro em cada dez brasileiros (37%) não veem perspectiva de alteração no endividamento, seja para mais ou para menos. Essa percepção é maior entre os que têm formação universitária (40%) e entre quem tem renda entre 2 e 5 SM (40%). No recorte regional, esses números são mais altos no Norte e no Sudeste (ambas com 40%).

Um contingente próximo (35%) acredita que estará menos endividado até o final do ano, um recuo de três pontos em relação a julho. Essa projeção favorável sobre o endividamento é mais expressiva na faixa etária de 18 a 24 anos (39%) e entre os nordestinos (44%).

Um quarto dos entrevistados (25%) acredita que estará mais endividado no final de 2024 em comparação ao ano passado, com um aumento de dois pontos em relação à rodada de julho. Esse número alcança 29% na faixa de 45 a 59 anos e no Centro-Oeste.

EXPECTATIVA SOBRE O ENDIVIDAMENTO PESSOAL EM 2024 (%)



Pergunta: E o(a) Sr(a) acredita que até o final deste ano de 2024 estará mais endividado que em 2023, do mesmo jeito ou menos endividado que em 2023?

4. ENDIVIDAMENTO

EXPECTATIVA SOBRE O ENDIVIDAMENTO PESSOAL EM 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Mais endividado	25	24	26	23	24	29	23
Do mesmo jeito	37	36	37	34	36	37	39
Menos endividado	35	37	34	39	36	33	33
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	3	3	1	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Mais endividado	25	26	27	21	26	27	22
Do mesmo jeito	37	35	36	41	35	36	40
Menos endividado	35	37	33	36	37	34	35
Não sabe / Não respondeu	3	2	4	3	2	3	3

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Mais endividado	25	23	22	27	29	26
Do mesmo jeito	37	40	31	40	39	35
Menos endividado	35	35	44	30	31	38
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	4	1	1

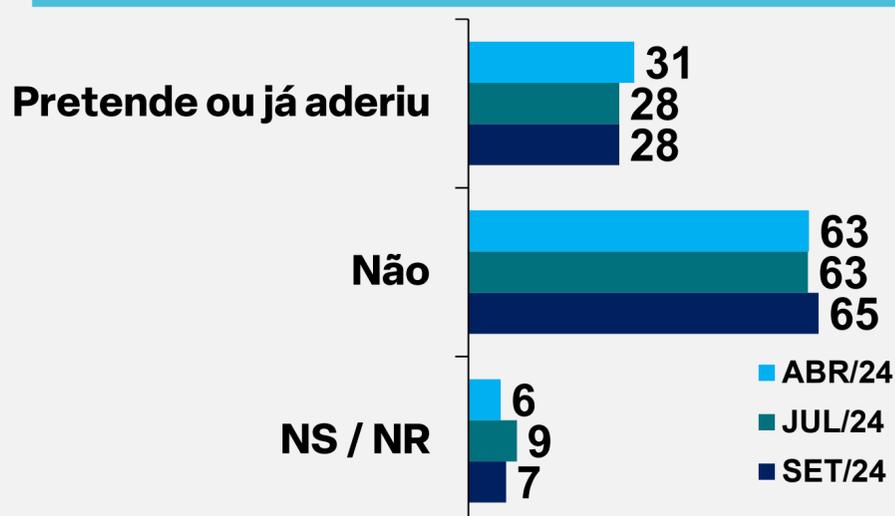
Pergunta: E o(a) Sr(a) acredita que até o final deste ano de 2024 estará mais endividado que em 2023, do mesmo jeito ou menos endividado que em 2023?

4. ENDIVIDAMENTO

A parcela de brasileiros que declara já ter aderido ou pretende aderir a algum programa de refinanciamento de dívidas é de 28%, mesmo percentual de julho.

Mas aqueles que não aderiram e não pretendem fazê-lo continuam maioria (65%), antes eram 63%.

PRETENSÃO DE PARTICIPAR DE ALGUM PROGRAMA DE REFINANCIAMENTO DE DÍVIDAS (%) (Apenas para quem tem dívidas)



A adesão ou o interesse em aderir a algum tipo de programa de refinanciamento de dívidas chega a um terço entre os jovens de 18 a 24 anos, os que têm até o fundamental e aqueles com renda até 2 SM (todos esses segmentos com 32%). Entre as regiões, destaca-se o Norte, com 38%.

PRETENSÃO DE PARTICIPAR DE ALGUM PROGRAMA DE REFINANCIAMENTO DE DÍVIDAS (%) (Apenas para quem tem dívidas)

Categorias	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Pretende ou já aderiu	28	28	28	32	31	25	18
Não	65	66	65	58	63	68	75
Não Sabe / Não Respondeu	7	6	7	10	6	7	7

Categorias	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Pretende ou já aderiu	28	32	25	25	32	26	23
Não	65	61	68	69	61	68	70
Não Sabe / Não Respondeu	7	7	7	6	7	7	7

Categorias	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Pretende ou já aderiu	28	38	25	29	33	20
Não	65	56	67	64	62	74
NS / NR	7	6	8	7	5	6



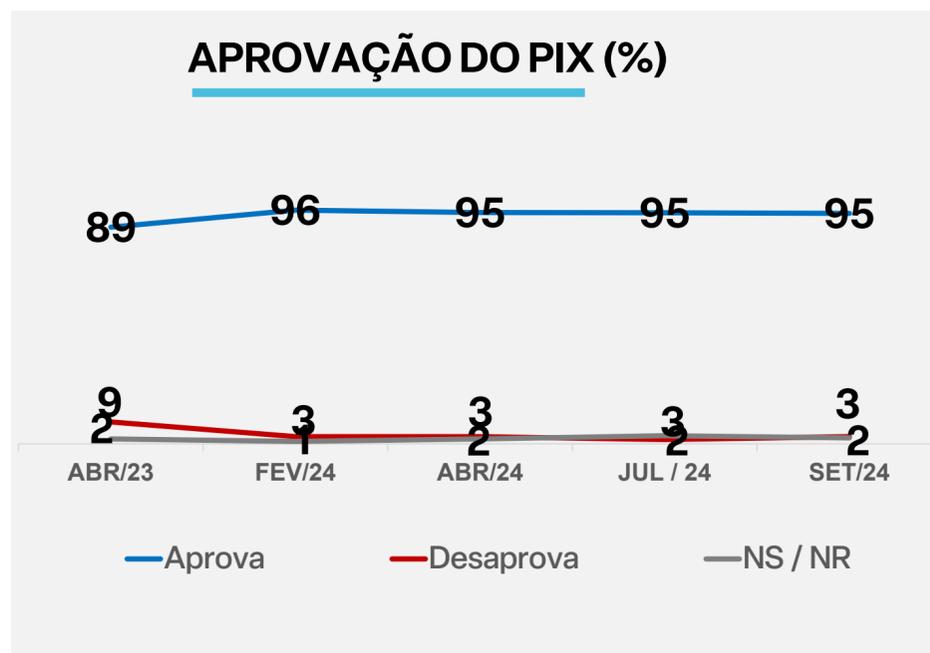
/ 5. PIX

5. PIX

Aprovação do PIX mantém-se superlativa.

Os números do RADAR ratificam a ampla aprovação ao PIX, que se mantém em 95% desde abril.

Ínfima parcela de 3% desaprova esse recurso, uma oscilação de um ponto em relação à pesquisa de julho.



Na análise segmentada, essa aprovação praticamente consensual do PIX é identificada em todos os públicos e regiões do país.

APROVAÇÃO DO PIX (%)

Aprova (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
95	95	95	94	90	97	96	91
3	3	3	3	4	2	2	5
2	2	2	3	6	1	2	4

Aprova (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
95	95	92	96	97	92	96	97
3	3	5	2	2	5	2	2
2	2	3	3	1	3	2	1

Aprova (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
95	95	93	96	94	96	95
3	3	4	2	3	3	3
2	2	3	2	3	1	2

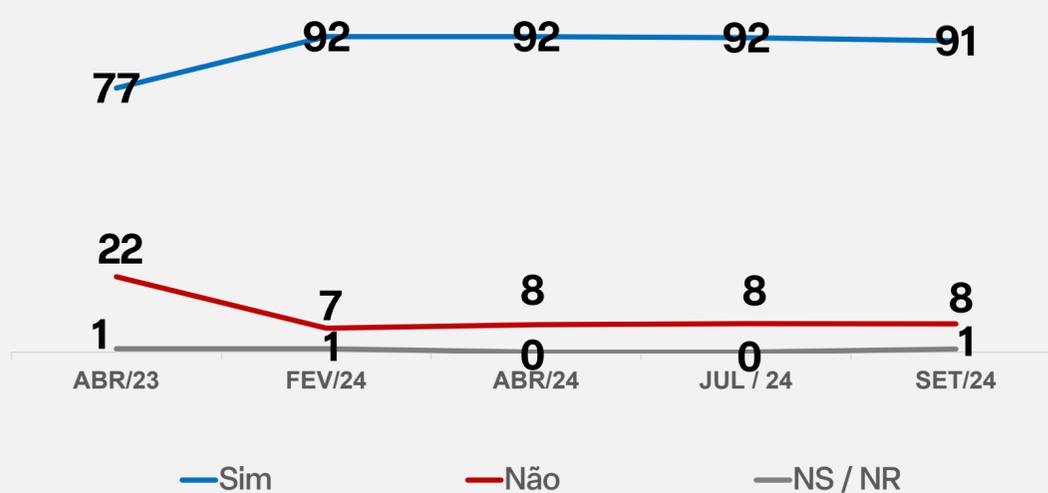
5. PIX

Nove em cada dez brasileiros utilizam o PIX como opção de transferência monetária.

Constituem 91% da população os que utilizam o PIX, oscilação de um ponto a em relação à rodada anterior. Apenas 8% dos brasileiros afirmam não adotar esse recurso, número que se vem se mantendo estável ao longo de 2024.

A utilização do PIX fica abaixo de 90% nos seguintes recortes: jovens de 18 a 24 anos (88%); faixa de 60 anos ou mais (81%); instrução até o fundamental (86%); renda até 2 SM (86%); e região Sul (89%).

UTILIZAÇÃO DO PIX (%)



UTILIZAÇÃO DO PIX (%)

SEXO	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	91	92	90	88	94	93	81
Não	8	8	9	9	5	6	18
NS / NR	1	1	1	3	0	0	1

INSTRUÇÃO	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	91	86	92	95	86	92	95
Não	8	13	6	4	13	7	4
NS / NR	1	1	1	1	1	1	1

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	91	90	91	92	92	89
Não	8	9	8	7	8	11
NS / NR	1	1	1	1	0	0

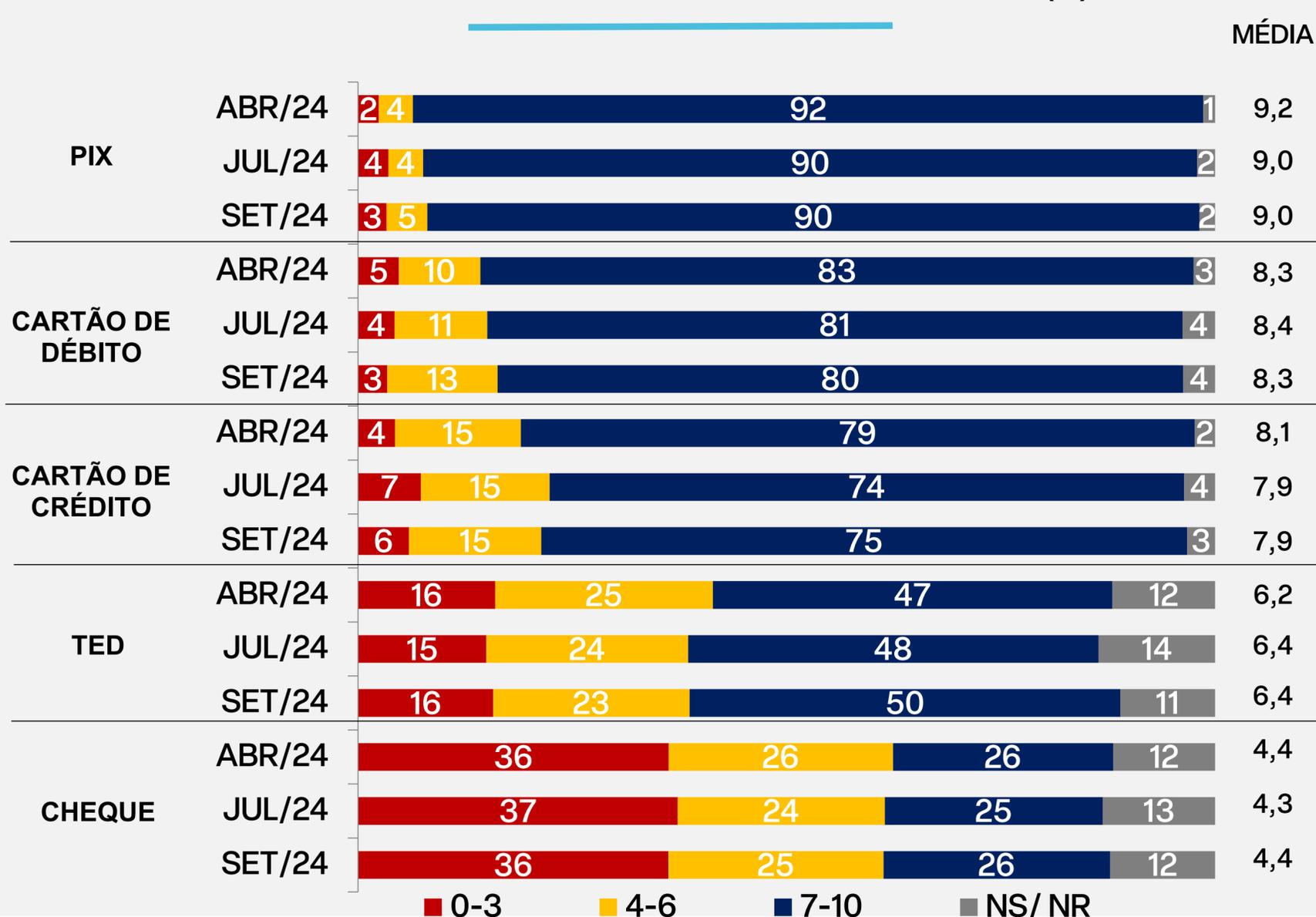
Pergunta: o PIX já completou 3 anos desde o seu lançamento. O(a) Sr(a) utiliza ou utilizou alguma vez o PIX?

5. PIX

O PIX consolida a melhor colocação quando os entrevistados são estimulados a avaliar, numa escala de notas de zero a dez, os principais meios de pagamento ou transferência disponíveis no mercado. Nesse quesito, o PIX repetiu a nota 9,0 registrada em julho. A avaliação do PIX apresentou, homogeneamente, notas acima de 8,5 em todos os estratos sociodemográficos e regiões.

Dentre os meios avaliados, o cartão de débito oscilou negativamente (nota 8,4 para 8,3), enquanto cartão de crédito e TED mantiveram suas notas (7,9 e 6,4, respectivamente). Ocupando o último lugar, o cheque bancário recebe nota 4,4, contra 4,3 em julho, correspondendo ao uso cada vez menor desse meio de pagamento.

NOTA PARA O PIX E OUTROS MEIOS DE PAGAMENTO (%)



Pergunta: Pelo que conhece ou ouviu falar o quanto de zero a dez qual a sua opinião sobre cada um desses meios de pagamento, sabendo que zero significa que tem uma opinião muito negativa e 10 que tem uma opinião positiva.

5. PIX

NOTA PARA O PIX E OUTROS MEIOS DE PAGAMENTO (%)

		TOTAL	SEXO		IDADE			
			M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
PIX	0-3	3	3	4	6	3	3	3
	4-6	5	4	5	6	4	5	7
	7-10	90	91	89	85	93	90	87
	NS /NR	2	2	2	3	1	2	3
	MÉDIA	9.0	9.1	8.9	8.6	9.1	9.0	8.9
TED	0-3	16	17	14	17	18	15	10
	4-6	23	24	22	26	23	23	22
	7-10	50	49	52	45	52	50	51
	NS /NR	11	10	12	12	8	11	17
	MÉDIA	6.4	6.2	6.5	6.1	6.2	6.4	6.9
CARTÃO DE DÉBITO	0-3	3	4	3	7	3	4	2
	4-6	13	13	13	15	13	13	10
	7-10	80	79	81	74	82	79	80
	NS /NR	4	4	4	4	2	4	8
	MÉDIA	8.3	8.2	8.4	7.9	8.3	8.3	8.5
CARTÃO DE CRÉDITO	0-3	6	7	5	7	6	7	3
	4-6	15	15	15	17	15	15	17
	7-10	75	74	76	71	78	75	72
	NS /NR	3	3	3	4	2	2	8
	MÉDIA	7,9	7,8	8,0	7,8	8,0	7,9	8,0
CHEQUE	0-3	36	38	35	34	37	39	33
	4-6	25	26	24	23	27	25	22
	7-10	26	25	27	33	26	24	26
	NS /NR	12	11	13	10	10	12	19
	MÉDIA	4.4	4.3	4.5	5.0	4.3	4.2	4.3

		TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
PIX	0-3	3	6	2	2	6	2	2
	4-6	5	5	4	5	5	4	5
	7-10	90	87	92	93	86	92	92
	NS /NR	2	2	2	0	2	2	1
	MÉDIA	9.0	8.8	9.1	9.1	8.8	9.1	9.1
TED	0-3	16	15	16	16	15	16	16
	4-6	23	20	26	22	21	26	21
	7-10	50	49	48	56	48	49	56
	NS /NR	11	16	10	6	16	9	7
	MÉDIA	6.4	6.4	6.3	6.4	6.4	6.3	6.4
CARTÃO DE DÉBITO	0-3	3	4	3	3	4	3	3
	4-6	13	15	11	13	15	11	13
	7-10	80	75	83	83	75	84	82
	NS /NR	4	6	3	1	5	3	2
	MÉDIA	8.3	8.1	8.4	8.4	8.1	8.4	8.4
CARTÃO DE CRÉDITO	0-3	6	8	5	5	7	5	5
	4-6	15	17	15	14	18	14	14
	7-10	75	70	77	80	71	78	79
	NS /NR	3	5	3	1	5	3	2
	MÉDIA	7.9	7.6	8.0	8.1	7.7	8.0	8.1
CHEQUE	0-3	36	36	36	38	35	37	36
	4-6	25	24	26	26	24	26	25
	7-10	26	26	26	29	26	25	29
	NS /NR	12	15	12	8	15	11	9
	MÉDIA	4.4	4.4	4.3	4.5	4.4	4.3	4.5

Pergunta: Pelo que conhece ou ouviu falar o quanto de zero a dez qual a sua opinião sobre cada um desses meios de pagamento, sabendo que zero significa que tem uma opinião muito negativa e 10 que tem uma opinião positiva.

5. PIX

NOTA PARA O PIX E OUTROS MEIOS DE PAGAMENTO (%)

		TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
PIX	0-3	3	3	2	4	5	3
	4-6	5	5	4	5	5	5
	7-10	90	90	93	88	90	90
	NS /NR	2	2	2	2	0	2
MÉDIA		9.0	8.9	9.2	8.9	8.8	9.2
TED	0-3	16	15	14	16	23	15
	4-6	23	21	22	24	22	23
	7-10	50	52	50	51	48	49
	NS /NR	11	13	14	9	7	13
MÉDIA		6.4	6.6	6.5	6.3	5.9	6.4
CARTÃO DE DÉBITO	0-3	3	5	3	4	5	2
	4-6	13	10	14	13	14	11
	7-10	80	81	79	80	80	83
	NS /NR	4	4	4	3	1	5
MÉDIA		8.3	8.3	8.3	8.3	8.1	8.5
CARTÃO DE CRÉDITO	0-3	6	5	6	6	8	6
	4-6	15	14	13	17	13	18
	7-10	75	75	78	74	77	73
	NS /NR	3	5	4	3	1	4
MÉDIA		7.9	7.9	8.1	7.9	7.7	7.8
CHEQUE	0-3	36	29	36	38	30	39
	4-6	25	24	24	26	29	24
	7-10	26	32	26	26	27	25
	NS /NR	12	15	14	10	14	13
MÉDIA		4.4	5.0	4.3	4.3	4.8	4.1

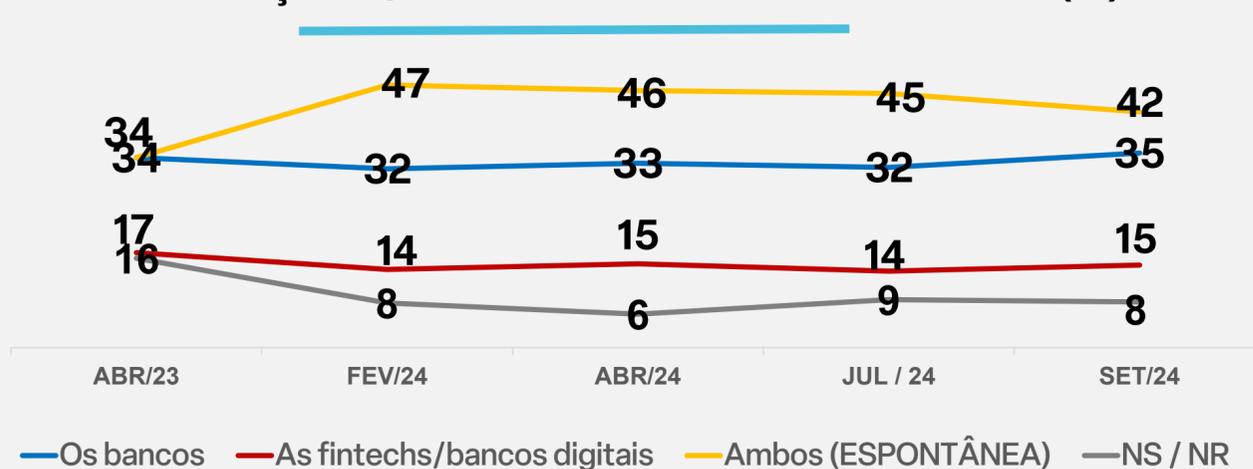
5. PIX

Cresce a percepção dos bancos como as instituições mais seguras para utilização do PIX. Mais de um terço dos brasileiros (35%) declara maior confiança nos bancos para as operações com PIX, três pontos percentuais a mais que no levantamento anterior. Esse percentual é notadamente maior na faixa de 60 anos ou mais: 45%. Também é mais expressiva no ensino superior e na faixa de renda acima de 5 SM (40% em ambos).

As fintechs e bancos digitais contam com 15% da confiança dos usuários com relação à segurança do PIX, com oscilação de mais um ponto percentual nesse bimestre.

E quatro em cada dez entrevistados (42%) são usuários que se sentem seguros com o PIX utilizando qualquer dos dois tipos de instituição.

INSTITUIÇÃO QUE OFERECE O PIX MAIS SEGURO (%)



INSTITUIÇÃO QUE OFERECE O PIX MAIS SEGURO (%)

Instituição (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Os bancos	35	35	35	31	32	34	45
As fintechs/Bancos digitais	15	15	14	22	17	12	9
Ambos (ESPONTÂNEA)	42	43	42	40	46	45	31
NS / NR	8	7	9	7	5	8	15

Instituição (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Os bancos	35	34	33	40	34	33	40
As fintechs/Bancos	15	18	14	11	18	15	10
Ambos (ESPONTÂNEA)	42	37	46	44	37	46	44
NS / NR	8	11	7	5	11	7	6

Instituição (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Os bancos	35	37	36	36	28	32
As fintechs/Bancos digitais	15	19	18	13	16	11
Ambos (ESPONTÂNEA)	42	39	37	43	48	48
NS / NR	8	6	9	8	7	9



6. CRÉDITO CONSIGNADO

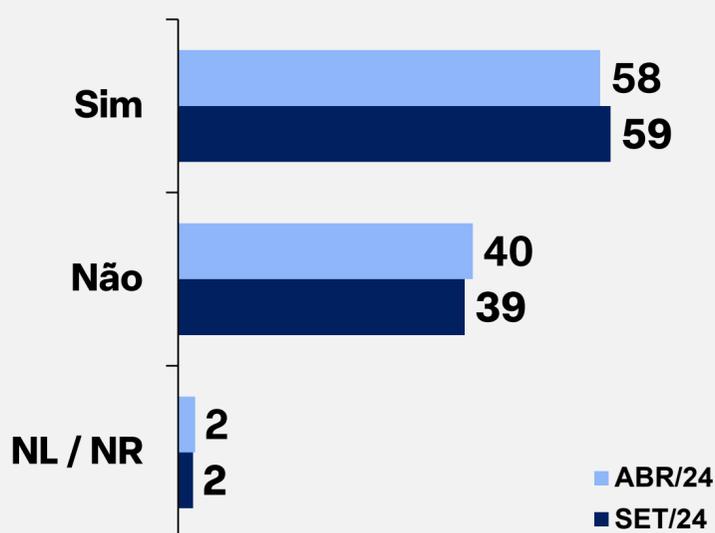
6. CRÉDITO CONSIGNADO

Grande parte dos brasileiros já precisou recorrer a crédito ou empréstimo.

Expressiva parcela dos brasileiros (59%) afirmam já ter tido a necessidade de buscar alguma modalidade de crédito ou empréstimo, um ponto a mais que o registrado no levantamento de abril desse ano, quando essa temática foi pesquisada no RADAR.

Esse número é mais alto na faixa etária de 45 a 59 anos (63%), caindo para 42% entre os mais jovens, de 18 a 24 anos.

JÁ TEVE NECESSIDADE DE BUSCAR ALGUMA MODALIDADE DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO? (%)



JÁ TEVE NECESSIDADE DE BUSCAR ALGUMA MODALIDADE DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO? (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	59	60	58	42	61	63	60
Não	39	38	40	52	37	36	39
NL / NR	2	2	2	6	2	2	1

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	59	56	60	62	56	61	61
Não	39	42	37	37	42	38	36
NL / NR	2	2	3	1	2	2	2

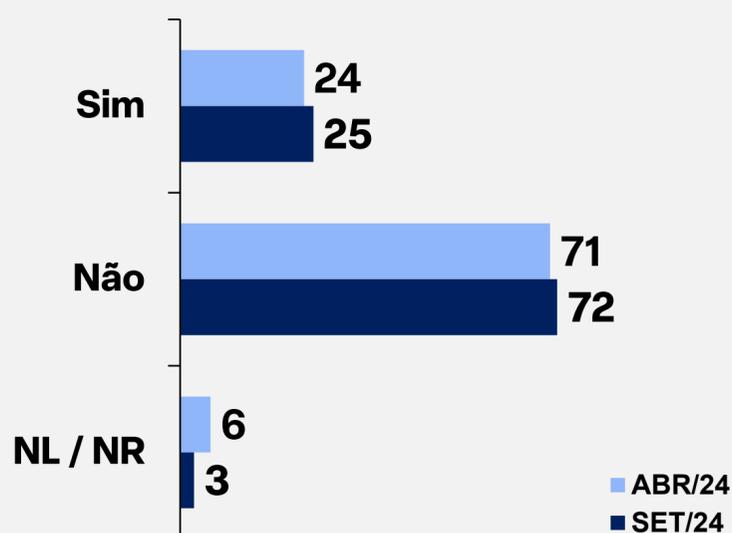
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	59	60	58	59	61	59
Não	39	38	41	38	36	41
NL / NR	2	2	1	3	3	0

6. CRÉDITO CONSIGNADO

Mantém-se praticamente estável a fatia de um quarto de pessoas interessadas em buscar alguma modalidade de crédito ou empréstimo nos próximos seis meses, oscilação de um ponto a mais em relação a abril. Essa intenção é mais expressiva entre os que estudaram até o fundamental (29%), na faixa de renda até 2 SM (29%) e na região Norte (31%).

Majoritariamente (72% no total da amostra), são os mais velhos (77%) e os sulistas (82%) os que não têm a pretensão de buscar crédito ou empréstimo.

PRETENDE BUSCAR ALGUMA MODALIDADE DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO NOS PRÓXIMOS 6 MESES?
(%)



PRETENDE BUSCAR ALGUMA MODALIDADE DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO NOS PRÓXIMOS 6 MESES? (%)

Resposta (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	25	27	24	27	28	24	20
Não	72	71	73	69	69	74	77
NL / NR	3	3	3	4	2	2	3

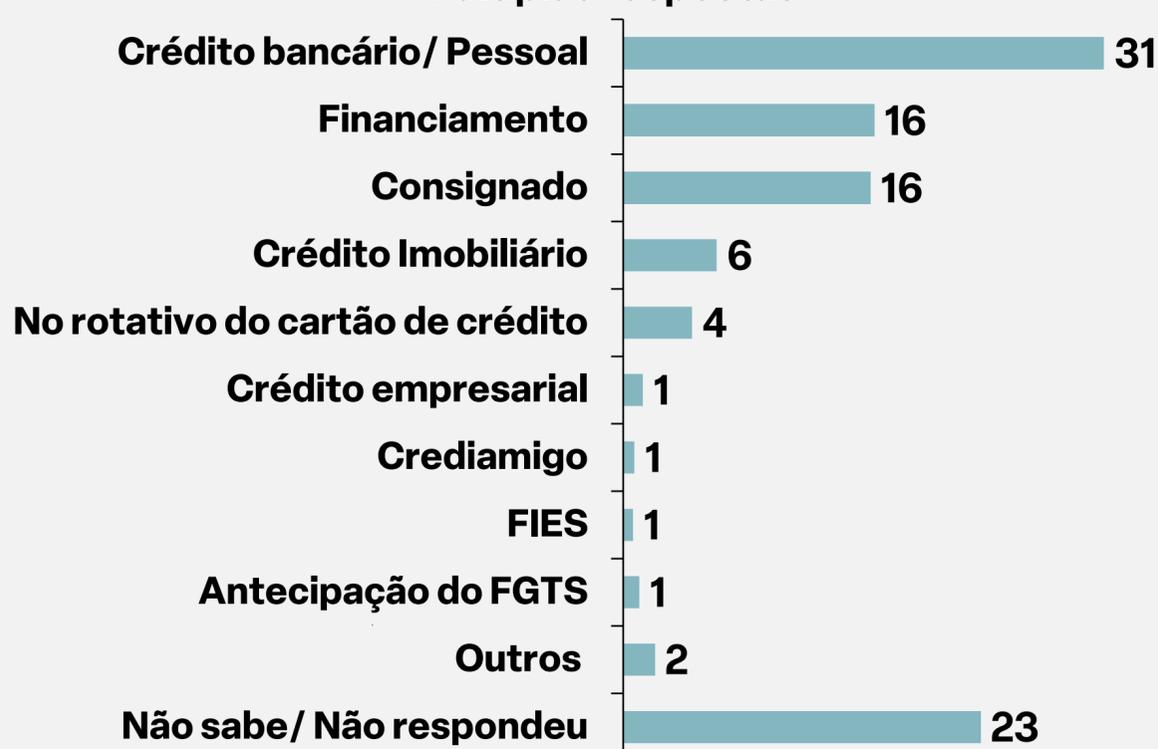
Resposta (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	25	29	23	25	29	22	25
Não	72	69	74	73	69	75	72
NL / NR	3	2	3	2	2	3	3

Resposta (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	25	31	28	25	24	18
Não	72	68	69	71	75	82
NL / NR	3	2	3	4	1	0

6. CRÉDITO CONSIGNADO

Entre os que pensam em recorrer ou que já recorreram a crédito ou empréstimo, o crédito bancário/pessoal é a modalidade mais citada (31%), seguida de financiamento e consignado, estes empatados com 16%. A menção ao crédito consignado como alternativa financeira é claramente maior na faixa de 60 anos ou mais (26%), naturalmente pela facilidade que o mercado oferece de concessão desse tipo de empréstimo aos aposentados.

TIPO DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO QUE BUSCOU OU PRETENDE BUSCAR (%) (ESPONTÂNEA)
Múltiplas respostas



TIPO DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO QUE BUSCOU OU PRETENDE BUSCAR (%) (APENAS PARA QUE BUSCOU OU PRETENDE BUSCAR CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Crédito bancário/ Pessoal	31	30	31	27	32	33	25
Financiamento	16	19	13	16	16	16	15
Consignado	16	15	16	10	13	15	26
Crédito Imobiliário	6	7	5	6	5	7	5
No rotativo do cartão de crédito	4	4	5	5	6	3	2
Crédito empresarial	1	2	1	2	1		2
Crediamigo	1	1	1	2	1	1	0
FIES	1	1	1	0	1	1	0
Antecipação do FGTS	1	1	1	2	1	1	0
Outros	2	2	2	3	2	2	2
Não sabe/ Não respondeu	23	21	25	29	22	22	22

6. CRÉDITO CONSIGNADO

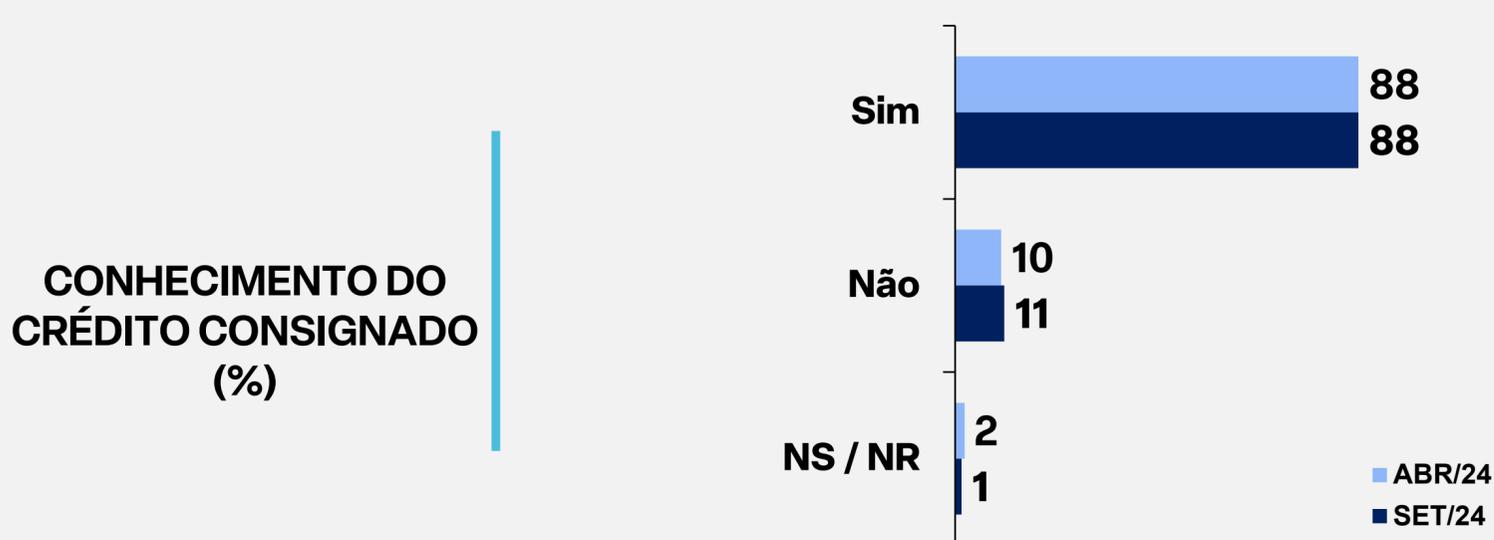
TIPO DE CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO QUE BUSCOU OU PRETENDE BUSCAR (%)
(APENAS PARA QUE BUSCOU OU PRETENDE BUSCAR CRÉDITO OU EMPRÉSTIMO)

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Crédito bancário/ Pessoal	31	30	32	28	31	32	28
Financiamento	16	13	16	20	13	16	21
Consignado	16	15	17	15	14	17	16
Crédito Imobiliário	6	3	5	12	3	5	11
No rotativo do cartão de crédito	4	5	4	3	5	4	3
Crédito empresarial	1	1	1	2	1	1	1
Crediamigo	1	1	0	1	1		1
FIES	1		1			1	
Antecipação do FGTS	1	1	1	1	1	1	1
Outros	2	2	3	2	2	3	2
Não sabe/ Não respondeu	23	29	20	18	29	21	16

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Bancário/Pessoal	31	35	33	29	35	26
Financiamento	16	20	13	15	14	21
Consignado	16	14	17	17	12	14
Crédito Imobiliário	6	2	4	7	5	11
No rotativo do cartão de crédito	4	2	6	4	5	3
Crédito Empresarial	1	1	1	2	0	1
Crediamigo	1	0	2		0	0
FIES	1	1	1	1	0	1
Antecipação do FGTS	1	2	1	2	0	1
Outros	1	3	1	1	2	0
Não sabe/ Não respondeu	23	20	22	23	28	22

6. CRÉDITO CONSIGNADO

Especificamente sobre o crédito consignado, mantém-se em 88% (mesmo percentual de abril) o contingente da população que conhece essa modalidade de crédito. Esse número fica um pouco abaixo de 80% apenas entre os jovens de 18 a 24 anos (75%).



CONHECIMENTO DO CRÉDITO CONSIGNADO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	88	88	88	75	89	91	90
Não	11	10	11	20	10	9	9
NS / NR	1	1	1	5	1	1	1

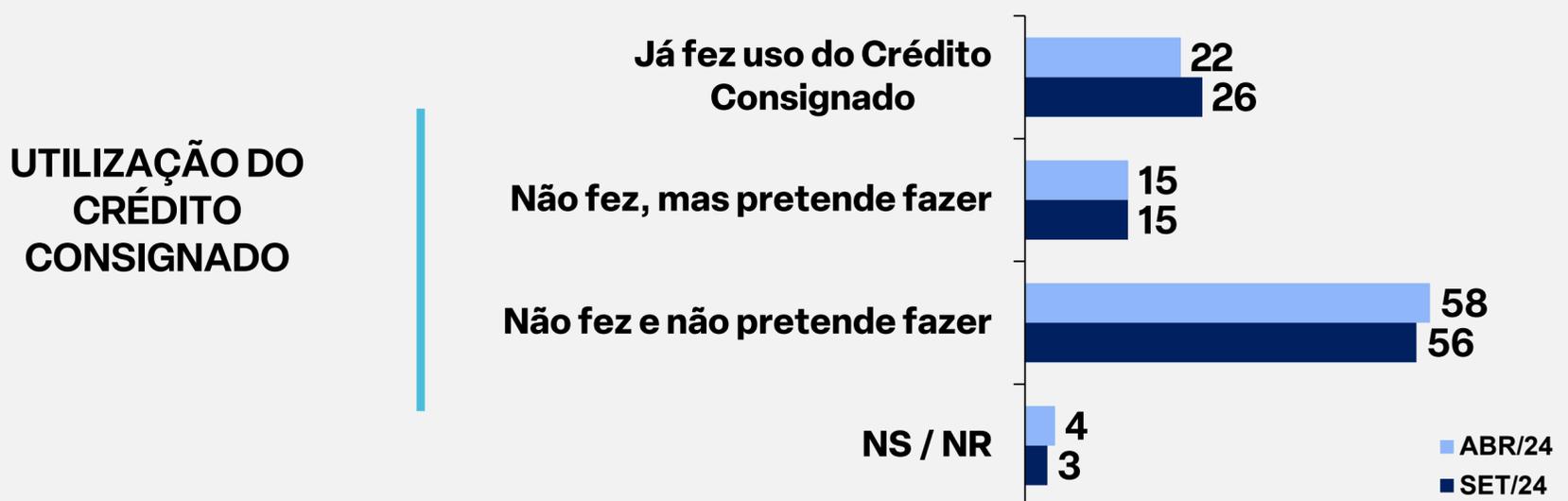
(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	88	84	89	91	84	90	91
Não	11	14	9	7	14	9	8
NS / NR	1	2	1	1	2	1	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	88	87	89	87	88	88
Não	11	11	10	11	12	11
NS / NR	1	2	2	2	0	0

6. CRÉDITO CONSIGNADO

Cerca de um quarto dos entrevistados (26%) declara já ter feito uso do crédito consignado, um aumento de quatro pontos em relação a abril. A variável idade tem clara relação com esse dado: entre os que têm 60 anos ou mais, 38% afirmam já ter utilizado o crédito consignado, contra apenas 18% entre os mais jovens. Além desse contingente que usou, outros 15% revelam a intenção de fazê-lo.

Ao passo que recuou dois pontos (de 58% para 56%) o número de pessoas que não utilizaram nem pretendem utilizar o crédito consignado.



CRÉDITO CONSIGNADO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Já fez uso do Crédito Consignado	26	26	25	18	22	26	38
Não fez, mas pretende fazer	15	15	14	17	16	16	8
Não fez e não pretende fazer	56	56	57	60	58	56	52
NS / NR	3	3	3	5	4	2	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Já fez uso do Crédito Consignado	26	24	24	29	24	25	29
Não fez, mas pretende fazer	15	18	13	13	17	13	13
Não fez e não pretende fazer	56	54	59	56	54	59	55
NS / NR	3	4	3	2	4	3	3

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Já fez uso do Crédito Consignado	26	32	24	27	25	22
Não fez, mas pretende fazer	15	17	13	16	19	11
Não fez e não pretende fazer	56	49	60	54	54	63
NS / NR	3	2	3	4	2	4

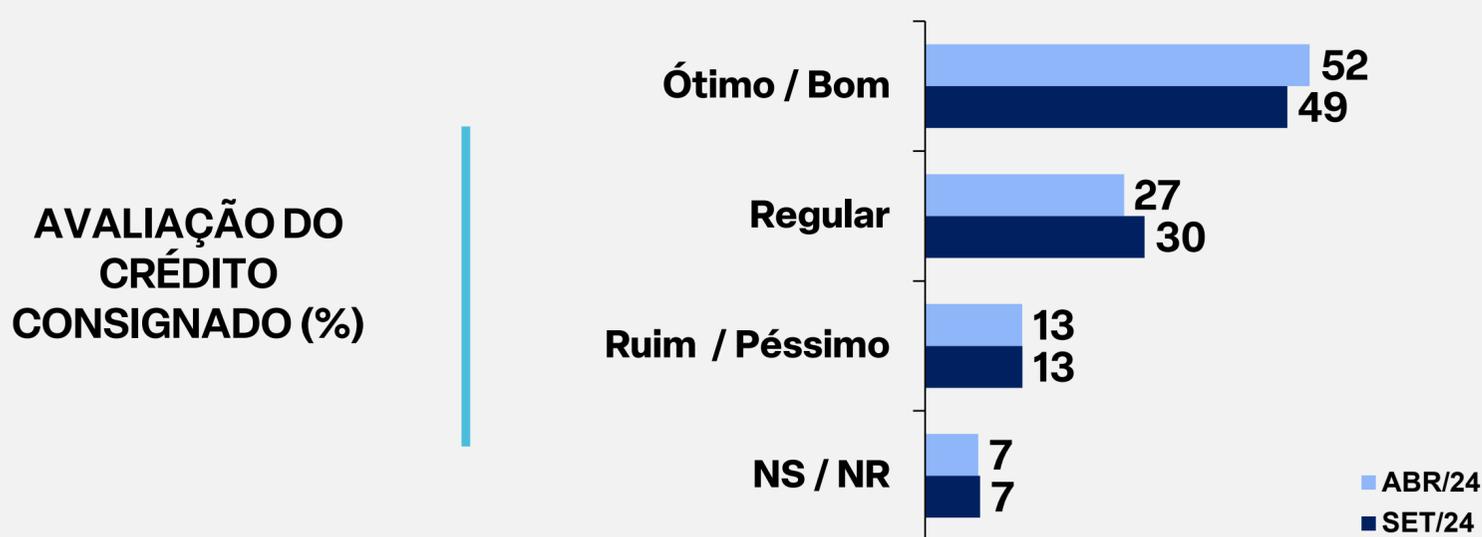
Pergunta: O Crédito Consignado é uma modalidade de crédito para funcionários de empresas e órgãos conveniados, aposentados e pensionistas do INSS, sem a necessidade de avalista e com condições especiais, em que a prestação é descontada diretamente do salário do trabalhador ou do benefício do INSS. Sobre o Crédito Consignado o(a) Sr(a):

6. CRÉDITO CONSIGNADO

Embora predominante, a avaliação positiva (ótimo+bom) do crédito consignado diminuiu de 52% em abril para 49% em setembro. No recorte regional, esse número alcança 58% no Norte e 57% no Centro-Oeste.

Paralelamente, a avaliação regular cresceu três pontos, indo de 27% para 30%, chegando a 39% na faixa de 18 a 24 anos, que como já assinalada é a menos usuária.

A avaliação negativa manteve-se em 13%, sendo ligeiramente mais alta na região Sul (16%).



AVALIAÇÃO DO CRÉDITO CONSIGNADO (%)

Avaliação (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Ótimo / Bom	49	49	50	40	49	54	49
Regular	30	29	30	39	32	25	27
Ruim / Péssimo	13	14	13	11	12	15	15
NS / NR	7	8	7	10	7	6	9

Avaliação (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Ótimo / Bom	49	49	49	49	49	49	50
Regular	30	29	31	29	29	32	28
Ruim / Péssimo	13	12	13	15	12	13	14
NS / NR	7	9	7	7	9	6	8

Avaliação (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Ótimo / Bom	49	58	48	49	57	44
Regular	30	31	31	29	27	32
Ruim / Péssimo	13	6	14	14	12	16
NS / NR	7	4	7	9	4	8



/ 7. GOLPES/ TENTATIVAS DE GOLPES

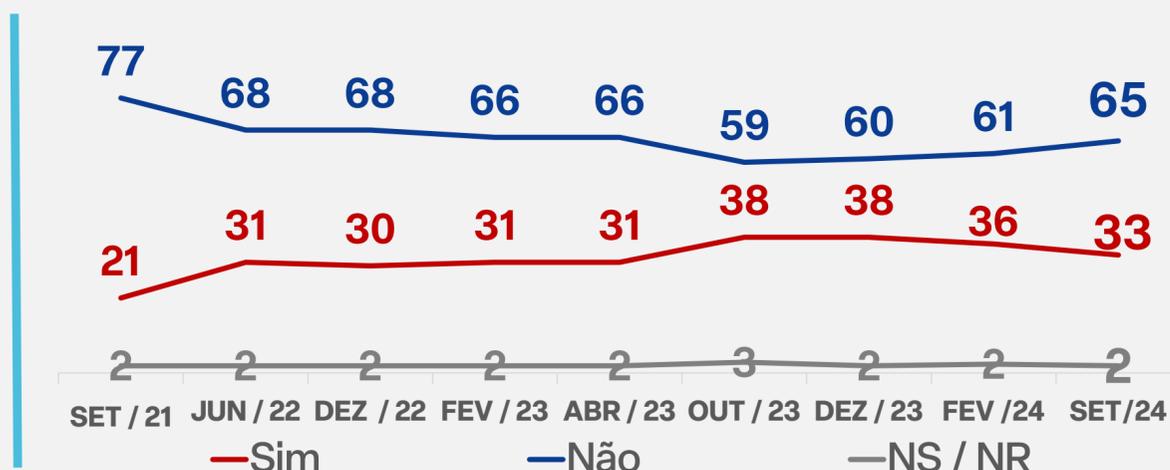
7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Recuo discreto no número de vítimas de golpes ou tentativas de golpes em relação ao primeiro bimestre de 2024.

Retomando a série histórica, em fevereiro desse ano o número de brasileiros que afirmavam terem sido vítimas de golpes ou tentativas golpes era de 36%, tendo diminuído agora para 33%. Esse movimento pode ser atribuído, entre outros fatores, aos esforços das instituições bancárias e da FEBRABAN para alertar e orientar os consumidores.

Mostraram-se mais suscetíveis a essas ocorrências aqueles na faixa de 60 anos ou mais (36%); os que têm nível superior (37%); e aqueles com renda acima de 5 SM (39%). No recorte regional, destaca-se a região Sul (41%).

VÍTIMA DE GOLPE/
TENTATIVA DE
GOLPE?
(%)



VÍTIMA DE GOLPE / TENTATIVA DE GOLPE? (%)

SEXO	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	33	35	32	31	33	32	36
Não	65	64	66	64	65	67	63
Não respondeu	2	1	2	5	2	1	1

INSTRUÇÃO	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	33	30	34	37	31	32	39
Não	65	68	64	61	68	65	59
Não respondeu	2	2	2	2	2	2	2

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	33	31	29	34	35	41
Não	65	66	69	64	63	59
Não respondeu	2	3	2	2	2	0

Pergunta: O(a) Sr(a) já foi vítima de algum tipo de golpe ou tentativa de golpe envolvendo sua conta em banco?

48

7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Na lista de golpes mais frequentes apontados pelos entrevistados, cinco pontuam com mais de dois dígitos. O “golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões” continua na liderança (42%). Em segundo lugar aparecem empatados com 27% o “golpe da central falsa” e o golpe em que “alguém se faz passar por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp”. O “golpe do PIX” aparece em quarta colocação (15%) entre os mais citados, e o “golpe com utilização do CPF através de SMS” vem em quinto, com 10%.

Na análise por segmentos, há alguns achados interessantes sobre os golpes:

TIPO DE GOLPE		EVOLUÇÃO	POR SEGMENTOS
1º	Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	42% , queda de dois pontos em relação a fevereiro de 2024 (44%).	Chega a 49% entre os jovens de 18 a 24 anos, 50% no ensino superior e 51% na faixa acima de 5 SM.
2º	Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27% , queda de cinco pontos em relação a fevereiro (32%).	Atinge 33% no Sudeste.
3º	Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	27% , queda de quatro pontos no mesmo período (31%).	46% na faixa de 18 a 24 anos.
4º	Golpe do PIX	15% , queda de quatro pontos em relação fevereiro (19%).	19% na faixa de 18 a 24 anos.
5º	Golpe com utilização do CPF através de SMS	10% , queda de três pontos em relação a fevereiro (13%).	15% na faixa de 18 a 24 anos.

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (Entre quem sofreu) (%)

(%)	SET 21	JUN 22	DEZ 22	FEV 23	ABR 23	OUT/ 23	DEZ/ 23	FEV/ 24	SET/ 24
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	50	64	48	48	50	48	45	44	42
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	18	26	24	25	28	27	27	32	27
Alguém se fazendo passar por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	21	25	30	26	28	30	28	31	27
Golpe do Pix	-	-	-	-	-	20	20	19	15
Golpe com utilização do CPF através de SMS	-	-	-	-	-	15	12	13	10
Golpe do leilão ou da loja virtual falsa	10	7	9	7	6	9	9	9	3
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	-	-	-	-	-	3	2	3	1
Entraram na minha conta e sacaram o dinheiro	-	-	-	-	-	-	2	-	-
E-mail com link falso	-	-	-	-	-	-	1	3	1
Boleto de pagamento falso	-	-	-	-	-	-	1	0	2
Empréstimo em meu nome	-	-	-	-	-	-	1	1	2
Conta premiada	-	-	-	-	-	-	0	-	-
Falso sequestro	-	-	-	-	-	-	0	-	-
Outro	4	4	7	7	10	2	-	-	-
Não lembra/Não respondeu	5	2	4	2	3	3	4	4	5

7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (Entre quem sofreu) (%)

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	42	40	44	49	45	38	35
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	27	25	29	46	28	24	16
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	28	26	29	27	27	24
Golpe do Pix	15	14	16	19	14	18	9
Golpe com utilização do CPF através de SMS	10	10	10	15	9	9	10
Golpe do leilão ou da loja virtual	3	2	3	3	4	2	1
Empréstimo/Saque da conta	2	2	2	0	1	3	4
Boleto Falso	2	2	2	1	2	2	1
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	1	1	1	0	1	1	0
Link falso	1	1	0	0	1	1	1
Não Lembra / Não Respondeu	5	6	5	3	4	6	9

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	42	37	41	50	38	40	51
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	27	21	27	33	22	27	32
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	21	31	28	22	31	26
Golpe do Pix	15	16	15	12	16	16	12
Golpe com utilização do CPF através de SMS	10	12	7	12	11	7	13
Golpe do leilão ou da loja virtual	3	2	3	2	2	3	2
Empréstimo/Saque da conta	2	5	1	1	5	1	1
Boleto Falso	2	2	3	0	2	3	0
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	1	1		0	1		0
Link falso	1			1			1
Não Lembra / Não Respondeu	5	7	5	4	7	5	4

Pergunta: Qual o tipo de golpe ou tentativa de golpe de que o(a) Sr(a) foi vítima? (ESTIMULADA)

7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (Entre quem sofreu) (%)

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	42	31	38	46	44	40
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	27	28	23	29	31	23
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	24	16	33	30	27
Golpe do Pix	15	17	11	17	17	14
Golpe com utilização do CPF através de SMS	10	12	12	12	6	5
Golpe do leilão ou da loja virtual	3	2	4	3	2	1
Empréstimo/Saque da conta	2	5	2	1	2	3
Boleto Falso	2	0	2	2	0	4
Golpe do buquê de flores e do Link falso	1	2	1	0	2	0
Link falso	1	2	0	1	0	1
Não Lembra / Não Respondeu	5	9	7	3	9	6

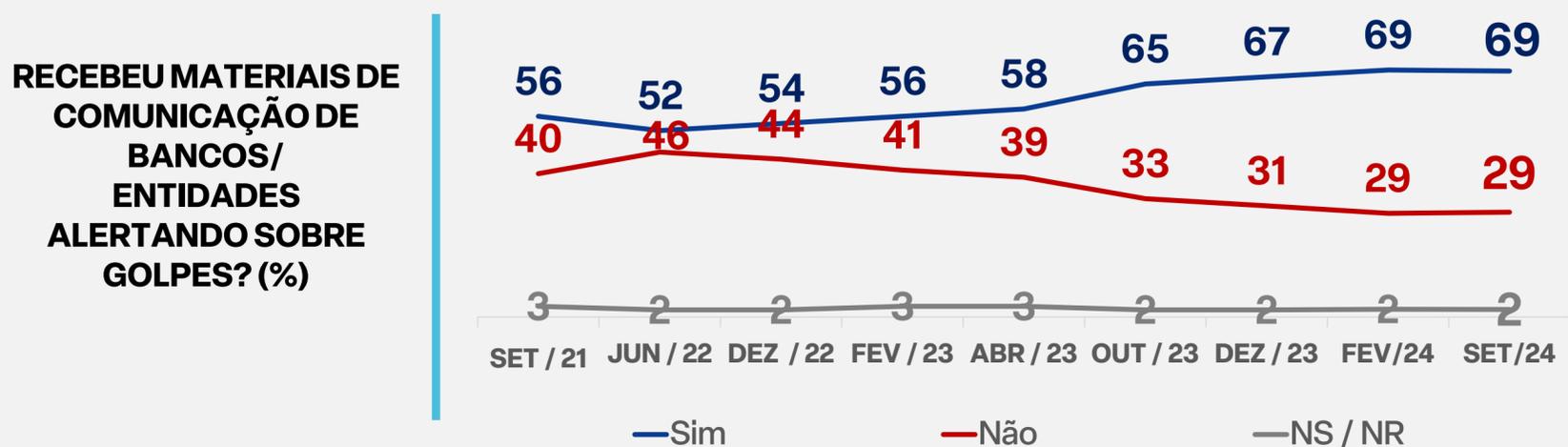
Pergunta: Qual o tipo de golpe ou tentativa de golpe de que o(a) Sr(a) foi vítima? (ESTIMULADA)

7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Com pequena oscilação para cima, o recall de materiais de bancos informando sobre golpes chega a 70%

Sete em cada dez respondentes lembram de ter recebido materiais de comunicação de bancos ou outras entidades alertando contra golpes. Os que não lembram somam 29%. Como já ressaltado, a comunicação dos bancos e entidades ligadas ao setor tem surtido efeito positivo na prevenção desse tipo de crime.

O recall desses materiais é maior entre os que têm ensino superior e renda acima de 5 SM (77% em ambos os segmentos).



RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES? (%)

SEXO	TOTAL	IDADE					
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	69	69	68	68	73	64	65
Não	29	29	29	28	25	34	33
Não respondeu	2	2	2	4	2	2	2

INSTRUÇÃO	TOTAL	RENDA FAMILIAR					
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	69	59	72	77	60	72	77
Não	29	39	25	21	38	25	21
Não respondeu	2	2	3	2	2	3	2

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	69	70	64	71	69	69
Não	29	28	33	27	29	30
Não respondeu	2	1	3	2	2	1

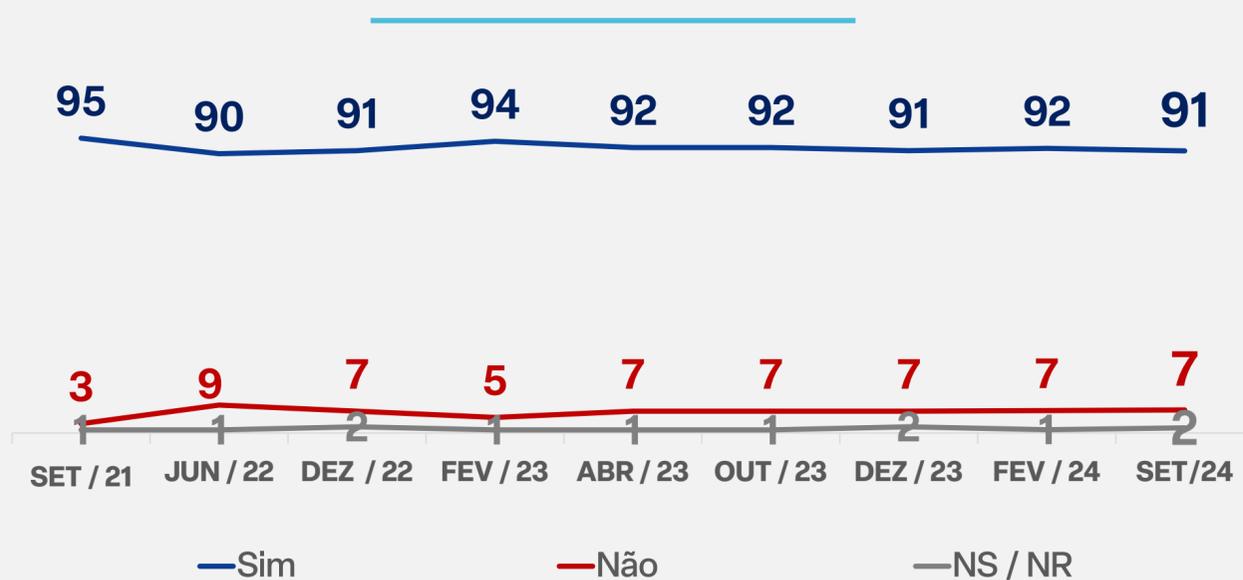
Pergunta: O(a) Sr(a) já recebeu ou não algum material de comunicação do seu banco ou outra entidade alertando contra esses tipos de golpes ou tentativas de golpes que as pessoas sofrem envolvendo suas contas em banco?

7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

A atribuição de importância à comunicação preventiva contra golpes é superlativa: 91%, recuo de um ponto na comparação com fevereiro.

Esse número fica abaixo de 90% apenas entre os jovens de 18 a 24 (85%); no fundamental (89%); e na região Sudeste (87%).

IMPORTÂNCIA DO MATERIAL PARA A PREVENÇÃO CONTRA GOLPES (Entre quem recebeu material de comunicação) (%)



IMPORTÂNCIA DO MATERIAL PARA A PREVENÇÃO CONTRA GOLPES (Entre quem recebeu material de comunicação) (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	91	90	91	85	91	94	92
Não	7	8	7	10	8	5	7
Não respondeu	2	1	2	4	1	1	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	91	89	92	91	90	92	91
Não	7	9	6	8	9	6	8
Não respondeu	2	1	2	1	1	2	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	91	94	94	87	92	93
Não	7	5	4	10	8	7
Não respondeu	2	1	2	3	0	0

Pergunta: PARA QUEM RECEBEU MATERIAL DE COMUNICAÇÃO: Esse material de comunicação que o(a) Sr(a) recebeu é importante ou não para a prevenção ou para a sua atitude diante do golpe ou tentativa do golpe?

**RADAR
FEBRABAN
Setembro 2024**

