

RADAR FEBRABAN 2021

EXPECTATIVAS DOS CONSUMIDORES

RECORTE REGIONAL

4ª EDIÇÃO . 4ª EDIÇÃO .

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

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

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.

Febraban
news



Dezembro de 2021



METODOLOGIA E APRESENTAÇÃO

SOBRE O RADAR FEBRABAN

Período de realização

19 a 27 de Novembro de 2021.

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

Percepção da relevância da inflação na qualidade de vida e impacto no consumo de alimentos.

A poucos dias para a virada do ano, a percepção sobre a inflação é de que ela tem impacto direto no poder de compra e na qualidade de vida da população. Para a maioria dos brasileiros ouvidos pelo **RADAR FEBRABAN**, o aumento de preços impacta principalmente no consumo de alimentos e de outros produtos do abastecimento doméstico; além de indicar a influência sobre o preço do combustível e dos medicamentos e serviços de saúde.

A confiança nos bancos manteve o bom patamar de setembro, próximo a 60%. Apesar de algumas oscilações, permanece elevada a percepção da contribuição positiva dos bancos para o desenvolvimento da economia, a geração de empregos, a ajuda ao país e às pessoas no enfrentamento da crise sanitária. Os resultados do **RADAR FEBRABAN** de dezembro ratificam, ainda, a expressiva satisfação com o atendimento prestado pelo setor bancário.

Frente ao primeiro aniversário de implantação do PIX, esta 4ª edição do **RADAR FEBRABAN** investigou a adesão e a opinião sobre esse meio de pagamentos instantâneos, confirmando que grande parte da população já aderiu ao serviço e que, entre 2020 e 2021, a aprovação ao PIX teve crescimento significativo.

Com a ampliação e aumento da adesão aos serviços digitais, esse estudo também abordou a questão dos golpes e fraudes financeiras. O número de brasileiros que já foram vítimas desse tipo de crime manteve-se estável no comparativo entre o levantamento de setembro e o atual, sendo o público com mais de 60 anos o mais vulnerável. A clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões segue como o golpe mais comum, porém chama atenção o aumento do golpe da central falsa, em que alguém pede seus dados por telefone.

O papel informativo do setor bancário no alerta e orientação aos consumidores em relação aos golpes se demonstra no percentual de mais da metade dos entrevistados que já receberam materiais de comunicação de bancos e outras entidades a esse respeito. É praticamente unânime a atribuição de importância a esse tipo de informação para a prevenção e combate a tais ocorrências.

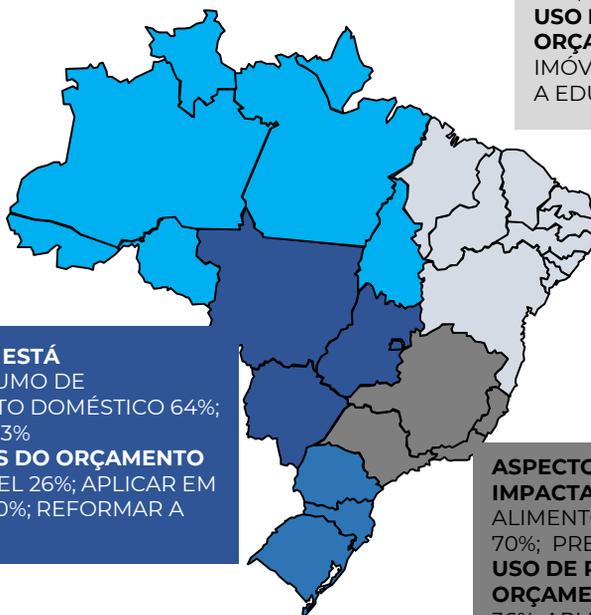
1

PERSPECTIVA DE RECUPERAÇÃO
ECONÔMICA

IMPACTO DA INFLAÇÃO NO COTIDIANO DA POPULAÇÃO

ASPECTOS QUE INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS: CONSUMO DE ALIMENTOS/ABASTECIMENTO DOMÉSTICO 71%; PREÇO DO COMBUSTÍVEL 51%
USO DE POSSÍVEIS SOBRAS DO ORÇAMENTO FAMILIAR: COMPRAR IMÓVEL 39%; APLICAR EM OUTROS INVESTIMENTOS 23%

ASPECTOS QUE INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS: CONSUMO DE ALIMENTOS/ABASTECIMENTO DOMÉSTICO 69%; PREÇO DO COMBUSTÍVEL 37%
USO DE POSSÍVEIS SOBRAS DO ORÇAMENTO FAMILIAR: COMPRAR IMÓVEL 36%; FAZER CURSOS E MELHORAR A EDUCAÇÃO SUA E DA FAMÍLIA 21%



ASPECTOS QUE INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS: CONSUMO DE ALIMENTOS/ABASTECIMENTO DOMÉSTICO 64%; PREÇO DO COMBUSTÍVEL 53%
USO DE POSSÍVEIS SOBRAS DO ORÇAMENTO FAMILIAR: COMPRAR IMÓVEL 26%; APLICAR EM OUTROS INVESTIMENTOS 20%; REFORMAR A CASA 20%

ASPECTOS QUE INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS: CONSUMO DE ALIMENTOS/ABASTECIMENTO DOMÉSTICO 70%; PREÇO DO COMBUSTÍVEL 37%
USO DE POSSÍVEIS SOBRAS DO ORÇAMENTO FAMILIAR: COMPRAR IMÓVEL 36%; APLICAR EM OUTROS INVESTIMENTOS 26%

ASPECTOS QUE INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS: CONSUMO DE ALIMENTOS/ABASTECIMENTO DOMÉSTICO 67%; PREÇO DO COMBUSTÍVEL 55%
USO DE POSSÍVEIS SOBRAS DO ORÇAMENTO FAMILIAR: COMPRAR IMÓVEL 34%; REFORMAR A CASA 21%

IMPACTO DA INFLAÇÃO NO COTIDIANO DA POPULAÇÃO

Com relação à inflação, o **RADAR FEBRABAN** de dezembro mostra que a alta nos preços impacta na vida das pessoas da seguinte forma e com os seguintes destaques regionais:

- **Alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico** (69%): 71% no Norte e 70% no Sudeste.
- **Combustível** (42%): 55% no Sul e 53% no Centro-Oeste.
- **Serviços de saúde e remédios** (19%): 23% no Sudeste.
- **Juros do cartão de crédito, financiamento e empréstimo** (8%): 9% no Nordeste e outros 9% no Sudeste.
- **Passagem de transporte público** (6%): 7% no Nordeste e outros 7% no Sudeste.
- **Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação** (5%): 7% no Centro-Oeste.
- **Compra de veículos e imóveis** (4%): 5% no Sudeste e Centro-Oeste.
- **Compra de móveis e eletrodomésticos** (2%): 4% no Nordeste.
- **Planos de viagem** (1%): 4% no Centro Oeste.
- Não está impactando/Nenhuma das opções (2%): 4% no Sul.

IMPACTO DA INFLAÇÃO NO COTIDIANO DA POPULAÇÃO

ASPECTOS DA VIDA ONDE A INFLAÇÃO ESTÁ IMPACTANDO MAIS (%)

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	69	71	69	70	64	67
Preço do combustível	42	51	37	37	53	55
Pagamento de serviços de saúde e remédios	19	8	17	23	19	17
Juros do cartão de crédito, financiamento e empréstimo	8	6	9	9	7	7
Valor da passagem de transporte público	6	4	7	7	4	2
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	5	3	6	5	7	4
Planos de compra de veículos e imóveis	4	1	2	5	5	4
Planos de compra de móveis e eletrodomésticos	2	1	4	2	2	1
Planos de viagem	1	1	1	1	4	1
Não está impactando/ Nenhum deles	2	0	3	2	-	4
Outros	2	0	1	2	1	2
Não sabe/Não respondeu	3	5	4	2	3	2

IMPACTO DA INFLAÇÃO NO COTIDIANO DA POPULAÇÃO

A confiança nos bancos aparece no **RADAR FEBRABAN** também no que concerne à preferência por investimentos. No total do país, 40% dos entrevistados pensam em investimento bancário caso tenham uma folga financeira, seja em poupança (18%) ou em outros investimentos (22%). No Sudeste, 26% afirmaram que aplicariam em outros investimentos bancário e, no Nordeste, 20% optariam pela tradicional poupança. No Norte, 39% preferem investir em imóveis – a média nacional é de 35%. O desejo de reformar a casa é igual no Sudeste e Centro-Oeste (20%); e ainda 21% dos nordestinos preferem fazer cursos e melhorar a educação sua e da família.

Fazer ou melhorar o plano de saúde é prioridade para 16% dos sulistas, população que também se destaca entre os que preferem viajar (15%). Não há grandes oscilações entre uma região e outra sobre o desejo de comprar carro, moto, eletroeletrônico ou fazer seguros de carro, vida ou casa. Todos esses itens compõem no levantamento de dezembro abaixo de 10%.

EXPECTATIVA DE INVESTIMENTO EM CASO DE MELHORA DA SITUAÇÃO FINANCEIRA E SOBRES DO ORÇAMENTO DOMÉSTICO

Múltiplas respostas (%)

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Comprar imóvel	35	39	36	36	26	34
Aplicar em outros investimentos bancários	22	23	19	26	20	19
Aplicar na poupança	18	16	20	18	15	14
Reformar a casa	18	11	16	20	20	21
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	17	16	21	14	14	17
Fazer ou melhorar o plano de saúde	13	3	12	14	13	16
Viajar	10	10	9	9	12	15
Comprar carro	7	10	6	7	5	6
Comprar moto	3	2	3	4	6	2
Comprar eletrodomésticos e eletrônicos	2	1	3	3	1	2
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	1	0	1	1	1	-
Outros	3	1	3	2	10	1

2

PERCEÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS
BANCOS PARA O PAÍS E A
POPULAÇÃO

CONFIANÇA E PERCEÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA O PAÍS E A POPULAÇÃO

CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES:

BANCOS (55%); EMPRESAS PRIVADAS (51%); FINTECHS (47%)

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS

PARA: O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA 60%; A GERAÇÃO DE EMPREGOS 48%; A QUALIDADE DE VIDA 42%; O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVIRUS 57%

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DOS BANCOS: 67%

CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES:

BANCOS (53%); EMPRESAS PRIVADAS (47%); FINTECHS (55%)

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS

PARA: O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA 57%; A GERAÇÃO DE EMPREGOS 51%; A QUALIDADE DE VIDA 46%; O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVIRUS 55%

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DOS BANCOS: 62%



CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES:

BANCOS (58%); EMPRESAS PRIVADAS (50%); FINTECHS (52%)

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA:

O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA 51%; A GERAÇÃO DE EMPREGOS 57%; A QUALIDADE DE VIDA 53%; O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVIRUS 57%

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DOS BANCOS: 72%

CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES:

BANCOS (61%); EMPRESAS PRIVADAS (56%); FINTECHS (61%)

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS PARA:

O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA 61%; A GERAÇÃO DE EMPREGOS 52%; A QUALIDADE DE VIDA 50%; O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVIRUS 62%

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DOS BANCOS: 74%

CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES:

BANCOS (60%); EMPRESAS PRIVADAS (66%); FINTECHS (52%)

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS

PARA: O DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA 54%; A GERAÇÃO DE EMPREGOS 44%; A QUALIDADE DE VIDA 46%; O ENFRENTAMENTO DA CRISE DO CORONAVIRUS 53%

SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO DOS BANCOS: 76%

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

A credibilidade dos bancos atualmente entre os brasileiros está próxima ao patamar de 60%, sendo maior no Sudeste (61%) e no Sul (60%), e menor no Nordeste (53%). O Sul também se sobressai quanto à confiança nas empresas privadas (66%), ao passo que 47% dos nordestinos não confiam nessas instituições. É no Nordeste onde se registra o maior número de pessoas que não confia nas fintechs (35%), enquanto 61% dos moradores no Sudeste confiam.

CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES (%)

REGIÃO	INSTITUIÇÃO	TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
BANCOS	Confia	58	55	53	61	58	60
	Não confia	36	32	41	34	38	33
	Não sabe/Não respondeu	6	13	5	5	5	7
EMPRESAS PRIVADAS	Confia	54	51	47	56	50	66
	Não confia	36	31	45	33	36	26
	Não sabe/Não respondeu	10	16	8	11	14	8
FINTECHS	Confia	56	47	55	61	52	52
	Não confia	33	34	35	31	34	34
	Não sabe/Não respondeu	11	17	11	8	15	14

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

Para 61% dos entrevistados do Sudeste, as instituições bancárias contribuem para o desenvolvimento da economia brasileira. Esse percentual também está na casa dos 60% na região Norte. Quanto à ajuda que as instituições bancárias dão para a geração de emprego, mais da metade da população do Centro-Oeste, do Sudeste e do Nordeste opinam que contribuem positivamente – 57%, 52% e 51%, respectivamente.

Sobre a melhoria da qualidade de vida das pessoas, 53% dos que moram no Centro-Oeste apontam uma ajuda positiva por parte do setor bancário, número um pouco acima dos 50% que têm essa percepção no Sudeste.

Já para 62% dos moradores do Sudeste, os bancos têm ajudado positivamente o Brasil a enfrentar a crise sanitária da Covid-19. Nas demais regiões esse reconhecimento também aparece acima de 50%: Norte (57%), Centro-Oeste (57%), Nordeste (55%) e Sul (53%).

CONTRIBUIÇÃO DOS BANCOS NAS DIVERSAS ÁREAS (%)

REGIÃO	CONTRIBUIÇÃO (%)	TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
DESENVOLVIMENTO DA ECONOMIA BRASILEIRA	Contribuição positiva	58	60	57	61	51	54
	Contribuição negativa	17	21	15	17	20	16
	Neutra	15	8	15	14	21	18
GERAÇÃO DE EMPREGOS NO BRASIL	Contribuição positiva	51	48	51	52	57	44
	Contribuição negativa	19	22	17	19	16	23
	Neutra	20	12	20	21	20	19
MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA DAS PESSOAS	Contribuição positiva	48	42	46	50	53	46
	Contribuição negativa	18	26	15	19	16	19
	Neutra	23	14	28	23	22	20
AJUDA AO PAÍS, À POPULAÇÃO E AOS SEUS CLIENTES PARA ENFRENTAREM A CRISE DO CORONAVÍRUS	Contribuição positiva	58	57	55	62	57	53
	Contribuição negativa	16	17	19	14	14	17
	Neutra	16	13	15	17	20	16

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

Sobre a satisfação dos brasileiros bancarizados em relação ao atendimento prestado pelos bancos, o contentamento é maior no Sul (76%) e Sudeste (74%), e menor no Nordeste, ainda assim elevado (62%).

NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM O ATENDIMENTO PRESTADO PELOS BANCOS (%) – População bancarizada

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Muito satisfeito/ Satisfeito	70	67	62	74	72	76
Insatisfeito/ Muito insatisfeito	27	31	33	24	22	23
Não sabe/Não respondeu	3	3	5	2	6	1

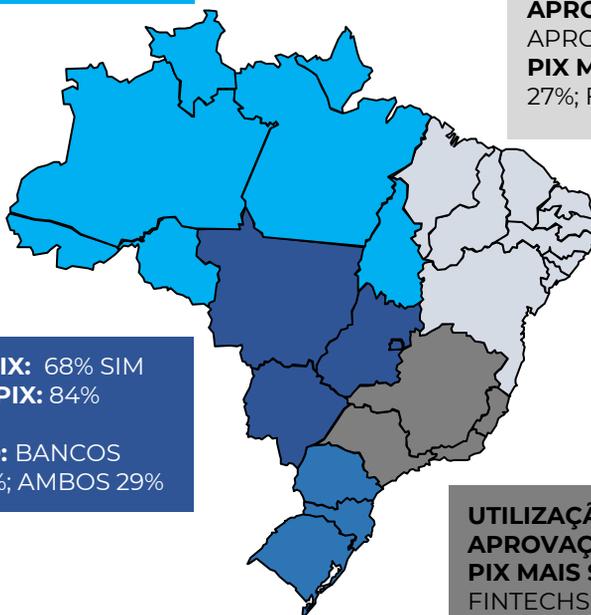
3

USO E OPINIÃO SOBRE O PIX

PIX

UTILIZAÇÃO DO PIX: 68% SIM
APROVAÇÃO DO PIX: 86% APROVAM
PIX MAIS SEGURO: BANCOS 35%;
 FINTECHS 20%; AMBOS 24%

UTILIZAÇÃO DO PIX: 67% SIM
APROVAÇÃO DO PIX: 84% APROVAM
PIX MAIS SEGURO: BANCOS 27%;
 FINTECHS 18%; AMBOS 35%



UTILIZAÇÃO DO PIX: 68% SIM
APROVAÇÃO DO PIX: 84% APROVAM
PIX MAIS SEGURO: BANCOS 38%;
 FINTECHS 21%; AMBOS 29%

UTILIZAÇÃO DO PIX: 78% SIM
APROVAÇÃO DO PIX: 87% APROVA
PIX MAIS SEGURO: BANCOS 32%;
 FINTECHS 19%; AMBOS 35%

UTILIZAÇÃO DO PIX: 64% SIM
APROVAÇÃO DO PIX: 84% APROVAM
PIX MAIS SEGURO: BANCOS 36%;
 FINTECHS 13%; AMBOS 30%

PIX

A alta adesão dos brasileiros ao PIX (71%), que acaba de completar um ano, é ainda maior no Sudeste (78%), região que também tem o maior índice de aprovação ao serviço (87%). Os números de adesão ao sistema de pagamentos instantâneos também são expressivos nas demais regiões (acima de 60%). E quanto à aprovação, acima de 80% nas cinco regiões.

A percepção sobre a segurança do PIX através dos bancos é quase o dobro que o das fintechs (placar de 32% a 18%, no país). No Centro-Oeste está a maior atribuição de segurança ao PIX dos bancos (38%), seguida de Sul (36%) e Norte (35%), sendo mais baixa no Nordeste (27%). Quanto à segurança no PIX das fintechs, os percentuais ficam no patamar de 20% no Centro –Oeste (21%) e no Norte (20%).

UTILIZAÇÃO DO PIX (%)

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	71	68	67	78	68	64
Não	28	31	32	22	32	32
Não sabe/Não respondeu	1	1	2	0	0	4

APROVAÇÃO DO PIX (%)

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	85	86	84	87	84	84
Desaprova	10	9	8	12	10	8
Não sabe/Não respondeu	5	5	8	1	5	8

QUEM OFERECE O PIX MAIS SEGURO (%)

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Os bancos	32	35	27	32	38	36
As fintechs/bancos digitais	18	20	18	19	21	13
Ambos (ESPONTÂNEA)	32	24	35	35	29	30
Não sabe/Não respondeu	18	21	20	15	12	22

4

GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES

GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES ONLINE

VÍTIMA DE GOLPE/TENTATIVA: 20% SIM
(QUEM FOI VÍTIMA) CAIU OU NÃO NO GOLPE: SOFREU TENTATIVA MAS NÃO CAIU: 69%; CAIU E PERDEU DINHEIRO 31%

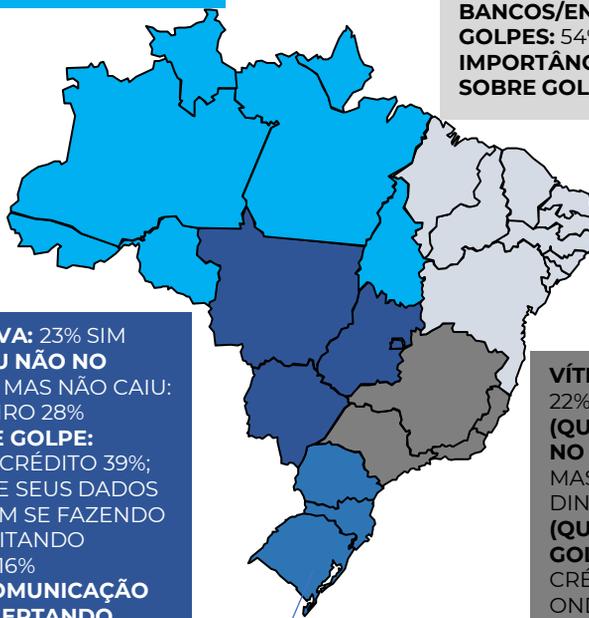
(QUEM FOI VÍTIMA) TIPO DE GOLPE: CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO 47%; CENTRAL FALSA ONDE PEDE SEUS DADOS POR TELEFONE 27%; ALGUÉM SE FAZENDO POR UM CONHECIDO SOLICITANDO DINHEIRO POR WHATSAPP 49%

RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES: 46% SIM
IMPORTÂNCIA MATERIAL COMUNICAÇÃO SOBRE GOLPES: 97% SIM

VÍTIMA DE GOLPE/TENTATIVA: 19% SIM
(QUEM FOI VÍTIMA) CAIU OU NÃO NO GOLPE: SOFREU TENTATIVA MAS NÃO CAIU: 66%; CAIU E PERDEU DINHEIRO 36%

(QUEM FOI VÍTIMA) TIPO DE GOLPE: CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO 46%; CENTRAL FALSA ONDE PEDE SEUS DADOS POR TELEFONE 26%; ALGUÉM SE FAZENDO POR UM CONHECIDO SOLICITANDO DINHEIRO POR WHATSAPP 30%

RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES: 54% SIM
IMPORTÂNCIA MATERIAL COMUNICAÇÃO SOBRE GOLPES: 99% SIM



VÍTIMA DE GOLPE/TENTATIVA: 23% SIM
(QUEM FOI VÍTIMA) CAIU OU NÃO NO GOLPE: SOFREU TENTATIVA MAS NÃO CAIU: 72%; CAIU E PERDEU DINHEIRO 28%

(QUEM FOI VÍTIMA) TIPO DE GOLPE: CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO 39%; CENTRAL FALSA ONDE PEDE SEUS DADOS POR TELEFONE 45%; ALGUÉM SE FAZENDO POR UM CONHECIDO SOLICITANDO DINHEIRO POR WHATSAPP 16%

RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES: 56% SIM
IMPORTÂNCIA MATERIAL COMUNICAÇÃO SOBRE GOLPES: 94% SIM

VÍTIMA DE GOLPE/TENTATIVA: : 22% SIM

(QUEM FOI VÍTIMA) CAIU OU NÃO NO GOLPE: SOFREU TENTATIVA MAS NÃO CAIU: 67%; CAIU E PERDEU DINHEIRO 32%

(QUEM FOI VÍTIMA) TIPO DE GOLPE: CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO 49%; CENTRAL FALSA ONDE PEDE SEUS DADOS POR TELEFONE 29%; ALGUÉM SE FAZENDO POR UM CONHECIDO SOLICITANDO DINHEIRO POR WHATSAPP 16%

RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES: 61% SIM
IMPORTÂNCIA MATERIAL COMUNICAÇÃO SOBRE GOLPES: 94% SIM

VÍTIMA DE GOLPE/TENTATIVA: 26% SIM
(QUEM FOI VÍTIMA) CAIU OU NÃO NO GOLPE: SOFREU TENTATIVA MAS NÃO CAIU: 77%; CAIU E PERDEU DINHEIRO 22%

(QUEM FOI VÍTIMA) TIPO DE GOLPE: CLONAGEM DE CARTÃO DE CRÉDITO 56%; CENTRAL FALSA ONDE PEDE SEUS DADOS POR TELEFONE 19%; ALGUÉM SE FAZENDO POR UM CONHECIDO SOLICITANDO DINHEIRO POR WHATSAPP 29%

RECEBEU MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO DE BANCOS/ENTIDADES ALERTANDO SOBRE GOLPES: 52% SIM
IMPORTÂNCIA MATERIAL COMUNICAÇÃO SOBRE GOLPES: 97% SIM

GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES ONLINE

Grande parte dos entrevistados nunca foi vítima de algum tipo de golpe ou tentativa de golpe envolvendo sua conta em banco, percentual maior no Nordeste (80%). Mas é significativo o contingente de vítimas (22% no país), sobretudo na região Sul (26%).

VÍTIMA DE GOLPE / TENTATIVA DE GOLPE (%)

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	22	20	19	22	23	26
Não	76	77	80	77	77	67
Não sabe/Não respondeu	2	4	1	1	1	6

Dentre os que foram vítimas ou sofreram tentativa de golpe, quase sete em cada dez (69%) entrevistados declaram não ter caído no golpe, chegando esse número a 77% no Sul. Já um terço dos brasileiros afirma ter perdido dinheiro em golpes, sendo o maior percentual no Nordeste (33%).

- PARA QUEM SOFREU GOLPE/TENTATIVA DE GOLPE -

CAIU NO GOLPE OU NÃO? (%)

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Já sofreu uma tentativa de golpe, mas não caiu	69	69	66	67	72	77
Já sofreu uma tentativa de golpe, caiu e perdeu dinheiro	30	31	33	32	28	22
Não respondeu	1	0	1	1	1	1

GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES ONLINE

Dos golpes mais comuns, 56% dos sulistas já foram vítimas de clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões, assim como 49% dos que moram no Sudeste e 46% dos nordestinos; 45% dos moradores do Centro-Oeste caíram na fraude da central falsa (em que alguém pede dados pessoais por telefone); e 49% dos nortistas acreditaram em pessoas que se passaram por conhecidos solicitando dinheiro por WhatsApp; nessa região outra parcela elevada (47%) caiu no golpe da clonagem/troca de cartão de crédito.

- PARA QUEM SOFREU GOLPE/TENTATIVA DE GOLPE -

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE QUE SE ENVOLVEU (%)

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	48	47	46	49	39	56
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	28	27	26	29	45	19
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	24	49	30	16	16	29
Golpe do leilão ou da loja virtual falsa	5	0	5	4	6	5
OUTRO	3	0	2	6	1	2
Não lembra/Não respondeu	3	0	6	2	1	2

GOLPES/TENTATIVAS DE GOLPES ONLINE

No que se refere à prevenção de golpes, no Sudeste 61% já receberam algum tipo de material, seja de banco ou outra entidade, alertando sobre esses tipos de crimes envolvendo instituições financeiras. Já no Norte, 52% dos entrevistados nunca receberam material orientando sobre golpes que envolvem o setor bancário.

Em todas as regiões, é superlativo o número de pessoas que consideraram o material de alerta/orientação útil para evitar a fraude, chegando a 99% no Nordeste.

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

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	56	46	54	61	56	52
Não	41	52	44	37	42	42
Não sabe/Não respondeu	3	2	2	2	2	5

- PARA QUEM RECEBEU MATERIAL -

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

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	96	97	99	94	94	97
Não	3	2	1	5	6	2
Não sabe/Não respondeu	1	1	0	1	0	1

RADAR FEBRABAN 2021

(Expectativas dos Consumidores)
Recorte Regional

Dezembro de 2021

Contato IPESPE
Marcela Montenegro
Diretora Executiva
marcelam@ipespe.org.br
+55 (81) 21230855

Febraban
news

