

# FEBRABAN



**IPESPE**  
38 ANOS



## **RADAR FEBRABAN**

Junho 2025

### **PESQUISA TRIMESTRAL**

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

# SOBRE O RADAR FEBRABAN

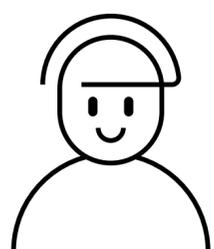
## Metodologia

- 1 Período** 12 a 20 de Junho 2025.
- 2 Universo** População brasileira de 18 anos e mais, de todas as regiões do país (IBGE 2022).
- 3 Amostra** 2.000 entrevistados, representativa do universo mencionado, com cotas de sexo, idade e região, e controle de instrução e renda.
- 4 Método** CATI - Computer Assisted Telephone Interview, com aplicação de entrevistas por equipes de pesquisadores; e complementação online de cotas.
- 5 Arredondamentos** Os percentuais que não totalizam 100% são decorrentes de arredondamento ou de múltiplas alternativas de resposta.
- 6 Margem de erro para o total da amostra** 2.2 pontos percentuais para mais ou para menos, com intervalo de confiança de 95,5%. Para os segmentos, essa margem varia segundo os respectivos tamanhos das subamostras, conforme tabela abaixo.

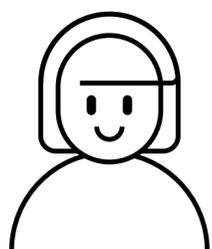
TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6.0	8.0	9.2	9.8	10.0	9.8	9.2	8.0	6.0
200 entrevistas	4.3	5.7	6.5	7.0	7.1	7.0	6.5	5.7	4.3
400 entrevistas	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0	4.9	4.6	4.0	3.0
500 entrevistas	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5	4.4	4.1	3.6	2.7
800 entrevistas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



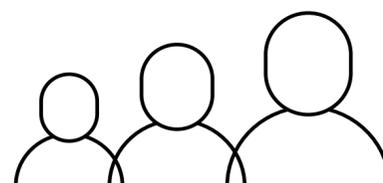
MASCULINO  
47%



FEMININO  
53%

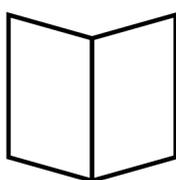
## IDADE

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



## INSTRUÇÃO

ATÉ FUNDAMENTAL	40%
ENSINO MÉDIO	38%
SUPERIOR	22%

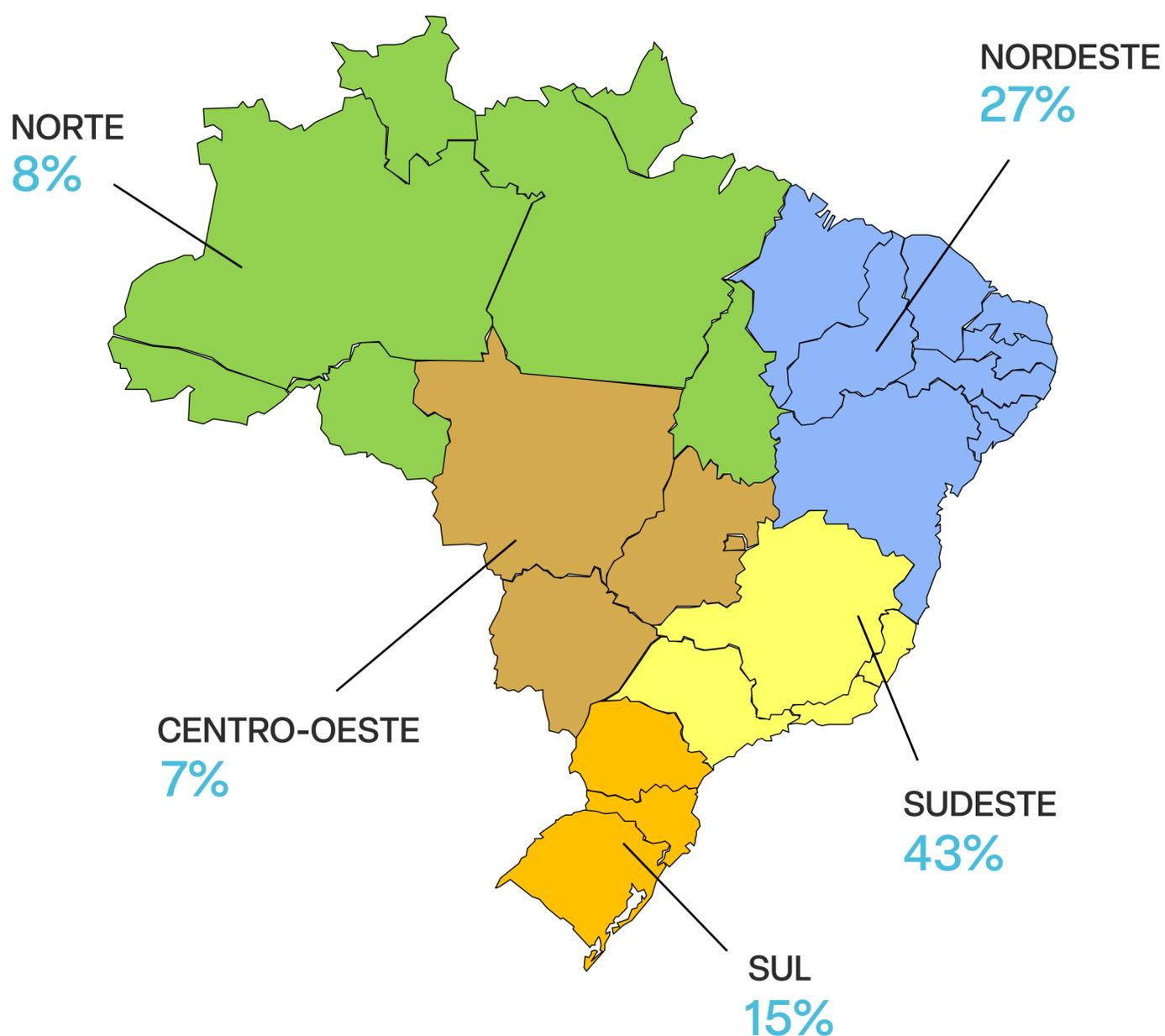


## RENDA FAMILIAR

ATÉ 2 SM	47%
DE 2 A 5 SM	31%
MAIS DE 5 SM	22%



## REGIÃO





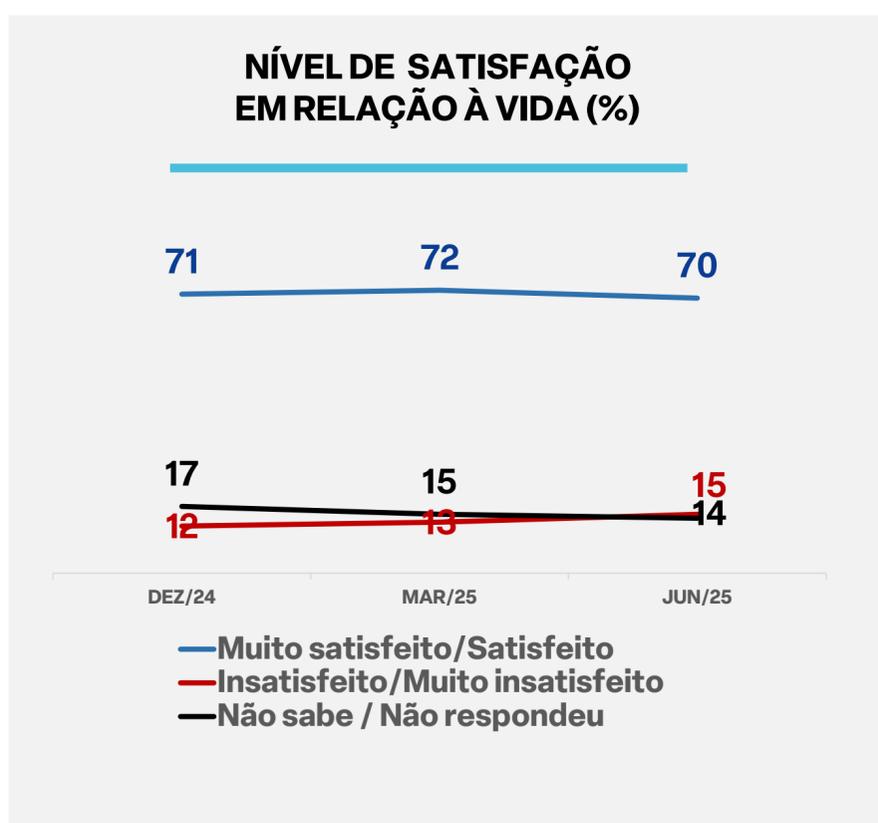
# **/ 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO A 2025**

# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO A 2025

**Satisfação com a vida pessoal e familiar fica estável em patamar elevado.**

**Sete em cada 10 brasileiros declaram-se satisfeitos com sua vida pessoal e familiar.**

Nesta edição do Radar, o percentual de brasileiros que se declaram muito satisfeitos ou satisfeitos oscilou de 72% para 70% entre março e junho, registrando uma estabilidade desde dezembro/2024 em patamar elevado.



Algumas diferenças no nível de satisfação pessoal – acima da margem de erro do total da amostra – são observadas entre os segmentos sociodemográficos. As mulheres mostram-se um pouco mais satisfeitas que os homens (72% contra 68%). Por faixa etária, a satisfação mais alta está nas faixas intermediárias (25 a 44 anos: 71%; 45 a 59 anos: 72%), caindo para 62% entre os que têm 60 anos ou mais.

No recorte por renda, verifica-se que a satisfação aumenta conforme se eleva o poder aquisitivo e o grau de instrução. Entre os que possuem renda superior a 5 SM, 79% estão satisfeitos, frente a 67% entre os que têm até 2 SM. Quanto à escolaridade, observa-se a mesma tendência: 79% dos entrevistados com formação universitária se dizem satisfeitos, comparados a 67% do que cursaram até o ensino fundamental.

Regionalmente, os índices mais altos estão no Sul e no Norte (72% em ambas as regiões), enquanto o Sudeste apresenta o menor nível de satisfação, com 69%.

# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO A 2025

## NÍVEL DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO À VIDA (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Muito satisfeito/Satisfeito	70	72	68	69	71	72	62
Insatisfeito/Muito insatisfeito	15	15	16	12	15	15	19
Não sabe / Não respondeu	14	13	17	18	14	13	18

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Muito satisfeito/Satisfeito	70	67	68	79	67	68	79
Insatisfeito/Muito insatisfeito	15	18	17	8	17	17	8
Não sabe / Não respondeu	14	15	15	13	15	15	13

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Muito satisfeito/Satisfeito	70	72	70	69	70	72
Insatisfeito/Muito insatisfeito	15	16	16	15	14	14
Não sabe / Não respondeu	14	13	14	16	15	15

Pergunta: Qual o seu nível de satisfação em relação à vida que o(a) Sr(a) vem levando, o(a) Sr(a) diria que está: (ESTIMULADA)

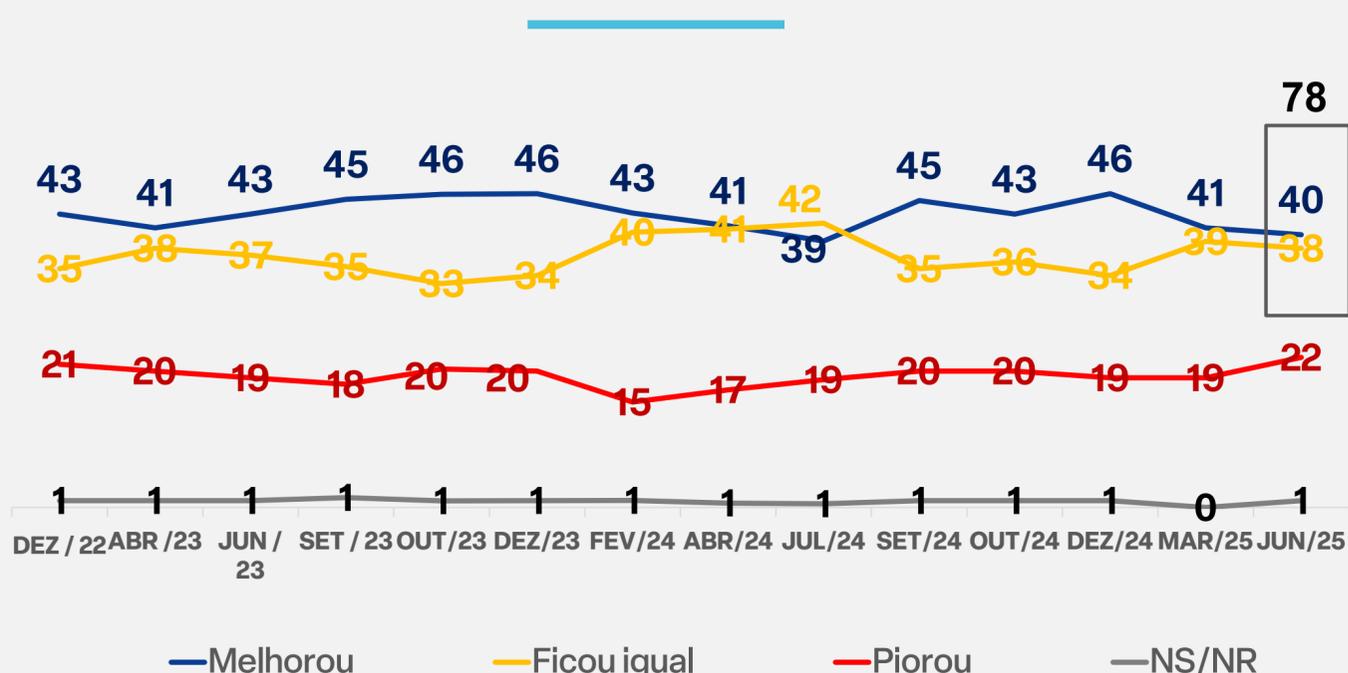
# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025

No balanço do primeiro semestre de 2025, a percepção sobre a evolução da vida pessoal e familiar também é positiva.

A grande maioria dos entrevistados (78%) avalia que a vida melhorou (40%) ou ficou igual (38%) em relação ao ano anterior.

Por outro lado, a percepção de piora, que era de 19% em março, variou três pontos, e agora é 22%.

PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2025 COMPARADO A 2024 (%)



A percepção de melhora na vida pessoal e da família tem variações mais expressivas por idade. Enquanto no grupo de 18 a 24 anos cerca de metade (51%) aponta melhora, esse percentual é de 28% entre os que têm 60 anos ou mais.

A relação entre renda e percepção positiva é evidente: 47% dos que ganham mais de 5 SM afirmam que a vida melhorou, frente a 40% entre aqueles com renda até 2 SM e 35% na faixa de 2 a 5 SM. Quanto à escolaridade, a percepção de melhora vai de 47% entre os que possuem ensino superior a 39% entre os que estudaram até o fundamental.

Na regiões, Norte e Nordeste lideram a opinião positiva (45%), enquanto o Sul registra o menor índice (31%).

# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025

## PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2025 COMPARADO A 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorou	40	39	41	51	43	33	28
Ficou igual	38	38	38	29	37	42	42
Piorou	22	23	21	19	20	24	30
NS / NR	1	0	1	2	0	0	0

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorou	40	39	37	47	40	35	47
Ficou igual	38	38	38	36	36	41	36
Piorou	22	22	25	17	23	24	17
NS / NR	1	1	0	0	1	0	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorou	40	45	45	39	36	31
Ficou igual	38	34	38	38	40	36
Piorou	22	20	17	22	21	32
NS / NR	1	2	0		2	1

Pergunta: De modo geral, o(a) Sr(a) diria que nesses quase seis de 2025 sua vida e de sua família melhorou, ficou igual ou piorou comparando com 2024?

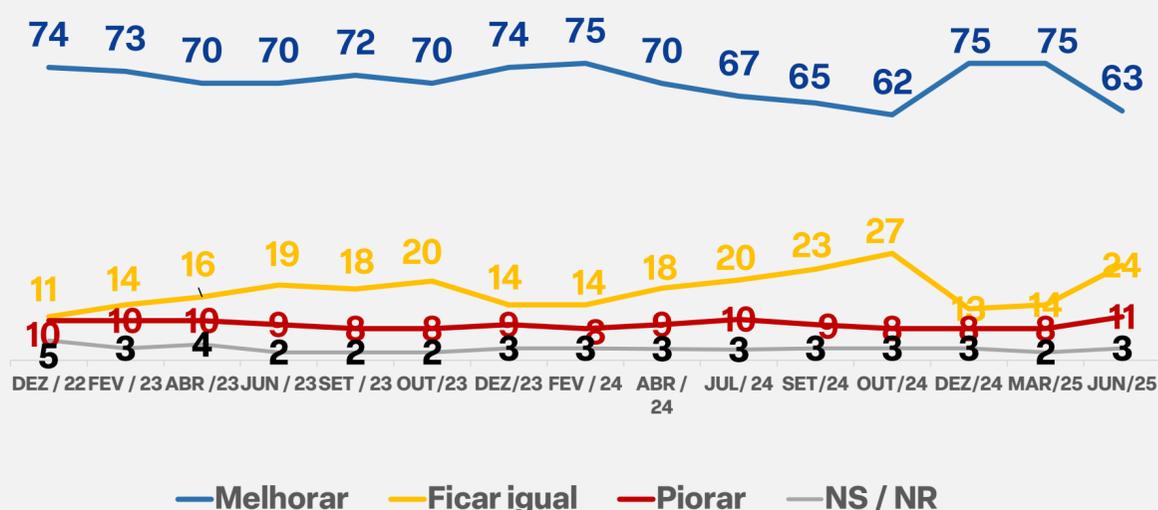
# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025

À medida que o tempo passa e finda o primeiro semestre, vai diminuindo a expectativa de melhora na vida e aumenta a percepção de que fica tudo igual.

Permanece majoritária a parcela (63%) que acredita em melhoria no segundo semestre, embora seja um número bem inferior aos 75% registrados na edição anterior, praticamente retornando à marca de outubro de 2024.

Os que projetam estabilidade cresceram de 14% para 24%, enquanto a parcela que prevê piora oscilou de 8% para 11%.

**EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR NO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025 (%)**



Nesse quesito, as mulheres estão mais otimistas que os homens (respectivamente 66% e 59%). Novamente registra-se um grande gap na variável etária. Entre os jovens de 18 a 24 anos, 76% acreditam que a vida irá melhorar, enquanto entre os que têm 60 anos ou mais a expectativa favorável é de 46%.

O otimismo quanto ao restante do ano no âmbito pessoal e familiar cresce conforme a renda, variando de 61% entre os que ganham até 5 SM para 68% na faixas de renda mais alta. Em termos de escolaridade, o padrão se repete: a expectativa de melhora é de 62% entre os que estudaram até o fundamental chegando a 67% no nível superior.

No recorte regional, o Norte apresenta o maior índice de otimismo (74%), seguido do Nordeste (66%), enquanto o Sul registra o menor (57%), única região abaixo dos 60%.

# 1. VIDA PESSOAL E FAMILIAR E EXPECTATIVA EM RELAÇÃO AO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025

## EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR NO SEGUNDO SEMESTRE DE 2025 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	63	59	66	76	67	55	46
Ficar igual	24	25	23	18	23	27	28
Piorar	11	14	8	4	9	14	21
NS / NR	3	2	3	2	1	4	5

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	63	61	61	68	62	61	67
Ficar igual	24	23	26	22	22	27	23
Piorar	11	11	11	9	12	11	9
NS / NR	3	5	2	1	4	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	63	74	66	61	60	57
Ficar igual	24	18	24	25	19	24
Piorar	11	7	8	11	15	17
NS / NR	3	1	3	3	5	2



## **/ 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS**

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

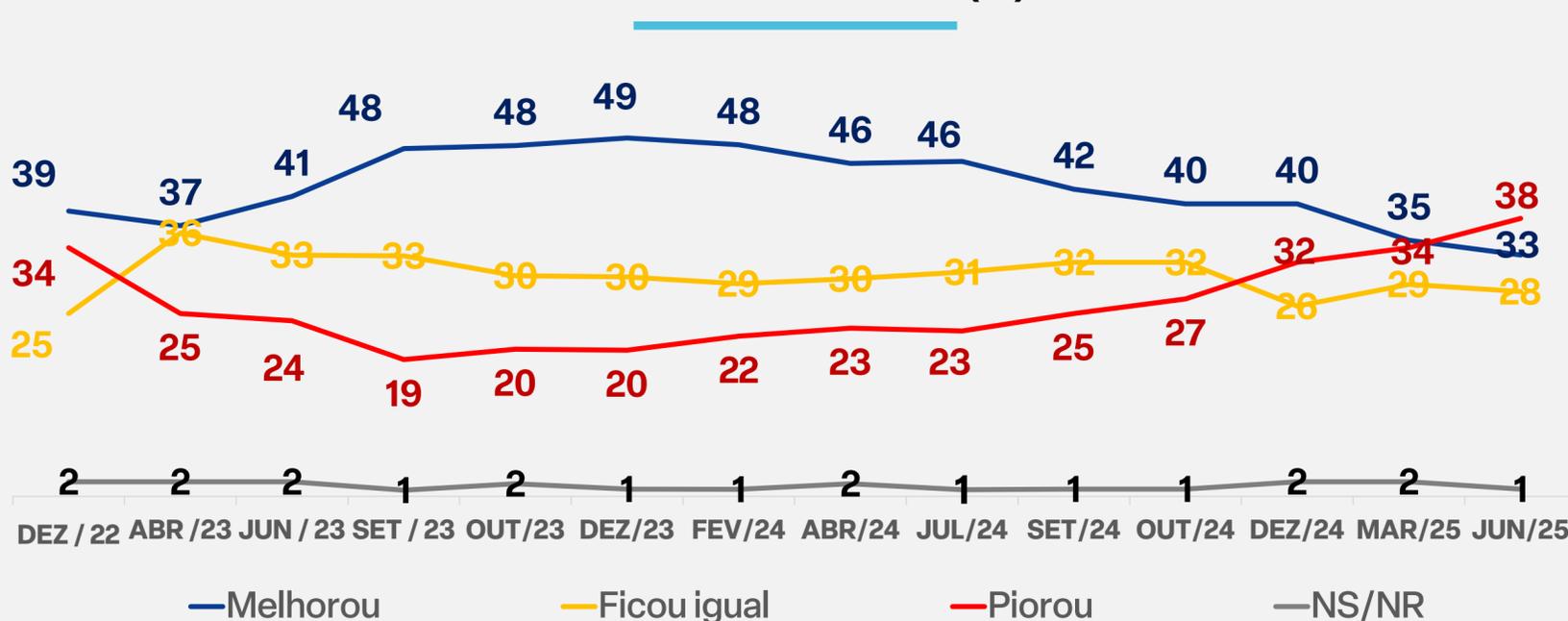
### Sob impacto das discussões sobre IOF, cresce a expectativa de aumento de impostos.

No segundo trimestre, as notícias sobre o cenário econômico nacional destacaram a taxa Selic em 15%, maior nível desde 2006, o encarecimento do crédito, a alta da energia elétrica e o aumento dos custos com habitação. Além disso, foram anunciados diversos ajustes tributários, incluindo mudanças no IOF, no Imposto de Renda sobre investimentos, novas taxas sobre apostas e a redução de benefícios fiscais. Esse conjunto de fatores afetou o humor da população, com discreto recuo nas opiniões positivas sobre o país.

Na percepção evolutiva sobre o país, a opinião de que o Brasil melhorou em comparação com o ano passado oscilou dentro da margem de erro, passando de 35% para 33% entre março e junho. No sentido oposto, o percentual que considera que o país piorou subiu quatro pontos, de 34% para 38% no período.

O grupo que avalia que o país continuou igual em relação a 2024 permaneceu praticamente estável: 28% em junho, ante 29% em março.

**PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DO PAÍS EM 2025  
COMPARADO A 2024 (%)**



## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

Observando os segmentos sociodemográficos, nota-se que, embora homens e mulheres praticamente empatem na percepção de que o país melhorou (33% e 32%, respectivamente), a percepção de piora é maior no segmento masculino (42%) do que no feminino (34%).

Entre os grupos etários, a percepção de melhora cai conforme a idade, chegando a 36% entre os jovens de 18 a 24 anos e baixando para 31% nas faixas a partir de 45 anos.

Quanto à instrução e à renda, os estratos intermediários (ensino médio e entre 2 a 5 SM) são as que apresentam percepção menos favorável, com percentual de piora em torno de 45%.

No recorte regional, as opiniões são mais positivas no Norte e Nordeste (36% e 37%, respectivamente, percebem melhora) e menos no Sul (26%).

### PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DO PAÍS EM 2025, COMPARADO A 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorou	33	33	32	36	33	31	31
Ficou igual	28	24	32	33	29	25	25
Piorou	38	42	34	29	37	43	42
NS / NR	1	0	1	1	1	1	2

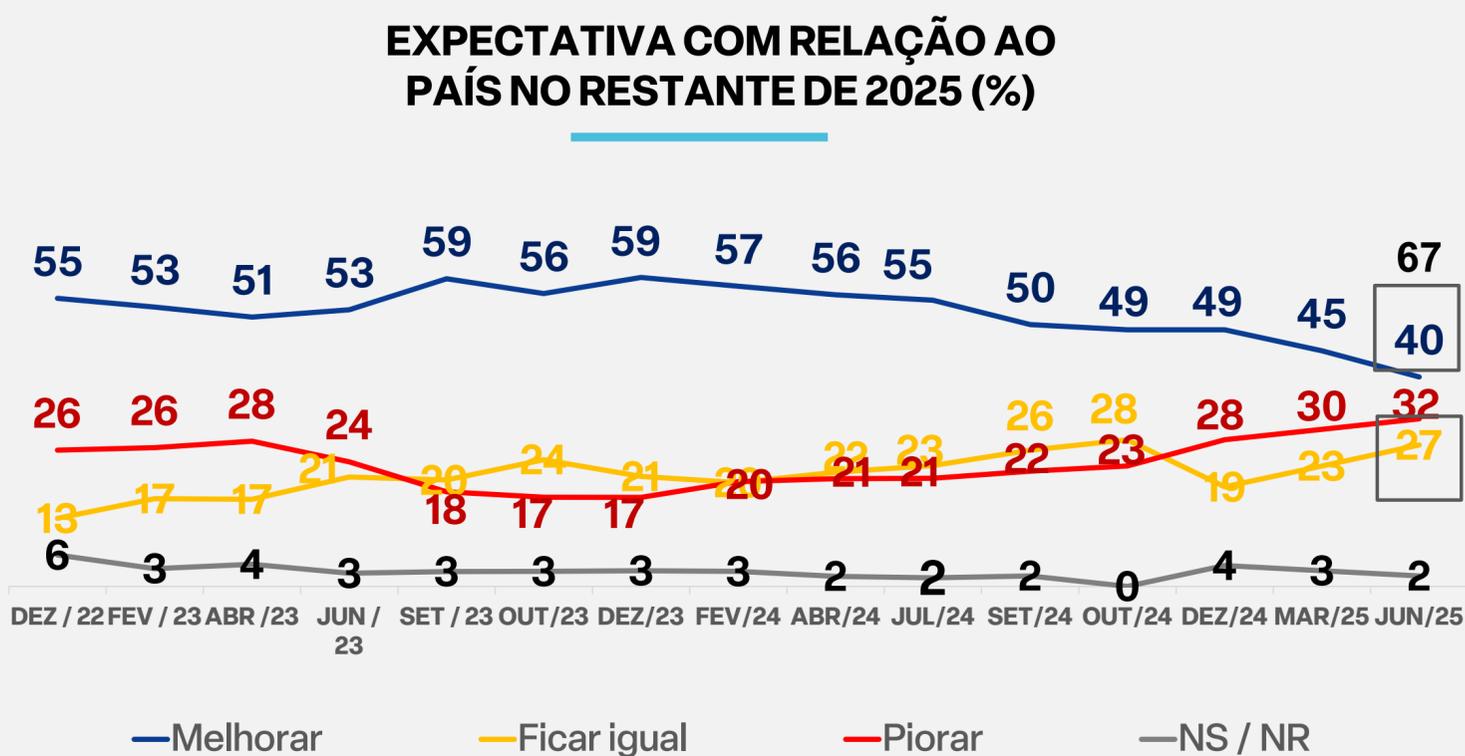
(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorou	33	36	29	34	34	29	34
Ficou igual	28	33	26	24	32	25	24
Piorou	38	30	44	41	32	45	41
NS / NR	1	1	1	0	1	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorou	33	36	37	32	35	26
Ficou igual	28	24	33	27	26	28
Piorou	38	38	30	41	36	45
NS / NR	1	2	0	1	3	1

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

Quanto às expectativas sobre o país para o restante de 2025, 67% apostam em melhora (40%) ou estabilidade (27%), semelhante aos 68% na onda anterior (melhorar: 45%; continuar como está: 23%).

Cerca de um terço (32%) preveem piora no próximo semestre, uma variação dentro dos limites da margem de erro em relação a março (30%). Note-se que a expectativa positiva recua mas, com a proximidade do segundo semestre do ano, aumenta sobretudo a perspectiva de que o país ficará igual.



Nesse quesito, embora os percentuais de homens (39%) e mulheres (40%) que apostam em uma melhora estejam próximos, a parcela de pessimistas é significativamente maior entre eles (37% contra 27%).

Do ponto de vista etário, os jovens de 18 a 24 anos destacam-se como o grupo mais otimista, com 41% prevendo um cenário mais favorável para o país. Em contrapartida, o pessimismo é mais acentuado nos segmentos de 45 a 59 anos (37%) e de 60 anos ou mais (36%).

Na leitura por escolaridade, a expectativa de piora é mais expressiva entre aqueles com ensino médio (36%). Já os entrevistados com ensino superior aparecem como os mais confiantes na melhoria do país, com 41%.

No recorte por renda, o pessimismo predomina entre os que ganham entre 2 e 5 salários mínimos (34% projetam piora), enquanto o otimismo é mais elevado entre os que possuem renda superior a 5 salários mínimos (41%).

Regionalmente, Norte e Nordeste concentram as maiores expectativas positivas, com 44% dos entrevistados de cada uma dessas regiões prevendo melhora. Por outro lado, o Sul apresenta o maior percentual de pessimismo, com 40% esperando que a situação do país piore.

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### EXPECTATIVA COM RELAÇÃO AO PAÍS NO RESTANTE DE 2025 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	40	39	40	41	40	38	38
Ficar igual	27	24	30	30	30	23	23
Piorar	32	37	27	25	29	37	36
NS /NR	2	1	2	3	1	1	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	40	40	39	41	39	39	41
Ficar igual	27	28	25	30	26	26	31
Piorar	32	30	36	28	32	34	27
NS /NR	2	3	1	1	3	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	40	44	44	38	42	32
Ficar igual	27	20	28	29	24	27
Piorar	32	34	27	31	32	40
NS /NR	2	1	1	2	2	1

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

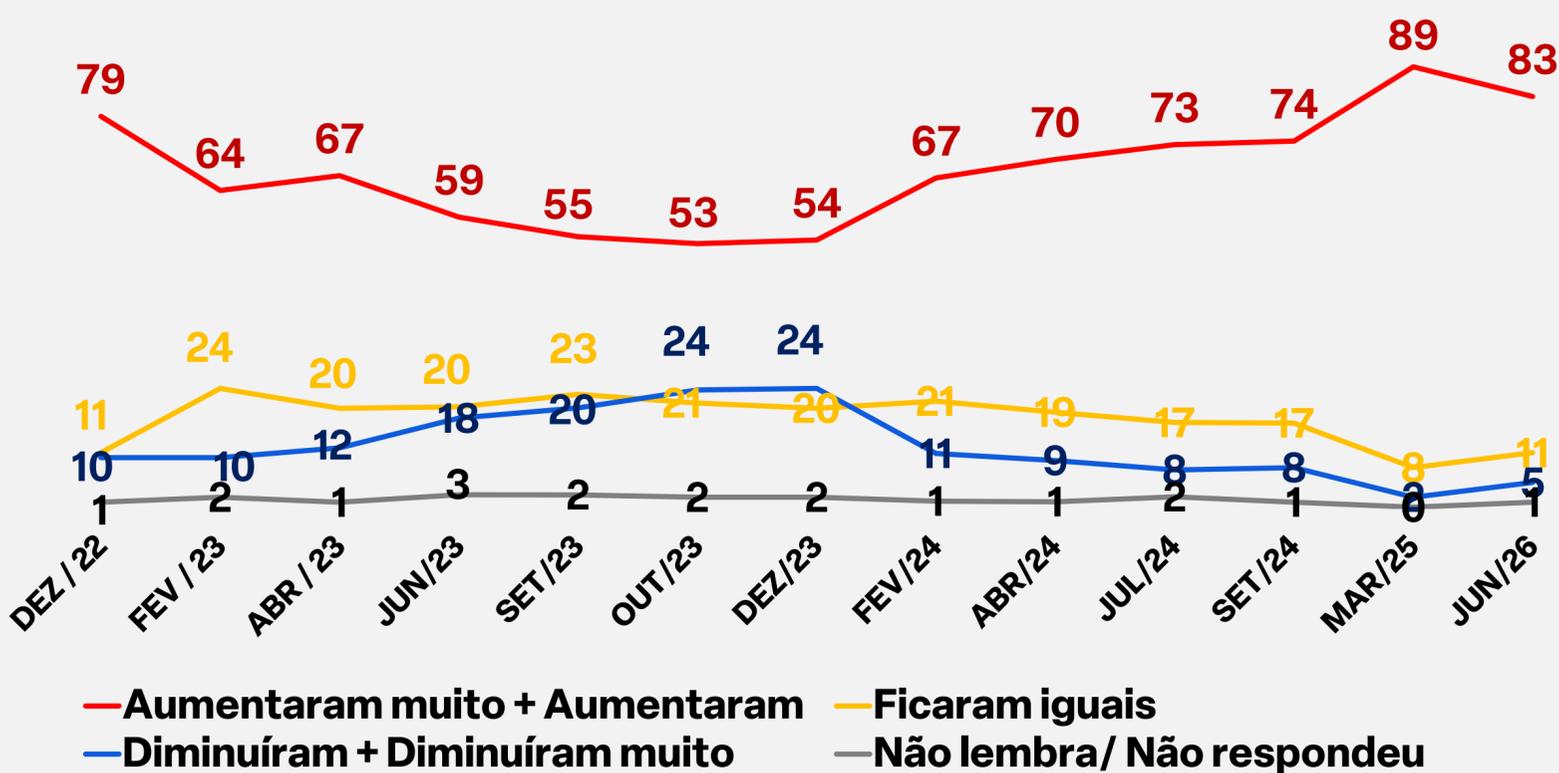
### Após salto em março, a percepção de alta dos preços recua.

Nesta edição do Radar, 83% dos entrevistados afirmam que os preços aumentaram muito ou aumentaram nos últimos seis meses. Esse resultado representa um recuo de seis pontos em relação a março e interrompe a linha ascendente registrada desde dezembro de 2023.

Embora ainda muito elevada, essa percepção vai ao encontro do último Boletim Focus, que indica melhora das expectativas do mercado financeiro em relação à inflação em 2025.

Aqueles que percebem estabilidade nos preços representam 11%, enquanto 5% acreditam que os preços diminuiriam nos últimos seis meses.

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



A percepção de aumento da inflação nos últimos seis meses é majoritária em todos os segmentos, mas apresenta algumas variações entre os estratos sociodemográficos.

As mulheres são as que mais percebem alta nos preços: 85% delas dizem que a inflação aumentou, frente a 80% dos homens.

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?

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

Na análise por faixa etária, os jovens de 18 a 24 anos registram a maior percepção de aumento (86%), enquanto o menor percentual aparece entre os entrevistados com 60 anos ou mais (74%).

Do ponto de vista educacional, destaca-se o grupo com ensino superior, onde 87% percebem aumento de preços, o percentual mais alto entre os níveis de escolaridade. A percepção de alta da inflação também é mais expressiva entre os que ganham acima de 5 SM (87%), superando as faixas de até 2 SM e de 2 a 5 SM (ambas com 82%).

Por região, Sudeste e Sul lideram a percepção de aumento de preços (ambas com 85%), seguidas pelo Centro-Oeste (83%). Norte e Nordeste registram os percentuais mais baixos, ambos com 79%, ainda assim bastante elevados.

### 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	83	80	85	86	83	84	74
Ficaram iguais	11	14	9	10	12	9	16
Diminuíram + Diminuíram muito	5	5	5	3	5	6	8
Não sabe / Não respondeu	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
Aumentaram muito + Aumentaram	83	82	82	87	82	82	87
Ficaram iguais	11	11	13	8	12	13	8
Diminuíram + Diminuíram muito	5	6	5	5	6	5	5
Não sabe / Não respondeu	1	1	0	0	1	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aumentaram muito + Aumentaram	83	79	79	85	83	85
Ficaram iguais	11	14	13	10	12	11
Diminuíram + Diminuíram muito	5	6	7	4	5	3
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	0	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?

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

Ao serem questionados sobre os aspectos da vida mais impactados pela inflação, os brasileiros mantêm o padrão já observado em edições anteriores, dando destaque ao **consumo de alimentos e outros produtos do abastecimento doméstico**.

75% dos respondentes (apenas um ponto acima do resultado de março) mencionam este como o principal foco de impacto inflacionário. Na sequência, o preço dos **combustíveis** aparece com 30% das menções, seguido por **serviços de saúde e medicamentos**, citados por 28%. Em março, esses valores eram 31% e 30%, respectivamente.

Acima de um quinto das menções (21%) aparecem os juros do cartão de crédito, financiamentos e empréstimos, cinco pontos a mais que na edição anterior (16%), outro claro reflexo do aumento da taxa Selic.

Outros movimentos no período:

- **Escola, faculdade e outros serviços de educação:** 8%, dois pontos a mais em relação a março (6%).
- **Preço das passagens e transporte público, Planos de compra de veículos e imóveis, Planos de compra de móveis e eletrodomésticos:** empatados com 7%, maior percentual dessas categorias na série histórica.
- **Planos de viagem:** saíram de 1% em março para 3% em junho.

### ASPECTOS DE MAIOR IMPACTO DA INFLAÇÃO Múltiplas Respostas (%)

(%)	DEZ/ 22	FEV/ 23	ABR/ 23	DEZ/ 23	FEV/ 24	ABR/ 24	JUL/ 24	SET/ 24	MAR/ 25	JUN /25
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	68	76	70	66	72	73	70	70	74	75
Preço do combustível	30	30	32	30	30	27	24	28	31	30
Pagamento de serviços de saúde e remédios	22	22	26	30	30	33	33	32	30	28
Juros do cartão de crédito, financiamento e empréstimo	11	10	12	16	12	13	11	13	16	21
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	6	6	5	7	10	7	6	7	6	8
Valor da passagem de transporte público	5	5	6	8	8	6	6	6	6	7
Planos de compra de veículos e imóveis	3	5	6	6	5	5	5	4	4	7
Planos de compra de móveis e eletrodomésticos	3	3	3	4	4	4	3	4	4	7
Planos de viagem	5	3	3	4	3	3	3	2	1	3
Outros	2	2	2	3	2	1	1	1	1	3
Não está impactando/ Nenhum deles	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3
Não sabe/Não respondeu	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1

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

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

O ranking de itens que sofrem maior impacto da inflação é similar entre os vários segmentos da população, mas com algumas diferenças a salientar.

### **Alimentos**

- A percepção de que esse é o item mais impactado pela inflação é mais expressiva entre as mulheres (77%); pessoas com ensino superior (80%); famílias com renda acima de 5 SM (80%); e moradores da região Sul (80%). Também se destaca nas faixas etárias de 25 a 44 anos (77%) e de 45 a 59 anos (76%).

### **Combustíveis**

- A referência à pressão da inflação sobre o preço dos combustíveis é maior entre os homens (33%); os jovens de 18 a 24 anos (32%); os entrevistados com ensino superior (36%); e moradores do Centro-Oeste (36%).

### **Serviços de Saúde e Remédios**

- Mostram-se mais sensíveis às flutuações desse item as mulheres (32%) e idosos com 60 anos ou mais (41%).

### **Juros de cartão e empréstimos**

- Impacto um pouco mais identificado pelos homens e na faixa de 18 a 24 anos (ambos com 24%).

### **Transporte público**

- Aparece com maior destaque no Norte (10%).

### **Planos de compra de veículos ou imóveis**

- A impacto na inflação sobre os projetos de aquisição desses bens duráveis é levemente mais citado entre os jovens de 18 a 24 anos (14%) e na região Centro-Oeste (15%).

### **Planos de compra de móveis e eletrodomésticos**

- Atinge 13% na faixa de 18 a 24 anos.

Outros itens tiveram menos de 10% de menções em todos os estratos e regiões.

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### 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	75	72	77	73	77	76	67
Preço do combustível	30	33	28	32	33	28	20
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	28	24	32	22	23	36	41
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	21	24	19	24	23	18	16
Planos de compra de veículos ou imóveis	10	11	9	14	12	6	5
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	8	6	9	11	8	7	4
Valor da passagem de transporte público	7	6	8	12	7	5	6
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	7	7	7	13	7	5	3
Planos de viagem	3	4	2	5	3	3	1
Não está impactando/ Nenhum deles	3	3	2	1	3	2	4
Outro	3	3	3	2	2	3	5
Não sabe/ Não respondeu	1	1	1	0	1	1	2

(%)	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	75	73	74	80	73	75	80
Preço do combustível	30	29	29	36	29	28	35
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	28	29	29	25	28	30	26
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	21	21	22	20	21	22	20
Planos de compra de veículos ou imóveis	10	7	11	13	9	10	12
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	8	7	8	9	7	8	9
Valor da passagem de transporte público	7	8	7	5	7	7	5
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	7	7	7	6	6	8	7
Planos de viagem	3	2	3	5	1	4	8
Não está impactando/ Nenhum deles	3	2	2	4	3	1	4
Outro	3	3	3	1	4	2	1
Não sabe/ Não respondeu	1	2	1	0	2	0	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	75	75	70	76	74	80
Preço do combustível	30	32	26	31	36	33
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	28	27	29	28	27	28
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	21	18	24	21	15	22
Planos de compra de veículos ou imóveis	10	9	9	9	15	11
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	8	3	8	9	6	6
Valor da passagem de transporte público	7	6	10	7	4	4
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	7	6	5	9	5	6
Planos de viagem	3	2	1	4	5	3
Não está impactando/ Nenhum deles	3	1	3	3	1	2
Outro	3	4	2	2	3	4
Não sabe/ Não respondeu	1	2	2	1	2	0

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

As expectativas quanto aos indicadores econômicos para os próximos meses mostraram oscilações discretas, em geral dentro da margem de erro, sinalizando estabilidade no ranking das preocupações com o ambiente econômico.

- **Inflação e custo de vida.** A percepção de que a inflação e o custo de vida irão aumentar permaneceu em patamar elevado: 71% em junho, repetindo o índice de março. Apenas 11% projetam queda nos preços, e 16% acreditam em estabilidade, números praticamente estáveis em relação à onda anterior.
- **Taxa de juros.** Houve uma leve oscilação na percepção de alta: 68% acreditam que os juros vão subir nos próximos meses, ante 69% em março. Embora o patamar continue elevado, está bem abaixo do pico observado em março e setembro de 2021 (76%). A expectativa de estabilidade na taxa de juros variou de 17% para 16%, enquanto a previsão de redução permaneceu em 12%.
- **Impostos.** Sob impacto dos debates acerca do IOF e outros tributos, foi o item com maior variação no período. A expectativa de aumento nos impostos avançou de 65% para 71%. A percepção de estabilidade moveu-se de 21% para 20%, enquanto a expectativa de redução caiu de 11% para 7%.
- **Endividamento das famílias.** A percepção de que o endividamento das famílias vai aumentar aumentou de 68% para 71%. A expectativa de as dívidas serão iguais manteve-se em 18%, enquanto a previsão de redução baixou de 12% para 10%.
- **Desemprego.** Os resultados indicam estabilidade nas percepções: 41% projetam aumento, mesmo percentual de março. Por outro lado, houve um recuo entre os que esperam redução do desemprego, passando de 25% para 22%. A parcela que prevê manutenção do quadro oscilou de 31% para 34%.
- **Acesso ao crédito.** A expectativa de maior acesso recuou de 35% para 32%, enquanto a parcela que prevê redução no acesso ao crédito oscilou de 32% para 31%. A perspectiva de estabilidade subiu de 29% para 34%.
- **Poder de compra.** A parcela que acredita em perda de poder aquisitivo foi de 48% para 51%, enquanto os que acreditam em aumento passou de 27% para 23%.
- **Salários.** A ideia que os salários ficarão os mesmos nos próximos seis meses permaneceu em 58%. Houve discreta redução na expectativa de aumento dos salários, de 25% para 23%, enquanto a previsão de baixa foi de 15% para 18%.

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### 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	OU/ 24	DEZ/ 24	MAR/ 25	JUN/ 25
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vão aumentar	80	73	74	68	45	47	49	45	43	45	46	55	57	59	62	64	68	71	71
	Vão ficar iguais como estão	11	15	13	16	24	23	22	23	24	21	20	23	21	21	20	21	18	15	16
	Vão diminuir	6	9	9	12	29	26	28	29	30	31	30	20	19	18	15	13	12	11	11
	NS/ NR	2	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	12	1
A TAXA DE JUROS	Vai aumentar	76	72	76	67	48	51	50	48	45	45	46	48	48	50	54	56	68	69	68
	Vai ficar igual como está	15	15	12	18	24	24	24	26	26	24	24	23	24	27	23	23	16	17	16
	Vai diminuir	5	8	7	11	25	21	23	22	25	26	25	25	24	21	19	17	13	12	12
	NS/ NR	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4
OS IMPOSTOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	57	59	53	53	54	55	57	57	58	61	62	64	65	71
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	23	20	27	26	26	24	25	24	25	27	25	18	21	20
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	16	15	17	18	17	17	15	15	14	10	10	14	11	7
	NS/ NR	-	-	-	-	-	4	6	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	2
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai aumentar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	55	56	59	61	64	65	68	71
	Vai ficar igual como está	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	24	24	24	21	19	18	18
	Vai diminuir	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	18	16	14	12	13	12	10
	NS/ NR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	3	1	1	3	3	2	2
O DESEMPREGO	Vai aumentar	70	52	54	40	31	32	36	34	34	36	34	34	37	38	39	37	38	41	41
	Vai ficar igual como está	16	23	21	27	28	25	22	24	25	23	23	31	30	33	27	30	28	31	34
	Vai diminuir	12	22	21	29	39	40	40	39	40	38	39	31	29	27	29	29	30	25	22
	NS/ NR	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
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	34	35	35	32
	Vai ficar igual como está	29	33	29	32	32	31	30	31	29	30	29	34	36	35	34	35	32	29	34
	Vai diminuir	35	26	31	26	23	25	26	22	22	23	23	21	23	24	26	26	28	32	31
	NS/ NR	6	6	8	6	5	5	6	6	6	6	5	5	4	5	6	6	5	4	4
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai aumentar	16	25	22	26	36	35	38	37	40	38	39	35	33	31	30	32	31	27	23
	Vai ficar igual como está	18	23	22	24	26	26	25	27	22	25	23	25	26	26	25	25	23	21	24
	Vai diminuir	64	48	51	46	34	36	34	33	34	33	34	38	39	40	42	41	44	48	51
	NS/ NR	2	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	2	2
OS SALÁRIOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	46	39	-	-	-	-	34	33	30	31	37	41	25	23
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	43	50	-	-	-	-	51	52	55	52	48	39	58	58
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	9	9	-	-	-	-	13	13	13	14	13	16	15	18
	NS/ NR	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2	2	3	3	2	4	2	1

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### Alguns destaques por segmentos sociodemográficos e regiões:

- **Inflação e Custo de Vida.** A expectativa de aumento é mais expressiva entre mulheres (73%), jovens de 18 a 24 anos (74%), entrevistados com ensino superior (72%) e moradores do Sudeste e Sul (74%). Abaixo de 70%, encontram-se percentuais entre homens (69%), com escolaridade fundamental (69%), as pessoas de 60 anos ou mais (64%) e no Norte (61%).
- **Endividamento das Famílias.** As mulheres (72%) e aqueles com 45 a 59 anos (73%) lideram a expectativa de aumento. Entre os níveis de instrução, o ensino superior tem o maior percentual (72%). Por região, destaque para o Sul (74%) e o menor percentual está no Norte (62%).
- **Impostos.** Homens (72%), pessoas na faixa de 45 a 59 anos (73%) e aquelas com ensino fundamental (73%) preveem aumento nos impostos. No recorte regional, o Sul (74%) e o Sudeste (73%) têm os maiores percentuais.
- **Taxa de Juros.** Mulheres (70%), jovens de 18 a 24 anos (74%) e entrevistados com ensino médio (70%) são os que mais esperam alta nos juros. Por renda, os que ganham até 2 salários mínimos têm maior percepção de aumento (70%). O Sul lidera regionalmente a expectativa de aumento dos juros (72%).
- **Desemprego.** A crença no aumento do desemprego é mais alta entre mulheres (43%), jovens de 18 a 24 (43%) e na faixa de 45 a 59 anos (44%). O Centro-Oeste (50%) apresenta o maior índice regional.
- **Acesso ao Crédito.** Expectativa de que queda do acesso ao crédito é maior entre os homens (35%) e na região Sul (41%).
- **Poder de Compra.** Diferenças pouco expressivas por segmento, mas a expectativa de diminuição do poder de compra chega a 59% no Sul.
- **Salários.** As diferenças mais visíveis ocorrem entre as regiões. No Norte, a expectativa de aumento dos salários atinge 30%, caindo para 19% no Centro-Oeste e no Sul.

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

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

(%)	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	71	69	73	74	71	71	64
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	19	14	17	17	15	16
	Vai/vão diminuir	11	12	11	7	11	12	18
	NS / NR	1	1	2	2	1	2	1
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar	71	69	72	72	70	73	67
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	18	19	17	19	18	15	19
	Vai/vão diminuir	10	11	9	6	11	10	11
	NS / NR	2	1	2	3	1	3	2
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	71	72	70	67	71	72	71
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	20	20	20	21	21	19	20
	Vai/vão diminuir	7	6	8	9	7	7	7
	NS / NR	2	2	2	2	1	2	2
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	68	65	70	74	67	69	64
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	17	15	13	18	15	15
	Vai/vão diminuir	12	13	11	10	11	12	15
	NS / NR	4	5	4	3	5	4	5
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	41	40	43	43	41	44	36
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	35	33	38	35	30	31
	Vai/vão diminuir	22	22	22	17	22	22	30
	NS / NR	3	3	3	2	2	4	3
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	32	32	31	24	32	34	36
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	29	38	50	33	30	29
	Vai/vão diminuir	31	35	27	22	32	32	30
	NS / NR	4	4	4	3	3	4	5
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	23	22	24	21	25	20	27
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	24	23	26	27	24	24	22
	Vai/vão diminuir	51	53	49	51	50	54	48
	NS / NR	2	2	2	1	1	2	3
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	23	24	21	20	25	19	24
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	58	58	59	67	57	59	55
	Vai/vão diminuir	18	17	18	12	17	20	19
	NS / NR	1	1	1	2	1	2	2

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### 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	71	69	72	72	70	71	72
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	17	15	17	16	16	17
	Vai/vão diminuir	11	11	11	11	11	12	11
	NS /NR	1	3	1	0	2	1	0
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar	71	70	70	72	71	69	72
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	18	17	19	17	17	20	18
	Vai/vão diminuir	10	10	10	10	10	9	10
	NS /NR	2	3	1	1	2	2	1
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	71	72	71	69	73	69	69
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	20	18	21	23	16	24	23
	Vai/vão diminuir	7	8	7	7	8	6	7
	NS /NR	2	3	2	1	3	1	1
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	68	68	70	64	70	67	64
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	14	15	21	13	17	21
	Vai/vão diminuir	12	12	11	12	12	11	12
	NS /NR	4	5	5	3	5	5	3
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	41	42	41	41	42	40	41
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	33	34	34	33	35	34
	Vai/vão diminuir	22	21	24	22	21	24	22
	NS /NR	3	4	2	2	4	1	2
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	32	34	30	32	33	30	32
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	32	36	33	32	37	33
	Vai/vão diminuir	31	29	32	32	30	31	32
	NS /NR	4	6	2	3	5	2	3
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	23	25	21	23	25	21	23
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	24	25	24	23	25	25	23
	Vai/vão diminuir	51	46	53	54	48	53	54
	NS /NR	2	3	1	1	3	1	1
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	23	25	20	21	24	21	21
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	58	55	60	61	56	61	61
	Vai/vão diminuir	18	17	18	17	18	17	17
	NS /NR	1	2	1	1	2	1	1

## 2. EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DE 2025: O PAÍS

### 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	71	61	67	74	72	74
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	20	17	15	18	16
	Vai/vão diminuir	11	16	14	10	9	9
	NS /NR	1	4	2	1	1	1
O ENDIVIDAMENTO DAS PESSOAS E DAS FAMÍLIAS	Vai/vão aumentar	71	62	69	72	68	74
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	18	20	19	17	21	15
	Vai/vão diminuir	10	14	11	9	7	9
	NS /NR	2	4	1	2	4	2
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	71	62	69	73	69	74
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	20	20	19	20	23	21
	Vai/vão diminuir	7	14	10	6	5	4
	NS /NR	2	5	2	2	3	1
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	68	59	63	71	70	72
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	16	12	18	16	15	13
	Vai/vão diminuir	12	20	15	10	7	11
	NS /NR	4	9	4	3	7	4
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	41	39	41	40	50	44
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	26	36	36	26	31
	Vai/vão diminuir	22	32	22	21	20	21
	NS /NR	3	3	2	3	4	4
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	32	38	35	31	33	26
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	25	36	37	26	30
	Vai/vão diminuir	31	29	27	29	35	41
	NS /NR	4	8	2	3	6	3
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	23	28	26	22	22	19
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	24	18	29	24	27	19
	Vai/vão diminuir	51	51	44	52	48	59
	NS /NR	2	3	1	1	3	3
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	23	30	25	21	19	19
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	58	55	57	60	60	59
	Vai/vão diminuir	18	9	17	18	19	20
	NS /NR	1	5	1	1	2	2



# **/ 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO**

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

#### Saúde permanece isolada na primeira posição no ranking de prioridades.

---

Na lista de áreas que a população considera prioritárias para a atenção do Governo Federal nos próximos meses, a **Saúde** ocupa a liderança em todas as edições desde abril de 2024. Dessa vez, foram 32% das menções, um ponto a mais que em março.

**Emprego e renda** aparecem na segunda colocação, com 20%, registrando queda de três pontos percentuais em relação ao levantamento do 1º trimestre do ano (23%). Esse movimento sinaliza, no momento, um arrefecimento da preocupação com a geração de empregos, embora a área continue sendo uma das mais citadas.

O item **Inflação/Custo de Vida** mantém-se na terceira posição, com 11%, apresentando oscilação de um ponto na comparação com a rodada anterior da pesquisa.

No quarto lugar entre as maiores preocupações nacionais aparecem **Educação e Segurança**, empatadas com 9%, praticamente o mesmo percentual de março (9% e 8%, respectivamente).

Destaca-se, ainda, um aumento, dentro da margem de erro, das menções à **Corrupção**, que chegaram a 8%, dois pontos a mais que em março (6%). Isso pode ser provavelmente explicado pela recente denúncia de fraude no INSS.

Demais itens receberam menos de 5% das menções.

\* Diferente de pergunta de outros institutos, que se referem a “principais problemas do Brasil”.

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

#### ÁREAS QUE O GOVERNO FEDERAL DEVERIA DAR MAIS ATENÇÃO EM 2025 (%) Estimulada - 1ª resposta

<b>ESTIMULADA (1ª RESPOSTA) (%)</b>	DEZ/ 22	FEV/ 23	ABR/ 23	JUN/ 23	SET/ 23	OUT/ 23	DEZ/ 23	FEV/ 24	ABR/ 24	JUL/ 24	SET/ 24	OUT/ 24	DEZ/ 24	MAR/ 25	JUN/ 25
<b>1 Saúde</b>	17	23	25	25	29	29	26	29	32	31	30	33	30	31	32
<b>2 Emprego e renda</b>	15	20	21	24	27	26	32	29	28	23	22	21	18	23	20
<b>3 Inflação e Custo de vida</b>	13	10	10	11	8	7	6	9	10	10	11	10	9	12	11
<b>4 Educação</b>	20	18	18	17	15	14	12	12	10	10	11	13	12	9	9
<b>5 Segurança</b>	6	4	8	5	5	8	6	8	7	9	7	7	10	8	9
<b>6 Corrupção</b>	10	8	6	6	4	4	3	3	4	5	4	4	4	6	8
<b>7 Fome e Pobreza</b>	14	11	8	8	6	7	6	4	5	4	3	4	5	3	4
<b>8 Impostos*</b>	-	-	-	-	3	2	1	2	1	1	1	<0,5	4	3	4
<b>9 Meio Ambiente</b>	2	1	1	2	1	2	4	3	2	5	10	7	4	2	3
<b>10 Infraestrutura como estradas e saneamento</b>	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	<0,5	1	1	1
<b>11 Política de incentivo ao crédito</b>	-	-	-	2	-	<0,5	1	1	<0,5	<0,5	<0,5	<0,5	1	1	-
<b>12 Fornecimento de energia elétrica</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	<0,5	<0,5	<0,5	<0,5	1	<0,5	-

\*Impostos em outras rodadas estava como Reforma Tributária.

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

As prioridades da população convergem entre os vários estratos e regiões, com algumas variações.

- **Saúde:** destaca-se entre mulheres (37%), pessoas com ensino fundamental (38%), famílias de baixa renda (37%) e moradores do Norte (36%) e Nordeste (34%).
- **Emprego e renda:** essa preocupação é mais citada como prioridade entre jovens de 18 a 24 anos (28%) e entre os residentes no Nordeste (24%).
- **Inflação e custo de vida:** item um pouco mais citado como prioridade entre os que têm ensino médio e superior (15%) e nas faixas de 2 a 5 SM (16%) e mais de 5 SM (15%).
- **Educação:** a menção dessa área como prioridade tem índices mais elevados entre jovens de 18 a 24 anos (12%). Entre as regiões, destacam-se Sul e Sudeste (10% e 9% respectivamente).
- **Segurança:** variações pouco expressivas entre os segmentos. A área é ligeiramente mais mencionada entre os homens (10%) que entre as mulheres (7%). Destaca-se também nas faixa de 60 anos e mais (14%). Entre as regiões, essa menção é maior no Norte e Nordeste (ambos com 10%) e menor no Centro-Oeste (7%).
- **Corrupção:** chamam a atenção as diferenças por idade. O item é citado por 10% nas faixas acima de 45 anos, e cai para 4% entre os jovens de 18 a 24. Diferenças regionais mais expressivas: acima de 10% no Centro-Oeste (13%) e no Sul (11%), caindo para 7% no Sudeste, 6% no Nordeste e 5% no Norte.

Demais itens têm 7% ou menos das menções em todos os estratos e regiões.

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

#### ÁREAS QUE O GOVERNO FEDERAL DEVERIA DAR MAIS ATENÇÃO EM 2025 (%) 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	32	26	37	30	34	30	28
Emprego e renda	20	20	20	28	20	17	15
Inflação e Custo de Vida	11	12	11	8	13	11	12
Educação	9	10	8	12	7	9	7
Segurança	9	10	7	4	7	12	14
Corrupção	8	9	7	4	7	10	10
Fome e Pobreza	4	4	5	7	4	3	4
Impostos	4	6	3	3	5	5	3
Meio Ambiente	3	2	3	3	3	2	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	0	0	0	2

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Saúde	32	38	27	28	37	26	28
Emprego e renda	20	20	20	21	20	19	22
Inflação e Custo de Vida	11	7	15	15	7	16	15
Educação	9	8	9	9	8	10	9
Segurança	9	9	8	8	10	7	8
Corrupção	8	6	9	9	7	9	8
Fome e Pobreza	4	5	4	4	5	4	4
Impostos	4	4	5	3	5	4	3
Meio Ambiente	3	3	3	3	2	4	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	1	1	1	1

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Saúde	32	36	34	29	33	33
Emprego e renda	20	20	24	21	15	14
Inflação e Custo de Vida	11	10	8	13	11	13
Educação	9	9	7	9	8	10
Segurança	9	10	10	8	7	8
Corrupção	8	5	6	7	13	11
Fome e Pobreza	4	1	5	5	5	2
Impostos	4	5	3	4	6	6
Meio Ambiente	3	3	3	3	2	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	1	1	0



# **/ 4. QUADRO ASPIRACIONAL**

## 4. QUADRO ASPIRACIONAL

### Metade da população privilegiaria reservas bancárias em caso de excedente financeiro.

---

Em caso de sobra no orçamento doméstico nos próximos meses, os brasileiros reiteram sua preferência por reservas financeiras e pela aquisição ou manutenção de bens duráveis. Os números são bastante próximos à onda anterior, com oscilações que variam entre um e dois pontos.

- **Reservas financeiras em bancos (50%):** aplicar em outros investimentos bancários além da poupança aparece como a principal escolha, com 29% das menções. A aplicação na poupança comparece com 21%.
- **Moradia:** a compra de imóvel, que em várias edições do Radar liderou o ranking de prioridades, ocupa agora a segunda posição, praticamente empatada com investimentos bancários, com 28%. Reformar a casa aparece como a quarta escolha, com os mesmos 15% de março.
- **Serviços de Saúde:** fazer ou melhorar o plano de saúde apresentou um leve aumento, chegando agora a 12% (eram 10% na onda anterior).

Outras opções com menor volume de menções incluem:

- **Fazer cursos e melhorar a educação:** 14% (queda de um ponto em relação a março).
- **Comprar carro:** 10% (um ponto a mais no referido período).
- **Viajar:** 10% (queda de três pontos no mesmo intervalo de tempo).
- **Comprar eletrodomésticos e eletrônicos:** 6% (contra 5% na onda anterior).
- **Comprar moto:** 3% (estável).
- **Fazer seguro (carro, casa, de vida etc.):** 3% (estável).

## 4. QUADRO ASPIRACIONAL

### EXPECTATIVA DO USO DE EVENTUAIS SOBRAS DO ORÇAMENTO

Estimulada - Múltiplas Respostas (%)

(%)	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	MAR 25	JUN 25
Aplicar em investimentos bancários	27	34	31	18	20	20	22	23	24	25	25	27	26	25	25	28	29
Comprar imóvel	23	27	34	31	31	38	35	32	30	30	31	30	31	34	34	30	28
Aplicar na poupança	31	32	31	20	19	19	21	20	20	22	19	20	21	21	20	21	21
Reformar a casa	21	24	22	16	22	19	19	18	19	20	21	18	21	19	21	15	15
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	15	14
Fazer ou melhorar o plano de saúde	17	12	14	10	10	6	8	8	10	10	8	10	9	8	7	10	12
Viajar	25	29	20	12	12	11	13	13	14	14	15	15	13	12	12	13	10
Comprar carro	11	19	12	8	8	10	9	9	8	10	11	9	9	8	9	9	10
Comprar eletrodomésticos e/ou eletrônicos	10	15	12	4	4	4	4	5	6	7	8	7	6	5	4	5	6
Comprar moto	3	5	5	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3
Fazer seguro de carro, casa, vida e/ou outros	6	9	4	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3
OUTRO	3	3	3	2	4	-	-	1	3	3	5	5	3	3	3	5	5
NS/ NR	4	6	6	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3

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. QUADRO ASPIRACIONAL

Os itens que compõem essa dimensão aspiracional em caso de sobras no orçamento variam significativamente entre segmentos e regiões.

### **Poupança e outros investimentos bancários:**

- A intenção de aplicar em outros investimentos é especialmente alta entre pessoas com ensino superior (46%) e entre aquelas com renda acima de 5 SM (46%). Esse número decresce para 19% entre os que estudaram até o fundamental e os de renda até 2 SM.
- Já a opção pela poupança tem poucas diferenças por segmentos sociodemográficos, mas variações importantes por região, chegando a 22% no Sudeste, contra 14% no Norte.

### **Compra ou reforma de imóvel:**

- A expectativa de destinar recursos à compra de imóvel é mais expressiva nas faixas de 25 a 44 anos e 45 a 59 anos, ambos 29%. O índice também é elevado entre quem tem ensino fundamental (30%) e na menor faixa de renda (30%). Entre as regiões, esse número varia de 34% no Centro-Oeste a 26% no Nordeste.
- O desejo de reformar a casa aumenta com a idade, indo de 11% entre os mais jovens para 23% na faixa de 60 anos ou mais, onde naturalmente o contingente que já realizou o sonho da casa própria é mais elevado.

### **Fazer cursos e melhorar a educação:**

- Essa opção é mais mencionada por jovens de 18 a 24 anos (19%), e de apenas 6% no segmento como idade de 60 anos ou mais.

### **Fazer ou melhorar o plano de saúde:**

- Principais diferenças são observadas por sexo (9% entre os homens e 14% entre as mulheres). Entre as regiões, esse desejo é mais citado no Norte (14%), Nordeste (13%) e Sudeste (13%), caindo para 7% no Centro-Oeste e 8% no Sul.

### **Viajar:**

- Percentuais mais altos na faixa de 60 e mais (15%) e no Sul (13%).

### **Comprar carro:**

- Poucas variações por públicos. Destoam nesse quesito apenas os mais velhos, com o menor percentual de menções (5%).

Outros itens foram pouco citados em todos os perfis e regiões.

## 4. 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
Aplicar em investimentos bancários	29	28	29	31	32	26	16
Comprar imóvel	28	29	27	26	29	29	22
Aplicar na poupança	21	21	21	23	21	20	19
Reformar a casa	15	14	17	11	14	18	23
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	14	13	15	19	16	11	6
Fazer ou melhorar o plano de saúde	12	9	14	14	11	11	14
Viaiar	10	10	10	9	9	11	15
Comprar carro	10	10	9	9	11	10	5
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	6	6	6	7	7	5	2
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	4	3	5	3	3	2
Comprar moto	3	3	2	8	2	1	0
Outras	5	7	3	2	5	6	8
Não sabe/ Não respondeu	3	3	2	1	1	4	6

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aplicar em investimentos bancários	29	19	29	46	19	30	46
Comprar imóvel	28	30	28	24	30	28	24
Aplicar na poupança	21	20	22	20	20	21	20
Reformar a casa	15	19	14	11	18	15	11
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	14	14	14	14	13	15	14
Fazer ou melhorar o plano de saúde	12	12	12	12	12	11	12
Viaiar	10	7	11	13	8	11	13
Comprar carro	10	8	10	11	8	11	11
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	6	5	7	6	5	8	6
Outras	5	6	5	5	6	4	5
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	4	3	2	4	3	2
Comprar moto	3	3	3	2	3	2	2
Não sabe/ Não respondeu	3	3	2	2	3	2	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aplicar em investimentos bancários	29	21	21	35	24	29
Comprar imóvel	28	30	26	27	34	28
Aplicar na poupança	21	14	21	22	17	21
Reformar a casa	15	18	18	14	12	17
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	14	13	12	15	13	15
Fazer ou melhorar o plano de saúde	12	14	13	13	7	8
Viaiar	10	8	7	11	10	13
Comprar carro	10	6	9	11	9	7
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	6	4	5	8	4	4
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	3	3	3	3	3	4
Comprar moto	3	3	4	2	4	0
Outras	5	6	7	5	7	3
Não sabe/ Não respondeu	3	3	3	2	4	3

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)

**RADAR**  
**FEBRABAN**  
JUNHO 2025