

 **FEBRABAN**



**IPESPE**  
38 ANOS



# **RADAR FEBRABAN**

## **FEVEREIRO 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 14 e 20 de fevereiro, 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.

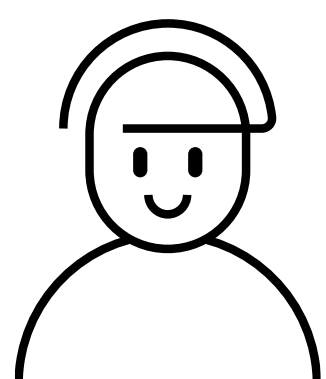
## Margens de erro

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.

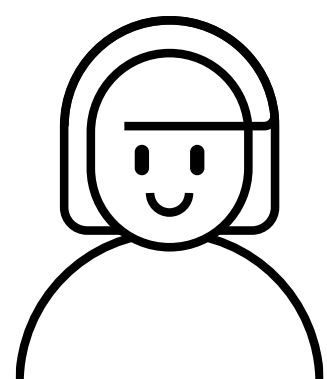
TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6.0	8.0	9.2	9.8	10.0	9.8	9.2	8.0	6.0
200 entrevistas	4.3	5.7	6.5	7.0	7.1	7.0	6.5	5.7	4.3
400 entrevistas	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0	4.9	4.6	4.0	3.0
500 entrevistas	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5	4.4	4.1	3.6	2.7
800 entrevistas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



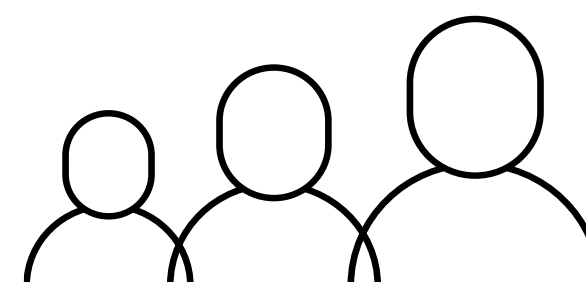
MASCULINO  
47%



FEMININO  
53%

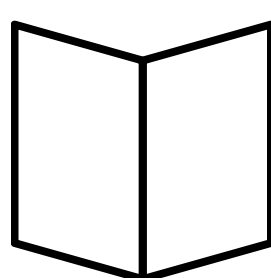
## IDADE

18 A 24 ANOS	14%
25 A 44 ANOS	42%
45 A 59 ANOS	26%
60 ANOS OU MAIS	18%



## INSTRUÇÃO

ATÉ FUNDAMENTAL	38%
ENSINO MÉDIO	40%
SUPERIOR	22%

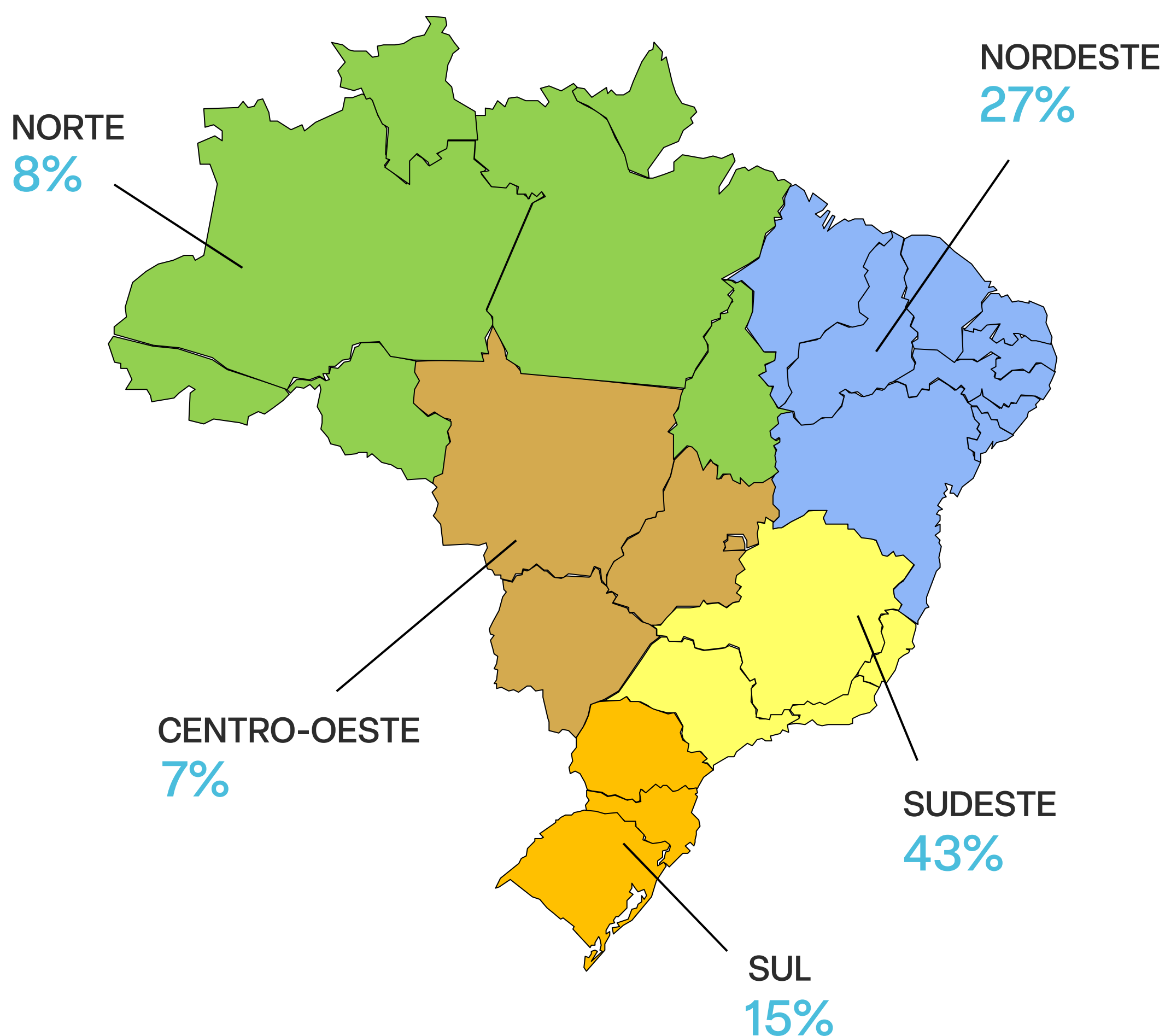


## RENDA FAMILIAR

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



## REGIÃO





# **/ 1. ECONOMIA**

# 1. ECONOMIA

## O brasileiro começa 2024 otimista, mas preocupado com os preços.

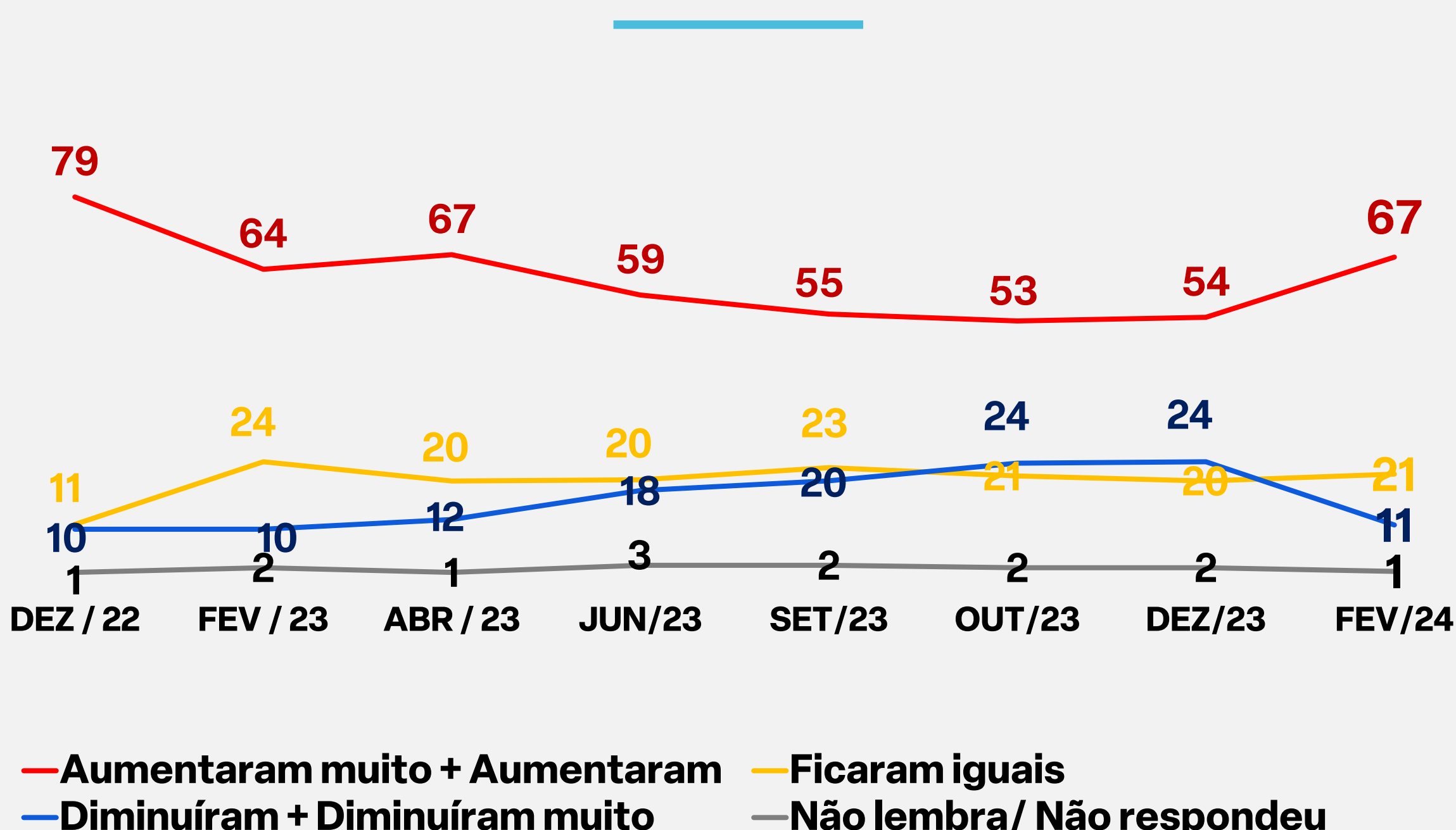
**Os resultados desta primeira edição do Radar Febraban de 2024 mostram o brasileiro temeroso com a inflação.**

Os dados refletem a pressão da alta dos alimentos sobre o IPCA, que mesmo com a desaceleração da inflação ficou acima da mediana das projeções do mercado financeiro em janeiro, segundo o IBGE. Soma-se a isso o impacto das contas de começo de ano, como material escolar, IPTU e IPVA, sobre o orçamento doméstico, além de eventuais resquícios dos gastos de final de ano.

Quase sete em cada dez entrevistados (67%) avaliam que os preços dos produtos aumentaram ou aumentaram muito, treze pontos a mais que em dezembro de 2023 (54%).

Analogamente, o número dos que observam diminuição dos preços recuou de 24% em dezembro para 11% em fevereiro. A parcela que enxerga estabilidade quase não sofreu alteração, oscilando de 20% para 21% no mesmo período.

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



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

A opinião de que os preços aumentaram perpassa todos segmentos sociodemográficos, mantendo-se próxima ao total da amostra (67%), com variações para mais ou para menos dentro dos limites da margem de erro. Maiores discrepâncias são observadas por idade, com aqueles acima de 60 anos apresentando o menor percentual (60%); e por região, com percentagens que vão de 63% no Nordeste a 70% no Sudeste.

## 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	67	64	68	69	67	69	60
Ficaram iguais	21	21	21	20	22	20	23
Diminuíram + Diminuíram muito	11	13	9	9	10	11	15
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	1	1	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aumentaram muito + Aumentaram	67	66	67	67	67	66	68
Ficaram iguais	21	21	22	21	21	23	21
Diminuíram + Diminuíram muito	11	11	10	11	11	11	10
Não sabe / Não respondeu	1	2	1	0	2	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aumentaram muito + Aumentaram	67	65	63	70	65	64
Ficaram iguais	21	22	22	19	24	24
Diminuíram + Diminuíram muito	11	12	14	9	10	10
Não sabe / Não respondeu	1	0	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

## **Volta a subir a percepção de que alimentos e outros produtos domésticos são os itens mais impactados pela inflação.**

Embora liderem esse rol em toda a série histórica, “alimentos e outros produtos domésticos” haviam recuado em dezembro de 2023 (66%), voltando a crescer em fevereiro de 2024 (72%) como os itens que, na opinião dos brasileiros, mais pesaram na alta dos preços. Nesse quesito, destaca-se o segmento feminino com o maior percentual: 76%.

Mostram-se estáveis entre dezembro e fevereiro (30%) as menções a “combustíveis” e “serviços de saúde e remédios” como os mais afetados pela inflação, empatados em segundo lugar. A menção ao preço dos combustíveis é mais expressiva entre os homens (35%) e na faixa de renda acima de 5 SM (38%). Já a referência aos serviços de saúde e remédios difere principalmente conforme a idade, chegando ao maior percentual (38%), naturalmente, entre os que têm 60 anos ou mais.

Ante as medidas relacionadas ao crédito rotativo do cartão de crédito, recuaram de 16% para 12% as menções a “juros do cartão de crédito, financiamento e empréstimo”.

Merece destaque, ainda, o movimento do item “pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação”, chegando a dois dígitos – foi de 7% para 10% no referido período – um possível efeito das despesas relacionadas a matrículas e material escolar no mês de janeiro.

Sofreram oscilações para baixo os itens “planos de compra de veículos e imóveis” (de 6% para 5%) e “planos de viagem” (de 4% para 3%). Os demais mantiveram-se estáveis.

### **ASPECTOS DE MAIOR IMPACTO DA INFLAÇÃO NA VIDA DAS PESSOAS** Múltiplas Respostas (%)

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

# 1. ECONOMIA

## ASPECTOS DE MAIOR IMPACTO DA INFLAÇÃO NA VIDA DAS PESSOAS 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	72	68	76	73	72	74	71
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	30	28	32	24	27	34	38
Preço do combustível	30	35	25	27	33	31	21
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	12	11	14	11	12	14	12
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	9	9	9	11	9	8	6
Valor da passagem de transporte público	8	7	9	16	8	5	6
Planos de compra de veículos ou imóveis	5	5	6	6	6	5	4
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	4	4	6	5	2	2
Planos de viagem	3	2	3	2	3	3	2
Outro	2	3	2	2	2	2	3
Não está impactando/Nenhum deles	2	2	2	1	2	1	3
Não sabe/Não respondeu	1	1	2	0	1	1	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	72	71	72	74	72	74	69
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	30	31	30	29	31	29	30
Preço do combustível	30	24	33	33	24	32	38
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	12	12	13	12	12	13	10
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	9	9	7	10	9	9	8
Valor da passagem de transporte público	8	10	7	6	11	6	6
Planos de compra de veículos ou imóveis	5	4	6	6	4	7	6
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	3	4	4	3	4	4
Planos de viagem	3	2	2	4	2	3	5
Outro	2	3	2	2	2	2	2
Não está impactando/Nenhum deles	2	2	2	2	2	1	2
Não sabe/Não respondeu	1	2	1	0	2	0	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Consumo de alimentos e outros produtos de abastecimento doméstico	72	72	68	75	73	70
Pagamento de serviços de saúde ou remédios	30	25	29	34	23	27
Preço do combustível	30	26	28	27	34	41
Juros do cartão de crédito, financiamento ou empréstimo	12	12	12	14	12	9
Pagamento da escola, faculdade ou outros serviços de educação	9	8	9	10	7	7
Valor da passagem de transporte público	8	12	10	8	4	5
Planos de compra de veículos ou imóveis	5	5	6	5	6	5
Planos de compra de móveis ou eletrodomésticos	4	4	3	4	3	4
Planos de viagem	3	3	3	3	1	3
Outro	2	2	3	2	2	3
Não está impactando/Nenhum deles	2	1	3	2	1	2
Não sabe/Não respondeu	1	1	1	1	1	1

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



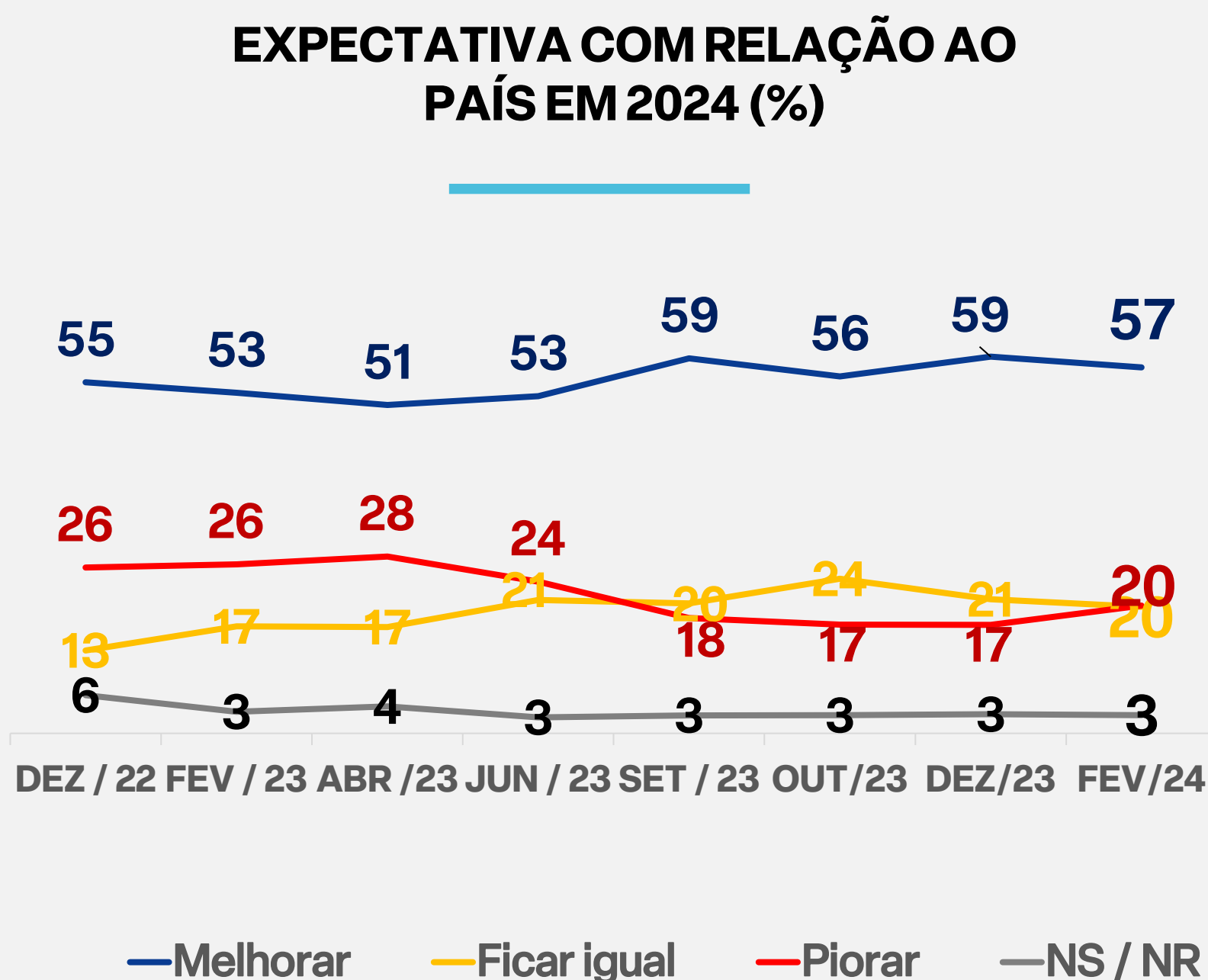
# 1. ECONOMIA

**Embora o otimismo dê o tom, a expectativa da população sobre o país em 2024 é um pouco menos favorável do que era ao final de 2023.**

Passado o período de festas de fim de ano quando, via de regra, o humor e as expectativas da opinião pública melhoram, os resultados desta edição de fevereiro refletem, em grande parte, as inquietações relacionadas à inflação mencionadas anteriormente. Vale lembrar que a pergunta no levantamento anterior se referia ao ano vindouro, ao passo que nessa rodada se reporta ao período “até o final de 2024”.

Mais da metade dos brasileiros (57%) acredita que o Brasil vai melhorar em 2024, um recuo de dois pontos em relação a dezembro (59%).

Quanto aos pessimistas, esse contingente avançou três pontos, indo de 17% para 20% entre dezembro de 2023 e fevereiro desse ano. Por sua vez, oscilou de 21% para 20% a percepção de que o Brasil ficará igual.



# 1. ECONOMIA

O otimismo em relação ao país é mais expressivo entre as mulheres (62%) e entre aqueles com educação superior (60%). No recorte regional, o Nordeste destaca-se como mais otimista (64%), ao passo que a expectativa positiva fica abaixo de 50% entre os residentes no Sul (49%).

## EXPECTATIVA COM RELAÇÃO AO PAÍS EM 2024 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	57	52	62	54	59	57	58
Ficar igual	20	19	21	25	20	19	15
Piorar	20	28	13	18	19	20	24
Não sabe / Não respondeu	3	2	4	3	2	3	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	57	58	55	60	59	58	54
Ficar igual	20	20	19	21	20	20	20
Piorar	20	19	23	17	18	20	25
Não sabe / Não respondeu	3	4	2	3	4	2	2

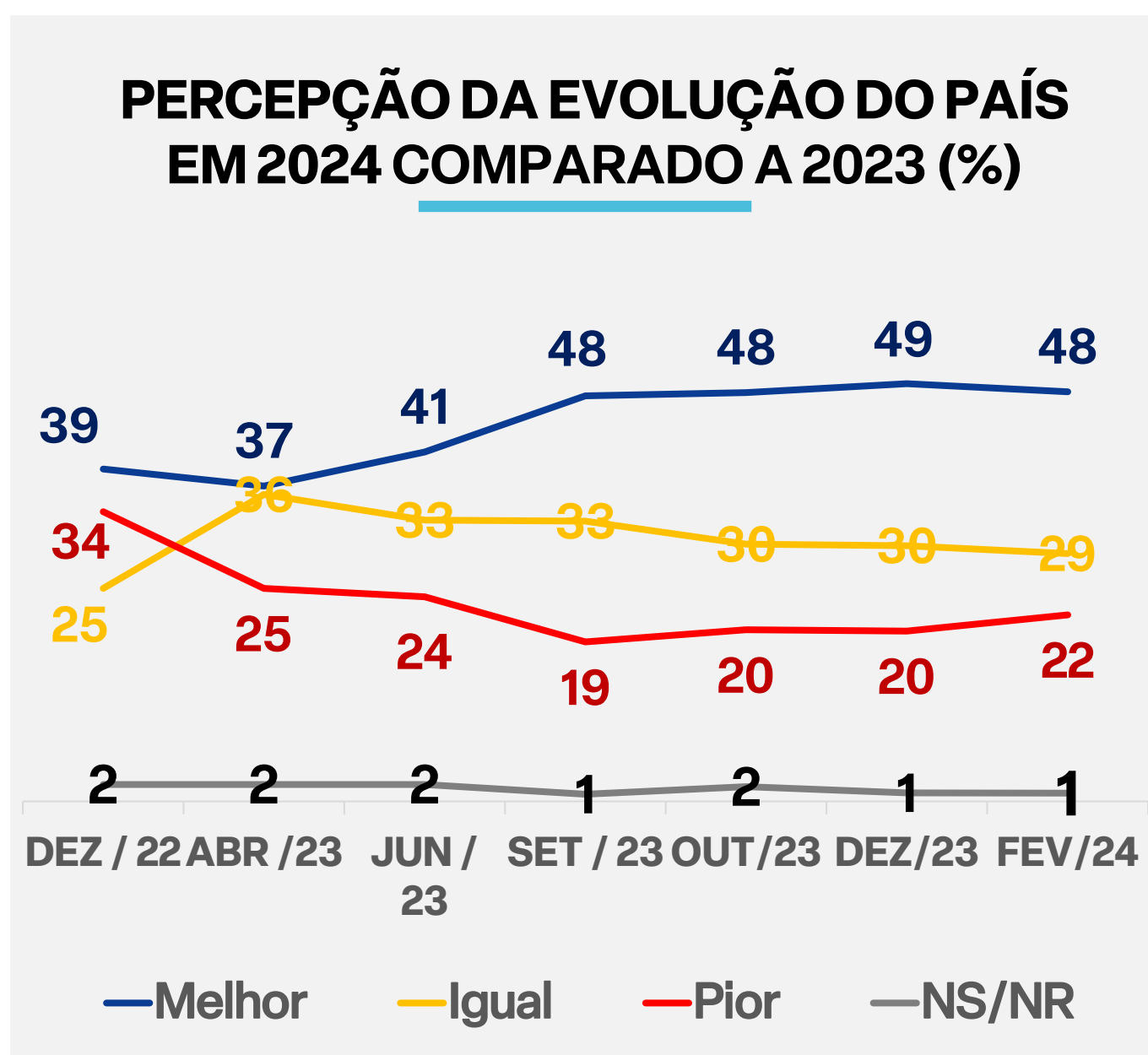
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	57	56	64	57	53	49
Ficar igual	20	12	18	22	17	22
Piorar	20	29	15	19	25	26
Não sabe / Não respondeu	3	3	2	3	5	4

# 1. ECONOMIA

**Considerando o primeiro bimestre, pouco menos da metade dos brasileiros opina que o país melhorou em relação ao ano passado.**

48% avaliam que o Brasil está melhor na comparação com o ano anterior. Esse número vem se mantendo desde setembro de 2023, com discreta variação positiva em dezembro (49%).

A avaliação de que o país está pior subiu dois pontos, de 20% para 22%. Já a percepção de estar “igual” recuou de 30% para 29%.



A percepção de melhoria do país ultrapassa a marca dos 50% entre aqueles com ensino superior (55%), no Sudeste (51%) e no Centro-Oeste (52%).

## 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	48	46	50	44	50	47	48
Igual	29	24	33	35	30	29	23
Pior	22	29	15	20	19	23	27
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
Melhor	48	45	46	55	47	50	47
Igual	29	31	29	27	31	28	28
Pior	22	23	24	17	21	21	25
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	1	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	48	41	49	51	52	40
Igual	29	24	32	30	17	30
Pior	22	34	19	18	29	27
Não sabe / Não respondeu	1	1	0	1	2	2

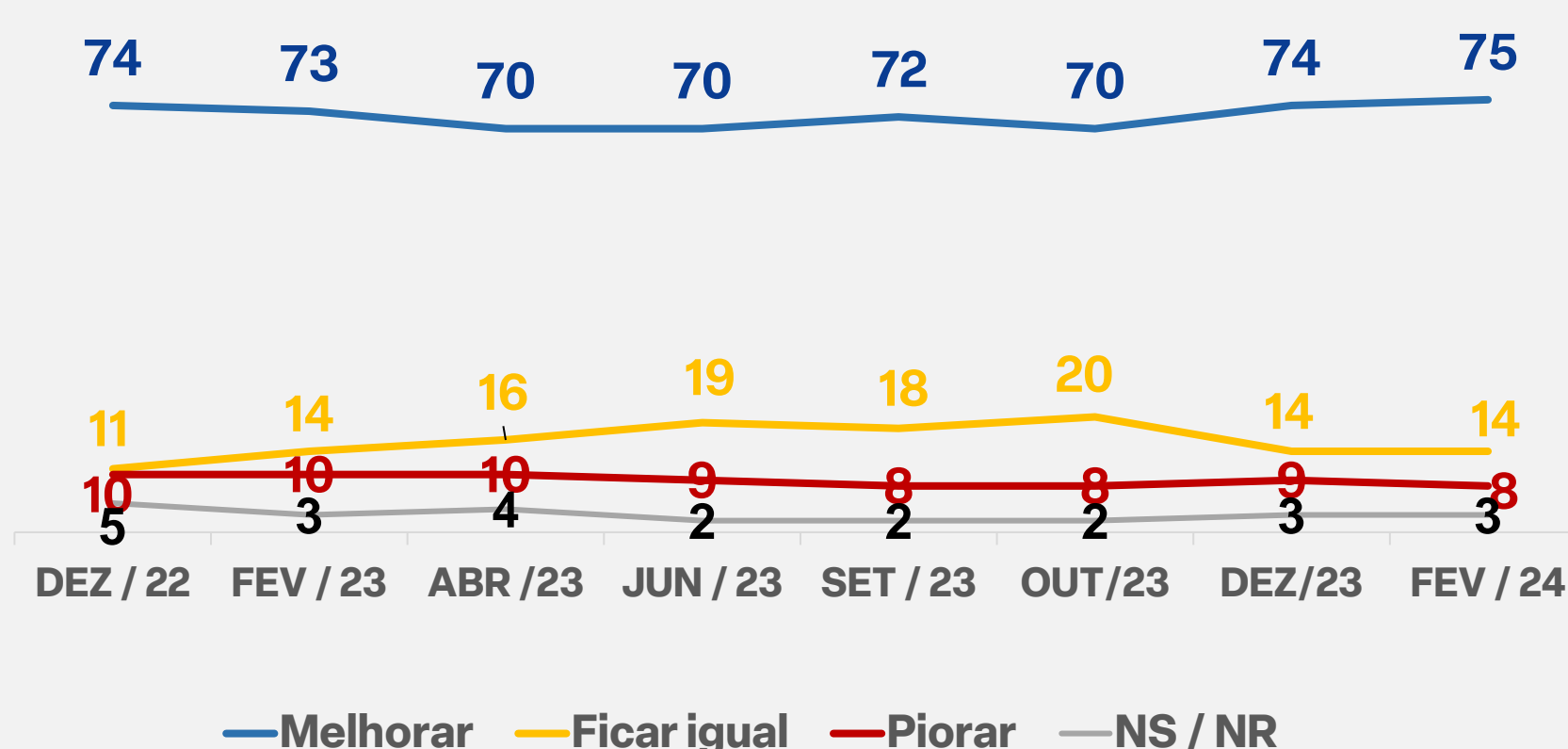
# 1. ECONOMIA

**Expectativa positiva quanto à vida pessoal atinge maior patamar da série histórica.**

Embora mais moderados quanto às expectativas favoráveis sobre a economia do país, 75% dos brasileiros acreditam que sua vida estará melhor num horizonte de 12 meses – maior percentual da série histórica e oscilação de um ponto em relação a dezembro (74%). Essa expectativa de melhora chega a 80% entre as mulheres; 81% na faixa de 25 a 44 anos; e 83% no Nordeste.

De forma correlata a perspectiva de piora oscilou de 9% para 8%; e a de estabilidade permaneceu em 3%.

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



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

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	75	70	80	79	81	71	65
Ficar igual	14	16	13	13	11	16	18
Piorar	8	12	5	6	6	10	12
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	2	2	3	5

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	75	77	71	79	77	74	73
Ficar igual	14	13	16	12	12	15	17
Piorar	8	7	10	7	7	9	8
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	2	3	2	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	75	74	83	72	74	70
Ficar igual	14	7	10	17	13	16
Piorar	8	14	5	8	10	11
Não sabe / Não respondeu	3	4	3	3	3	2

Pergunta: E o(a) Sr(a) acredita que até o final de 2024 sua vida e de sua família vai melhorar, vai ficar igual como está hoje ou vai piorar?

# 1. ECONOMIA

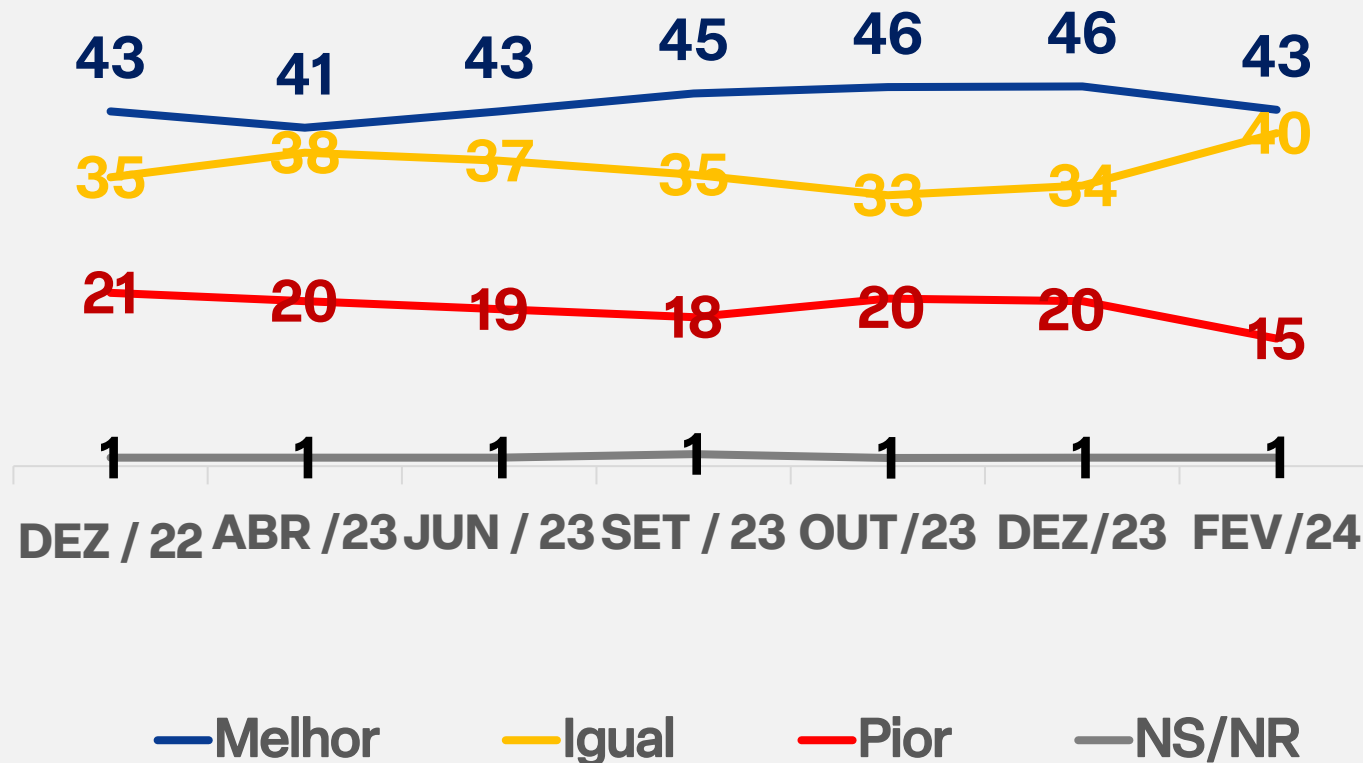
Há pouco menos de dois meses do início do ano, a percepção de mudanças na vida pessoal é discreta.

43% avaliam que sua vida está melhor e 40% que está igual em relação ao ano anterior. Em dezembro, esses números eram 46% e 34%, respectivamente.

Caiu de 20% para 15%, no mesmo período, o contingente que percebeu piora na sua vida em relação ao ano passado.

A percepção de melhora é mais expressiva na faixa de 25 a 44 anos (47%), entre os que têm escolaridade universitária (48%) e na faixa de renda acima de 5 SM (47%). No recorte regional, destacam-se nas avaliações favoráveis o Norte (52%) e o Centro-Oeste (50%).

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



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

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhor	43	44	43	45	47	41	35
Igual	40	39	42	39	41	39	43
Pior	15	17	14	14	12	19	21
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	2	0	1	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhor	43	43	40	48	44	40	47
Igual	40	38	43	39	38	43	41
Pior	15	16	16	12	16	17	12
Não sabe / Não respondeu	1	2	1	0	2	1	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	43	52	49	39	50	38
Igual	40	28	37	45	32	44
Pior	15	20	13	15	16	17
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	1	1	1

Pergunta: . O(a) Sr(a) considera que até agora em 2024 sua vida e de sua família está melhor, igual ou está pior do que no ano passado?

# 1. ECONOMIA

As projeções da população sobre os indicadores acompanhados pelo RADAR FEBRABAN evidenciam receios em relação à economia nos próximos seis meses, sobretudo no que se refere ao custo de vida, poder de compra e acesso ao crédito.

- **Impostos:** 57% acreditam que haverá aumento, dois pontos a mais que em dezembro (55%). Essa perspectiva desfavorável é maior entre os homens (61%), na faixa de 18 a 24 anos (65%), entre os que têm o ensino médio (60%) e no Sul (63%).
- **Inflação e custo de vida:** 55% apostam em aumento, nove pontos a mais que em dezembro (46%). Esse número chega a 61% entre os jovens de 18 a 24 anos e na região Sul.
- **Taxa de juros:** 48% acreditam que vai aumentar, dois pontos a mais que em dezembro (46%). Nesse quesito, mostram-se mais pessimistas os jovens de 18 a 24 anos (57%).
- **Acesso ao crédito:** no período em questão, caiu de 43% para 39% a parcela que acha que o acesso ao crédito vai aumentar, e de 29% para 34% o contingente que acha que ficará igual. Outros 21% acham que vai diminuir, dois pontos a menos que em dezembro (23%). A confiança no aumento é maior na faixa de 45 a 59 anos (44%).
- **Poder de compra:** recuo de 39% para 35% no contingente que acredita que haverá aumento; e incremento de 34% para 38% dos que apostam em queda. Estes últimos chegam a 44% entre os homens e entre os que possuem o ensino médio; e a 45% na região Sul.
- **Desemprego:** estabilidade (34%) na crença de que vai aumentar; aumento de 23% para 31% na opinião de que ficará estável; e recuo de 39% para 32% no montante que acha que o desemprego vai diminuir. A expectativa de aumento do desemprego é notadamente maior entre os homens (39%), na faixa de 18 a 24 anos (40%), na faixa de renda acima de 5 SM (39%) e no Norte (39%).
- **Salários:** pela primeira vez no Radar, 51% creem que esse item não sofrerá alterações. Os que acreditam em aumento somam 34%, ao passo que 13% apostam que haverá diminuição. Essa parcela mais pessimista é maior entre os que têm 60 anos ou mais (17%), os que têm renda acima de 5 SM (16%) e na região Sul (17%).
- **Bolsa família:** também pela primeira vez no Radar, 55% acreditam que não sofrerá alterações. Esse número sobe para 60% entre os que têm nível superior.

# 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
OS IMPOSTOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	57	59	53	53	54	55	57
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	23	20	27	26	26	24	25
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	16	15	17	18	17	17	15
	NS/ NR	-	-	-	-	-	4	6	3	3	3	4	3
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vão aumentar	80	73	74	68	45	47	49	45	43	45	46	55
	Vão ficar iguais como estão	11	15	13	16	24	23	22	23	24	21	20	23
	Vão diminuir	6	9	9	12	29	26	28	29	30	31	30	20
	NS/ NR	2	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2
A TAXA DE JUROS	Vai aumentar	76	72	76	67	48	51	50	48	45	45	46	48
	Vai ficar igual como está	15	15	12	18	24	24	24	26	26	24	24	23
	Vai diminuir	5	8	7	11	25	21	23	22	25	26	25	25
	NS/ NR	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai aumentar	30	36	32	37	40	39	38	41	42	41	43	39
	Vai ficar igual como está	29	33	29	32	32	31	30	31	29	30	29	34
	Vai diminuir	35	26	31	26	23	25	26	22	22	23	23	21
	NS/ NR	6	6	8	6	5	5	6	6	6	6	5	5
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai aumentar	16	25	22	26	36	35	38	37	40	38	39	35
	Vai ficar igual como está	18	23	22	24	26	26	25	27	22	25	23	25
	Vai diminuir	64	48	51	46	34	36	34	33	34	33	34	38
	NS/ NR	2	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	2
O DESEMPREGO	Vai aumentar	70	52	54	40	31	32	36	34	34	36	34	34
	Vai ficar igual como está	16	23	21	27	28	25	22	24	25	23	23	31
	Vai diminuir	12	22	21	29	39	40	40	39	40	38	39	32
	NS/ NR	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4
OS SALÁRIOS	Vão aumentar	-	-	-	-	-	46	39	-	-	-	-	34
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	43	50	-	-	-	-	51
	Vão diminuir	-	-	-	-	-	9	9	-	-	-	-	13
	NS/ NR	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	2
O BOLSA FAMÍLIA	Vão aumentar	-	-	-	-	-	37	37	-	-	-	-	25
	Vão ficar igual como está	-	-	-	-	-	33	34	-	-	-	-	55
	V diminuir	-	-	-	-	-	21	21	-	-	-	-	11
	NS/ NR	-	-	-	-	-	9	8	-	-	-	-	9

# 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	
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	57	61	54	65	56	55	57				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	22	27	20	27	26	23				
	Vai/vão diminuir	15	15	16	14	15	16	16				
	NS /NR	2	2	2	1	2	2	2	4			
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	55	56	54	61	53	56	52				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	24	19	26	21	21				
	Vai/vão diminuir	20	22	19	18	19	21	24				
	NS /NR	2	1	2	2	2	2	2	2			
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	48	44	51	57	46	47	46				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	25	22	25	23	17				
	Vai/vão diminuir	25	32	20	18	26	27	29				
	NS /NR	4	4	4	3	3	4	8				
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	39	41	38	30	42	44	35				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	31	37	42	36	30	30				
	Vai/vão diminuir	21	24	19	23	19	22	26				
	NS /NR	5	4	6	6	4	4	9				
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	35	35	35	30	38	34	33				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	19	30	27	24	26	23				
	Vai/vão diminuir	38	44	32	41	35	38	41				
	NS /NR	2	1	3	2	3	1	3				
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	34	39	30	40	32	33	35				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	31	28	34	31	34	31	24				
	Vai/vão diminuir	31	30	31	26	31	31	34				
	NS /NR	4	3	5	4	3	4	7				
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	34	35	33	35	36	30	32				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	51	49	53	51	52	53	46				
	Vai/vão diminuir	13	15	12	13	10	16	17				
	NS /NR	2	2	3	1	2	1	5				
O BOLSA FAMÍLIA	Vai/vão aumentar	25	25	25	28	27	21	23				
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	55	52	58	52	55	58	53				
	Vai/vão diminuir	11	13	9	13	10	10	12				
	NS /NR	9	10	9	8	8	11	13				



# 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
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	57	61	54	65	56	55	57	57		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	22	27	20	27	26	23	23		
	Vai/vão diminuir	15	15	16	14	15	16	16	16		
	NS /NR	2	2	2	1	3	3	4	4		
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	55	56	54	61	53	56	52	52		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	24	19	26	21	21	21		
	Vai/vão diminuir	20	22	19	18	19	21	24	24		
	NS /NR	2	1	2	2	2	2	3	3		
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	48	44	51	57	46	47	46	46		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	25	22	25	23	17	17		
	Vai/vão diminuir	25	32	20	18	26	27	29	29		
	NS /NR	4	4	4	3	3	4	8	8		
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	39	41	38	30	42	44	35	35		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	31	37	42	36	30	30	30		
	Vai/vão diminuir	21	24	19	23	19	22	26	26		
	NS /NR	5	4	6	6	4	4	9	9		
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	35	35	35	30	38	34	33	33		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	19	30	27	24	26	23	23		
	Vai/vão diminuir	38	44	32	41	35	38	41	41		
	NS /NR	2	1	3	2	3	1	3	3		
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	34	39	30	40	32	33	35	35		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	31	28	34	31	34	31	24	24		
	Vai/vão diminuir	31	30	31	26	31	31	34	34		
	NS /NR	4	3	5	4	3	4	7	7		
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	34	35	33	35	36	30	32	32		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	51	49	53	51	52	53	46	46		
	Vai/vão diminuir	13	15	12	13	10	16	17	17		
	NS /NR	2	2	3	1	2	1	5	5		
O BOLSA FAMÍLIA	Vai/vão aumentar	25	25	25	28	27	21	23	23		
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	55	52	58	52	55	58	53	53		
	Vai/vão diminuir	11	13	9	13	10	10	12	12		
	NS /NR	9	10	9	8	8	11	13	13		

# 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	
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	57	55	60	56	57	58	56
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	25	24	23	30	23	26	27
	Vai/ vão diminuir	15	17	15	13	16	15	14
	NS / NR	3	4	2	2	4	1	2
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	55	53	59	50	55	55	54
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	23	22	20	29	21	22	27
	Vai/ vão diminuir	20	21	19	19	21	21	18
	NS / NR	2	3	2	2	3	2	1
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	48	52	47	42	54	44	40
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	23	26	19	25	26
	Vai/ vão diminuir	25	22	26	30	21	27	31
	NS / NR	4	6	3	2	5	3	3
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	39	39	37	43	37	40	43
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	34	34	36	32	34	35	33
	Vai/ vão diminuir	21	20	22	22	21	21	22
	NS / NR	5	8	4	3	7	4	3
O PODER DE COMPRAS DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	35	38	31	36	37	35	32
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	25	25	23	27	26	24	23
	Vai/ vão diminuir	38	33	44	36	34	39	43
	NS / NR	2	3	3	1	3	2	1
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	34	33	35	35	33	32	39
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	31	30	33	30	30	33	31
	Vai/ vão diminuir	31	32	29	32	32	31	28
	NS / NR	4	5	3	4	5	4	2
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	34	38	31	32	36	31	34
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	51	47	53	53	49	55	48
	Vai/ vão diminuir	13	12	14	13	12	12	16
	NS / NR	2	3	1	2	3	1	2
O BOLSA FAMÍLIA	Vai/vão aumentar	25	29	21	24	28	22	24
	vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	55	51	56	60	52	59	56
	Vai/ vão diminuir	11	10	12	10	11	9	13
	NS / NR	9	10	11	6	10	10	8

# 1. ECONOMIA

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

CATEGORIA	RESPOSTA	TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
OS IMPOSTOS	Vai/vão aumentar	57	58	53	57	58	63
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	22	24	27	24	21
	Vai/vão diminuir	15	19	20	13	14	13
	NS /NR	3	2	3	3	3	3
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/vão aumentar	55	55	51	54	58	61
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	21	24	24	22	18
	Vai/vão diminuir	20	20	23	19	16	19
	NS /NR	2	3	2	2	4	2
A TAXA DE JUROS	Vai/vão aumentar	48	55	48	46	51	46
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	23	20	20	26	21	21
	Vai/vão diminuir	25	21	28	24	22	28
	NS /NR	4	4	4	4	7	5
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/vão aumentar	39	42	47	37	37	32
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	34	24	30	38	35	36
	Vai/vão diminuir	21	29	19	20	24	25
	NS /NR	5	5	4	6	5	7
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/vão aumentar	35	36	44	31	36	29
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	25	20	25	26	23	23
	Vai/vão diminuir	38	40	29	41	38	45
	NS /NR	2	3	2	2	3	2
O DESEMPREGO	Vai/vão aumentar	34	39	30	35	36	37
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	31	23	29	34	32	32
	Vai/vão diminuir	31	34	37	28	29	25
	NS /NR	4	4	4	4	4	6
OS SALÁRIOS	Vai/vão aumentar	34	39	41	31	30	32
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	51	50	47	53	57	48
	Vai/vão diminuir	13	9	11	14	11	17
	NS /NR	2	2	1	2	3	4
O BOLSA FAMÍLIA	Vai/vão aumentar	25	23	30	23	23	23
	Vai/vão ficar igual(is) como está(ão)	55	50	53	59	51	51
	Vai/vão diminuir	11	16	10	10	10	10
	NS /NR	9	11	7	8	16	15



## **/ 2. GESTÃO DO PAÍS**

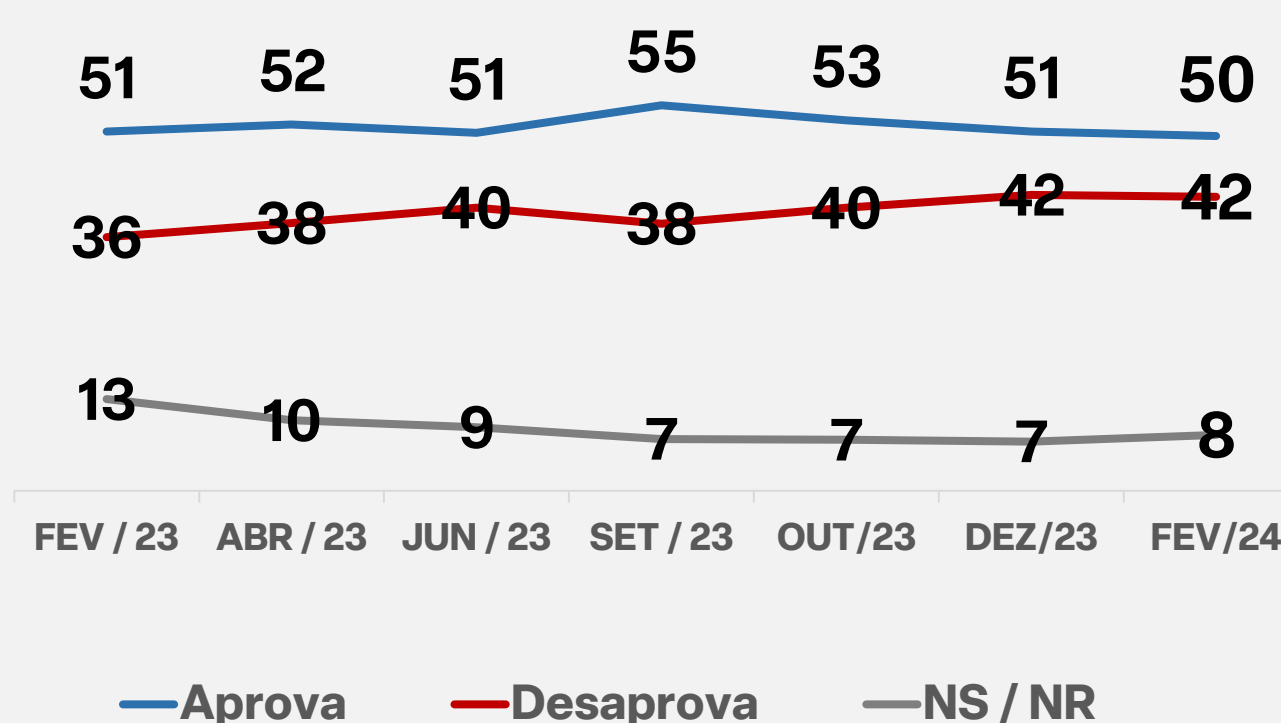
## 2. GESTÃO DO PAÍS

**No início do segundo ano de mandato, metade dos brasileiros aprova o Governo Lula.**

A aprovação do Governo oscilou de 51% em dezembro de 2023 para 50% agora, ao passo que a desaprovação manteve-se estável, com 42%.

Os números mais expressivos da aprovação se encontram no segmento feminino (54%), e nas camadas de menor instrução (57%) e menor renda (54%). No recorte regional, destaca-se a aprovação no Nordeste (61%).

### APROVAÇÃO DO GOVERNO LULA (%)



O desempenho do Governo Lula é majoritariamente aprovado em praticamente todos os estratos demográficos exceto no masculino (47% aprovam e 48% desaprovam), naqueles de escolaridade superior (46% aprovam e 49% desaprovam) e de renda acima de 5SM (47% aprovam e 48% desaprovam). Nas regiões, as taxas de aprovação e desaprovação empatam em 47% no Norte e em 45% no Centro Oeste, e no Sul 42% aprovam contra 49% que desaprovam.

<sup>1</sup>Adotou-se formato de pergunta de aprovação utilizado pela maioria dos principais institutos norte-americanos.

Pergunta: O(a) Sr(a) diria que aprova fortemente, aprova, desaprova ou desaprova fortemente o Governo o Lula até o momento?

## 2. GESTÃO DO PAÍS

### APROVAÇÃO DO GOVERNO LULA (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aprova	50	47	54	51	50	48	51
Desaprova	42	48	36	41	41	42	42
NS /NR	8	6	10	9	8	9	7

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	50	57	47	46	54	49	47
Desaprova	42	32	46	49	35	45	48
NS /NR	8	11	7	4	10	6	5

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	50	47	61	48	45	42
Desaprova	42	47	31	44	45	49
NS /NR	8	7	8	7	10	9

<sup>1</sup> Adotou-se formato de pergunta de aprovação utilizado pela maioria dos principais institutos norte-americanos.



# **/ 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO**

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

#### “Emprego e Renda” e “Saúde” disputam o primeiro lugar como áreas prioritárias para receber mais atenção do Governo.

Sob possível impacto das notícias acerca do aumento das arboviroses, as menções à “Saúde” foram de 26% para 29% entre dezembro e fevereiro, alcançando “Emprego e Renda”, que recuou de 32% para 29% no mesmo período. O terceiro lugar segue ocupado por “Educação”, que manteve 12% das menções.

Reiterando o aumento da preocupação com “Inflação e custo de vida”, este item foi de 6% em dezembro para 9% em fevereiro. Em menor grau, também oscilou para cima a área de “Segurança”, indo de 6% para 8%, um provável efeito das notícias sobre fuga de presos, especialmente no público de maior renda.

Sofreram recuo os temas “Fome e Pobreza” (de 6% para 4%) e “Meio Ambiente” (de 4% para 3%). “Corrupção” manteve o mesmo percentual de dezembro (3%). Outras áreas (“Reforma Tributária”, “Política de Incentivo ao Crédito” e “Infraestrutura”) seguem nos últimos lugares do ranking de prioridades, com 2% ou menos das menções.

#### RANKING DAS 10 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
<b>1</b> Emprego e renda	15	20	21	24	27	26	32	<b>29</b>
<b>2</b> Saúde	17	23	25	25	29	29	26	<b>29</b>
<b>3</b> Educação	20	18	18	17	15	14	12	<b>12</b>
<b>4</b> Inflação e Custo de vida	13	10	10	11	8	7	6	<b>9</b>
<b>5</b> Segurança	6	4	8	5	5	8	6	<b>8</b>
<b>6</b> Fome e Pobreza	14	11	8	8	6	7	6	<b>4</b>
<b>7</b> Meio Ambiente	2	1	1	2	1	2	4	<b>3</b>
<b>8</b> Corrupção	10	8	6	6	4	4	3	<b>3</b>
<b>9</b> Reforma tributária	-	-	-	-	3	2	1	<b>2</b>
<b>10</b> Política de incentivo ao crédito	-	-	-	2	-	0	1	<b>1</b>
<b>10</b> Infraestrutura com estradas e saneamento	-	1	1	1	1	1	1	<b>1</b>



### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

O ranking de prioridades apresenta diferenças nos estratos demográficos comparativamente ao total da amostra: “Saúde” assume o primeiro lugar à frente de “Emprego e Renda” no público feminino, na faixa de 60 anos e mais, entre os que estudaram até o fundamental; e na faixa de renda até 2 SM.

Regionalmente, “Emprego e Renda” é a prioridade número um apenas no Sudeste, enquanto nas demais regiões “Saúde” assume a liderança. Segurança, que comparece na quinta posição no conjunto do país, ocupa a quarta colocação, acima de Inflação, entre os homens.

Outros destaques:

- **Emprego e renda (29% no total da amostra):** as referências a esse item chegam a 32% entre os jovens de 18 a 24 anos, caindo para 22% na faixa de 60 anos e mais.
- **Saúde (29% no total da amostra):** atinge 34% entre as mulheres, 35% entre os que têm até o fundamental e 34% na faixa até 2 SM. No recorte regional, destacam-se Norte e Nordeste, ambas com 34% de menções.
- **Educação (12% no total da amostra):** essa área é mais citada entre aqueles com 60 anos ou mais e na região Sul (15% em ambos os casos).
- **Inflação e Custo de Vida (9% no total da amostra):** mencionada com mais frequência entre os jovens de 18 a 24 anos (11%), entre aqueles que têm ensino superior (11%) e no Sul (12%).
- **Segurança (8% no total da amostra):** sobe para 10% entre os homens e na faixa acima de 5 SM.
- **Fome e Pobreza (4% no total da amostra):** alcança 6% na faixa até 2 SM e na Região Norte.

Demais áreas listadas recebem 4% ou menos das menções em todos os segmentos.

### 3. 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
Emprego e renda	29	29	29	32	30	30	22
Saúde	29	22	34	23	30	27	33
Educação	12	12	12	11	11	13	15
Inflação e Custo de Vida	9	9	8	11	7	10	8
Segurança	8	10	6	8	7	8	8
Fome e Pobreza	4	4	4	5	4	5	5
Corrupção	3	5	2	3	4	2	4
Meio Ambiente	3	2	3	4	3	2	2
Reforma tributária	2	3	1	1	2	2	2
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	2	1	1	1	1	1
Políticas de incentivo ao crédito	1	1	0	0	1	1	1
Não sabe / Não respondeu	0	0	0	0	0	0	1

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Emprego e renda	29	30	27	31	31	27	27
Saúde	29	35	25	25	34	25	23
Educação	12	9	14	13	9	14	14
Inflação e Custo de Vida	9	6	9	11	7	10	9
Segurança	8	6	9	7	6	9	10
Fome e Pobreza	4	6	4	3	5	4	4
Corrupção	3	2	5	3	2	4	6
Meio Ambiente	3	2	2	4	3	2	3
Reforma tributária	2	1	2	3	1	2	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	2	1	1	2	1
Políticas de incentivo ao crédito	1	1	1		1	1	1
Não sabe / Não respondeu	0	1	0	0	1	0	0

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Emprego e renda	29	25	29	31	29	23
Saúde	29	34	34	24	32	27
Educação	12	11	11	12	13	15
Inflação e Custo de Vida	9	5	5	10	10	12
Segurança	8	7	8	9	4	6
Fome e Pobreza	4	6	5	4	3	4
Corrupção	3	3	2	4	2	4
Meio Ambiente	3	3	2	3	1	3
Reforma tributária	2	2	1	2	2	2
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	2	1	0	3	2
Políticas de incentivo ao crédito	1	1	1	1	1	1
Não sabe / Não respondeu	0	1	0	0	1	0

Pergunta: Quais dessas que vou ler são, na sua opinião, as áreas para que o Governo Federal deveria dar mais atenção nos próximos meses? (ESTIMULADA)



# **/ 4. QUADRO ASPIRACIONAL**

## 4. QUADRO ASPIRACIONAL

### Compra e reforma de casa no centro das atenções.

---

Quase metade dos brasileiros (48%) investiria em moradia (comprar: 30%; reformar: 18%) caso tivesse recursos para isso. Em seguida, se houvesse sobras no orçamento, 47% aplicariam o dinheiro no banco (poupança: 20%; outros: 27%). Investimentos em educação pessoal ou da família vêm na sequência, com 18%.

Embora o ranking se mantenha ao longo da série histórica, sutis variações podem ser observadas entre dezembro e fevereiro:

- **Comprar imóvel:** oscilou de 31% para 30%. Os percentuais são próximos entre os vários estratos, com variações mais expressivas por região, indo de 36% no Centro-Oeste a 26% no Sudeste.
- **Aplicar em outros investimentos bancários:** subiu de 25% para 27%. Alcança 36% entre os que têm nível superior e 37% na faixa acima de 5 SM.
- **Aplicar na poupança:** recebe 20% das menções, um ponto a menos que em dezembro. Esse desejo perpassa de forma homogênea os diversos estratos, mas cai para 15% no Norte e no Centro-Oeste.
- **Reformar a casa:** tipicamente relacionado aos eventos de fim de ano, esse item caiu de 21% em dezembro para 18% em fevereiro. Menções são mais frequentes entre os que têm 60 anos ou mais (23%).
- **Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família:** subiu de 16% para 18%, empatando com reforma da casa no 4º lugar do ranking. Entre os jovens de 18 a 24 anos, esse desejo é expresso por 27%.
- **Viajar:** manteve-se em 15%, marcando a 5ª posição no ranking. Chega a 21% entre os que têm nível superior.
- **Comprar carro:** item praticamente estável desde outubro de 2024, com pequenas alterações. Oscilação de 11% em dezembro para 9% em fevereiro, sem grandes variações por estratos sociodemográficos.
- **Fazer ou melhorar o plano de saúde:** oscilou de 8% para 10%, com diferenças pouco expressivas por segmentos sociodemográficos.
- **Comprar eletrodomésticos e/ou eletrônicos:** oscilação negativa de um ponto, indo de 8% para 7% das menções.
- **Comprar moto e Fazer seguro de carro, casa, vida e/ou outros:** esses dois itens mantiveram-se empatados com 2%, sem diferenças significativas por segmentos.

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

### 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	30	31	29	27	30	31	29
Aplicar em outros investimentos bancários	27	29	25	24	31	28	20
Aplicar na poupança	20	17	22	19	21	17	20
Reformar a casa	18	17	19	14	15	21	23
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	17	18	27	17	16	13
Viajar	15	14	16	10	15	16	17
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	8	11	8	9	10	12
Comprar carro	9	9	10	10	10	10	8
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	6	7	12	7	5	4
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	2	2	2	2	3	1
Comprar moto	2	2	1	2	2	2	1
Outras	5	6	4	3	5	6	6
Não sabe/Não respondeu	3	3	3	1	2	3	6

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

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

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Comprar imóvel	30	31	29	29	29	29	31
Aplicar em outros investimentos bancários	27	20	28	36	20	29	37
Aplicar na poupança	20	22	17	21	21	18	20
Reformar a casa	18	18	19	15	19	20	13
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	18	18	17	19	16	17
Viajar	15	10	16	21	11	18	19
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	11	9	8	11	9	7
Comprar carro	9	9	10	9	10	11	6
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	7	8	6	7	8	6
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	2	2	2	2	2	2
Comprar moto	2	2	2	2	2	2	2
Outras	5	7	5	4	6	5	5
Não sabe/ Não respondeu	3	4	3	1	4	2	2

	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Comprar imóvel	30	35	31	26	36	34
Aplicar em outros investimentos bancários	27	27	20	32	26	28
Aplicar na poupança	20	15	21	21	15	18
Reformar a casa	18	19	18	18	17	17
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	17	18	18	18	16
Viajar	15	11	13	16	16	18
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	9	10	10	10	8
Comprar carro	9	7	10	10	11	7
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	4	7	7	6	6
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	2	2	2	1	2
Comprar moto	2	0	3	1	3	1
Outras	5	6	4	5	7	6
Não sabe/ Não respondeu	3	3	3	3	1	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)



# 5. ENDIVIDAMENTO E O PROGRAMA DESENROLA

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

### Estabilidade na perspectiva de endividamento.

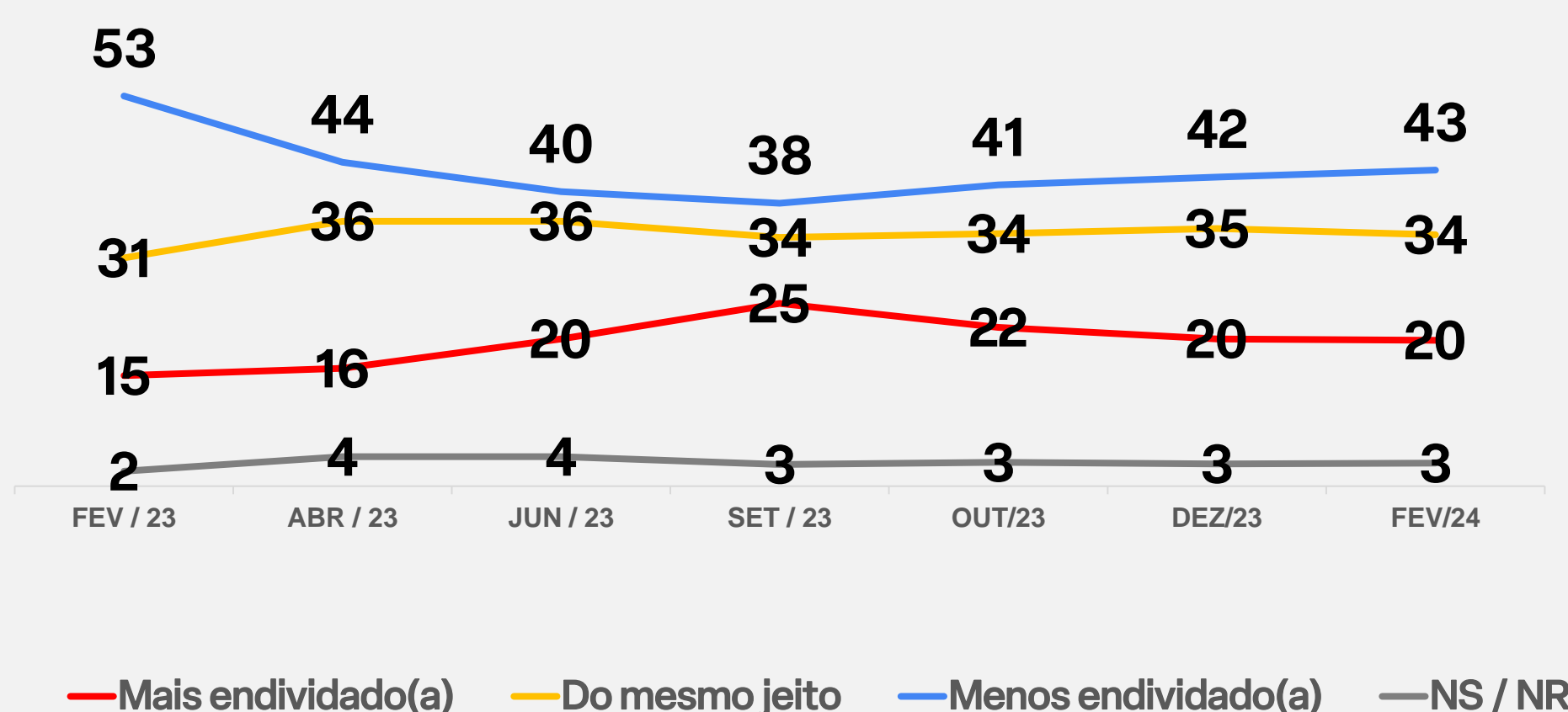
**A perspectiva de diminuição do endividamento pessoal cresce de forma discreta, mas regular, desde outubro de 2023, quando registrava 41%, oscilando para 42% em dezembro e 43% agora.**

Esse olhar otimista é mais recorrente na faixa de 25 a 44 anos (47%), entre os que têm renda acima de 5 SM (47%) e no Nordeste (49%).

Os que acreditam que estarão mais endividados em 2024 do que em 2023 constituem um quinto da amostra, desde dezembro. Esse prognóstico desfavorável sobre o próprio endividamento é relativamente homogêneo entre os segmentos, mas chega ao maior percentual (26%) na região Norte.

Os que apostam em estabilidade do montante de dívidas oscilaram para baixo, de 35% para 34%, sem grandes variações entre os estratos sociodemográficos.

#### 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(a) que em 2023, do mesmo jeito ou menos endividado(a) que em 2023?



## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

### 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	20	22	18	22	19	20	21
Do mesmo jeito	34	32	36	35	32	35	37
Menos endividado	43	43	43	41	47	43	36
NS / NR	3	3	3	2	2	3	6

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Mais endividado	20	20	20	19	22	19	17
Do mesmo jeito	34	34	34	34	34	36	32
Menos endividado	43	42	42	45	41	42	47
NS / NR	3	4	3	2	4	2	3

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Mais endividado	20	26	17	21	17	20
Do mesmo jeito	34	27	30	37	36	35
Menos endividado	43	46	49	38	46	42
NS / NR	3	1	3	4	1	3

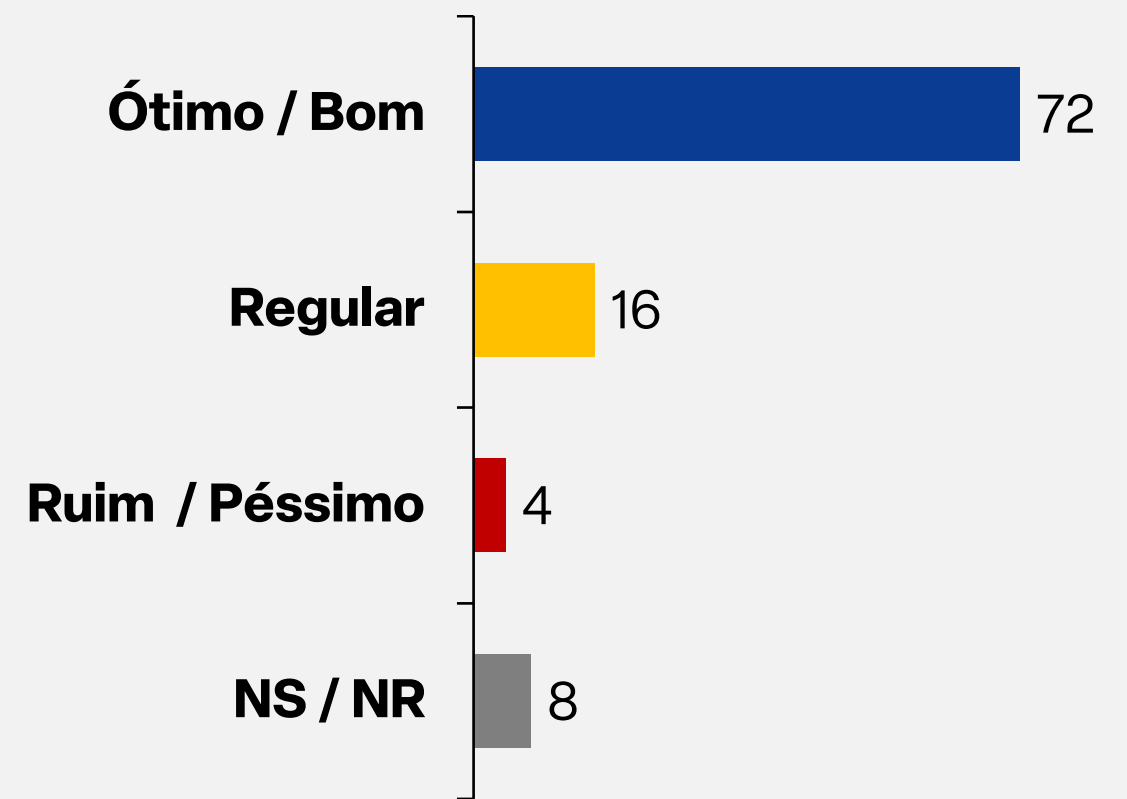
Pergunta: E o(a) Sr(a) acredita que até o final deste ano de 2024 estará mais endividado(a) que em 2023, do mesmo jeito ou menos endividado(a) que em 2023?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

**72% avaliam o Desenrola como ótimo ou bom.**

A percepção positiva sobre o Programa perpassa todos os segmentos de público, ficando abaixo de 70% entre os homens (69%), na faixa de 60 anos e mais (69%) e na região Sul (65%).

### AVALIAÇÃO DO PROGRAMA DESENROLA (%)



### AVALIAÇÃO DO PROGRAMA DESENROLA (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Ótimo / Bom	72	69	75	70	74	73	69
Regular	16	17	15	20	16	14	16
Ruim / Péssimo	4	6	3	4	5	4	4
NS / NR	8	8	7	6	6	8	11

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Ótimo / Bom	72	73	71	74	73	72	71
Regular	16	15	17	15	16	17	15
Ruim / Péssimo	4	3	4	5	3	4	7
NS / NR	8	9	8	5	8	7	6

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Ótimo / Bom	72	75	77	72	71	65
Regular	16	14	13	16	19	20
Ruim / Péssimo	4	4	4	5	4	4
NS / NR	8	7	7	7	6	11

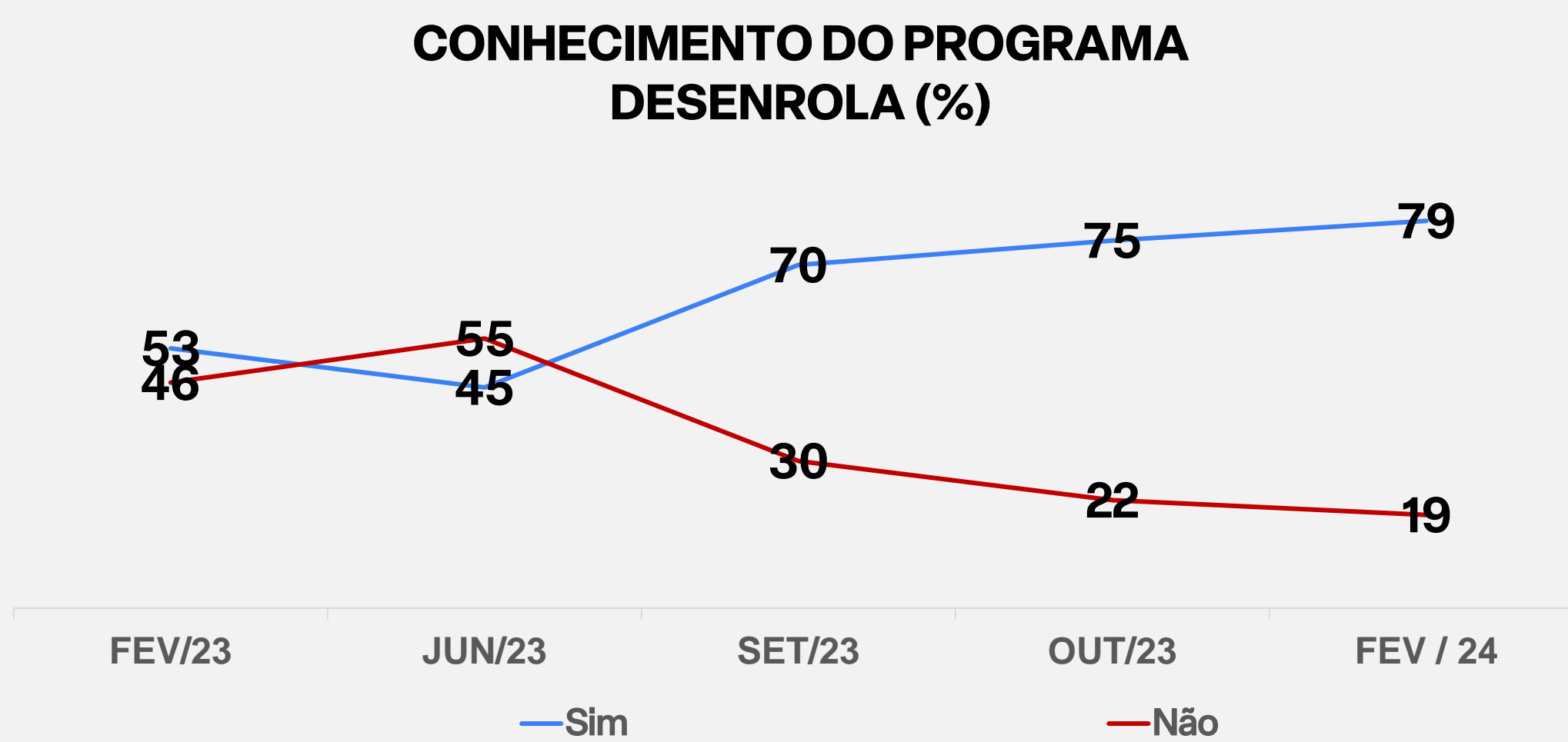
Pergunta: Pelo que sabe ou ouve falar, como o(a) Sr(a) avalia o Programa Desenrola do Governo Federal com a participação dos bancos?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

### Avança o conhecimento sobre o Programa Desenrola.

Cerca de um ano após o lançamento, oito em cada dez brasileiros (79%) conhecem o Programa, o que representa um avanço de quatro pontos em relação a dezembro (75%) e de 26 pontos comparativamente a fevereiro de 2023. O conhecimento do Desenrola fica abaixo de 70% apenas entre os jovens de 18 a 24 anos (64%).

A parcela que não conhece o Desenrola é de 19%, praticamente dobrando (34%) entre os mais jovens.



### CONHECIMENTO SOBRE O PROGRAMA DESENROLA (%)

SEXO	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	79	80	78	64	81	84	79
Não	19	19	20	34	18	15	19

INSTRUÇÃO	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	79	74	80	86	73	82	87
Não	19	24	19	14	25	17	13

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	79	75	80	80	80	77
Não	19	24	19	18	20	20

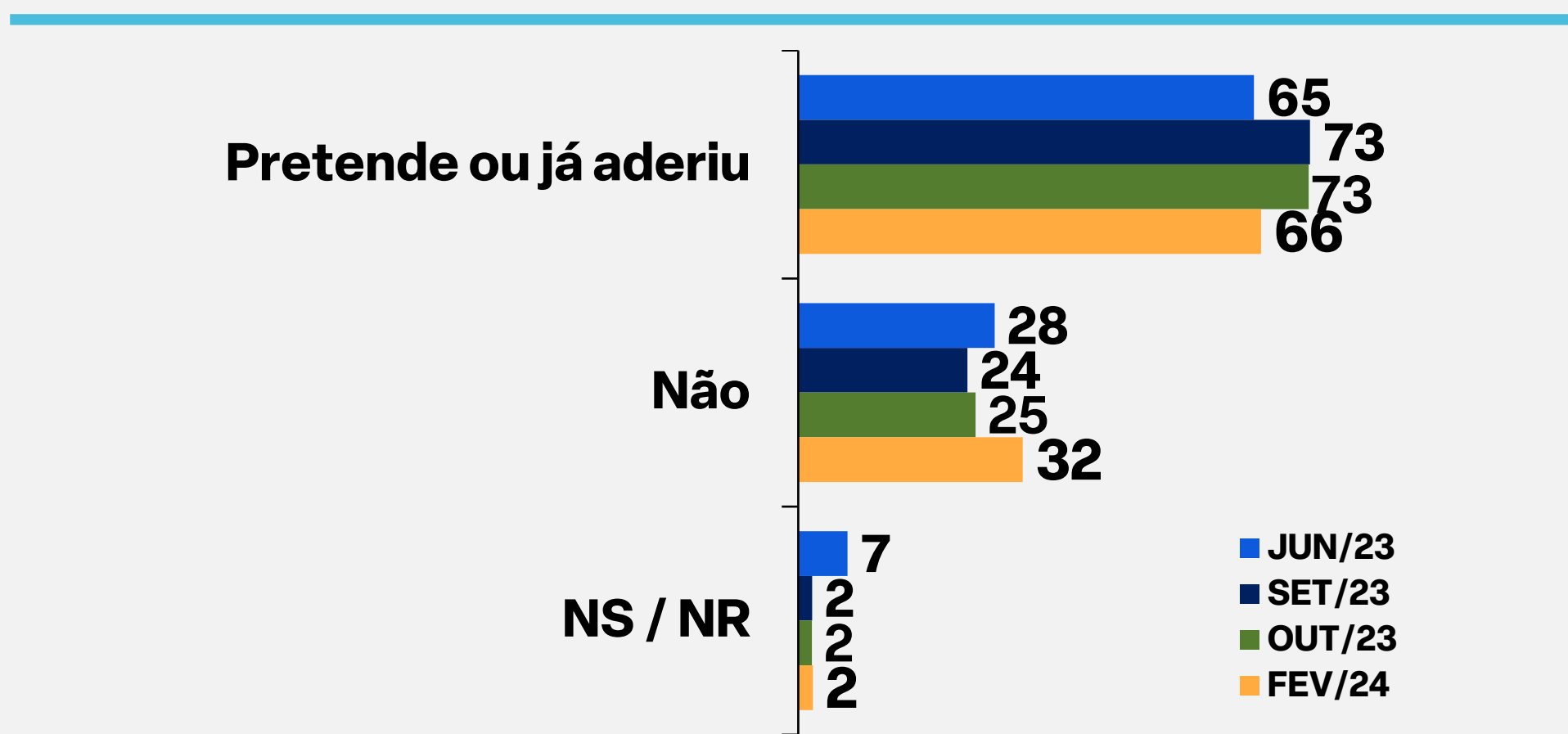
Pergunta: O Governo Federal com participação dos bancos implementou o Programa Desenrola para refinanciamento de dívidas de pessoas físicas e a desnegativação dos nomes. O(a) Sr(a) tomou ou não tomou conhecimento do Desenrola?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

### A intenção de aderir ao Desenrola sofre recuo.

Segundo o Governo Federal, o Desenrola Brasil já beneficiou aproximadamente 12 milhões de brasileiros, renegociando R\$ 35 bilhões em dívidas. O RADAR FEBRABAN levantou que 66% dos brasileiros expressam interesse em participar do Programa ou já aderiram, recuo de sete pontos em relação a dezembro (73%). O público mais jovem mostra-se o mais interessado no Desenrola (75%).

**PRETENSÃO DE PARTICIPAR DO PROGRAMA DESENROLA (%)**  
(Apenas para quem tem dívidas)



**PRETENSÃO DE PARTICIPAR DO PROGRAMA DESENROLA (%)**  
(Apenas para quem tem dívidas)

Resposta (%)	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	66	60	70	75	71	60	58
Não	32	40	28	23	28	38	39
Não Sabe / Não Respondeu	2	1	3	2	2	2	3

Resposta (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Pretende ou já aderiu	66	70	66	60	70	68	57
Não	32	29	32	39	29	31	41
Não Sabe / Não Respondeu	2	2	2	1	2	2	2

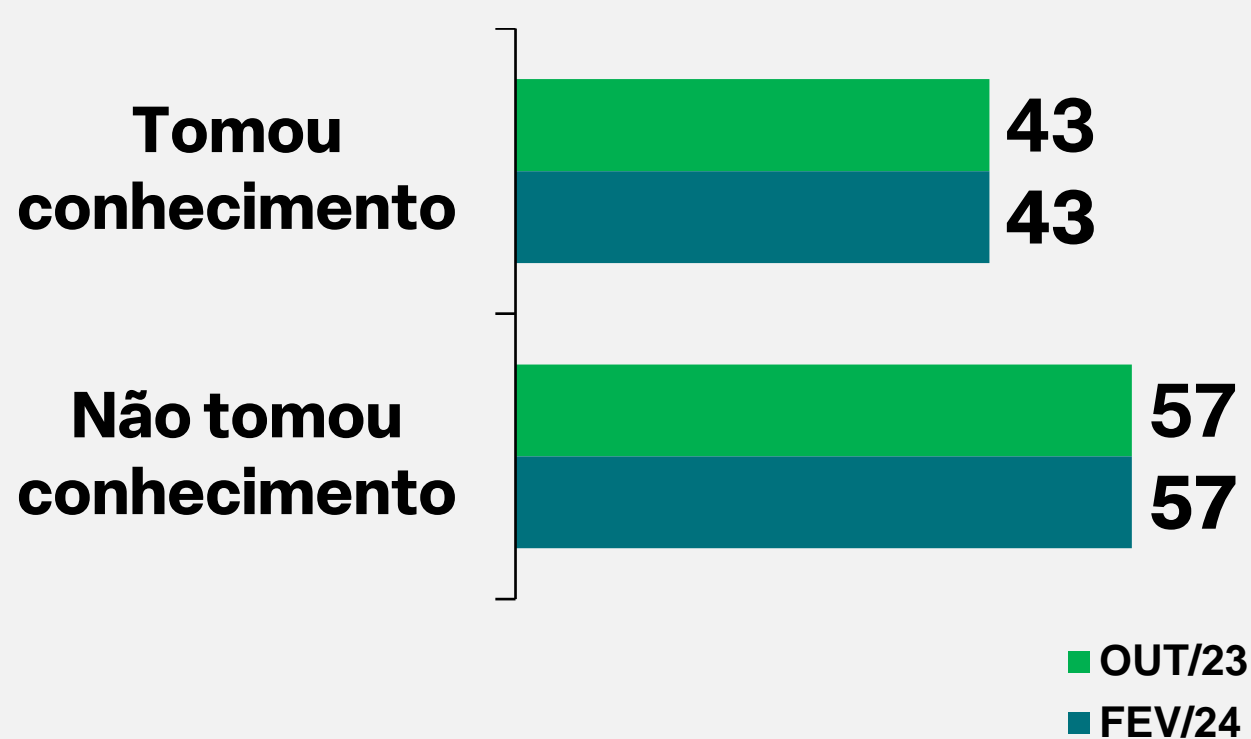
  

Resposta (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Pretende ou já aderiu	66	61	73	72	59	58
Não	32	39	27	25	28	42
Não Sabe / Não Respondeu	2	1	1	3	4	1

Pergunta: O(a) Sr(a) pretende participar desse programa de refinanciamento de dívidas ou já aderiu?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

### CONHECIMENTO DA PLATAFORMA ONLINE DO PROGRAMA DESENROLA (%)



**Passa da metade o contingente que desconhece a plataforma online do Desenrola.**

O conhecimento sobre a plataforma do Desenrola segue inalterado desde outubro, mantendo-se em 43%. Os que não a conhecem somam 57%.

Embora os jovens de 18 a 24 anos sejam sabidamente a parcela mais conectada, registra-se entre eles o maior desconhecimento sobre a plataforma online do Desenrola (64%), o que ratifica seu desconhecimento sobre o Programa. Nesse quesito destaca-se também a região Norte, com 64% de desconhecimento.

### CONHECIMENTO DA PLATAFORMA ONLINE DO PROGRAMA DESENROLA (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Tomou conhecimento	43	42	45	36	47	42	43
Não tomou conhecimento	57	58	55	64	53	58	57

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Tomou conhecimento	43	40	42	50	41	45	46
Não tomou conhecimento	57	60	58	50	59	55	54

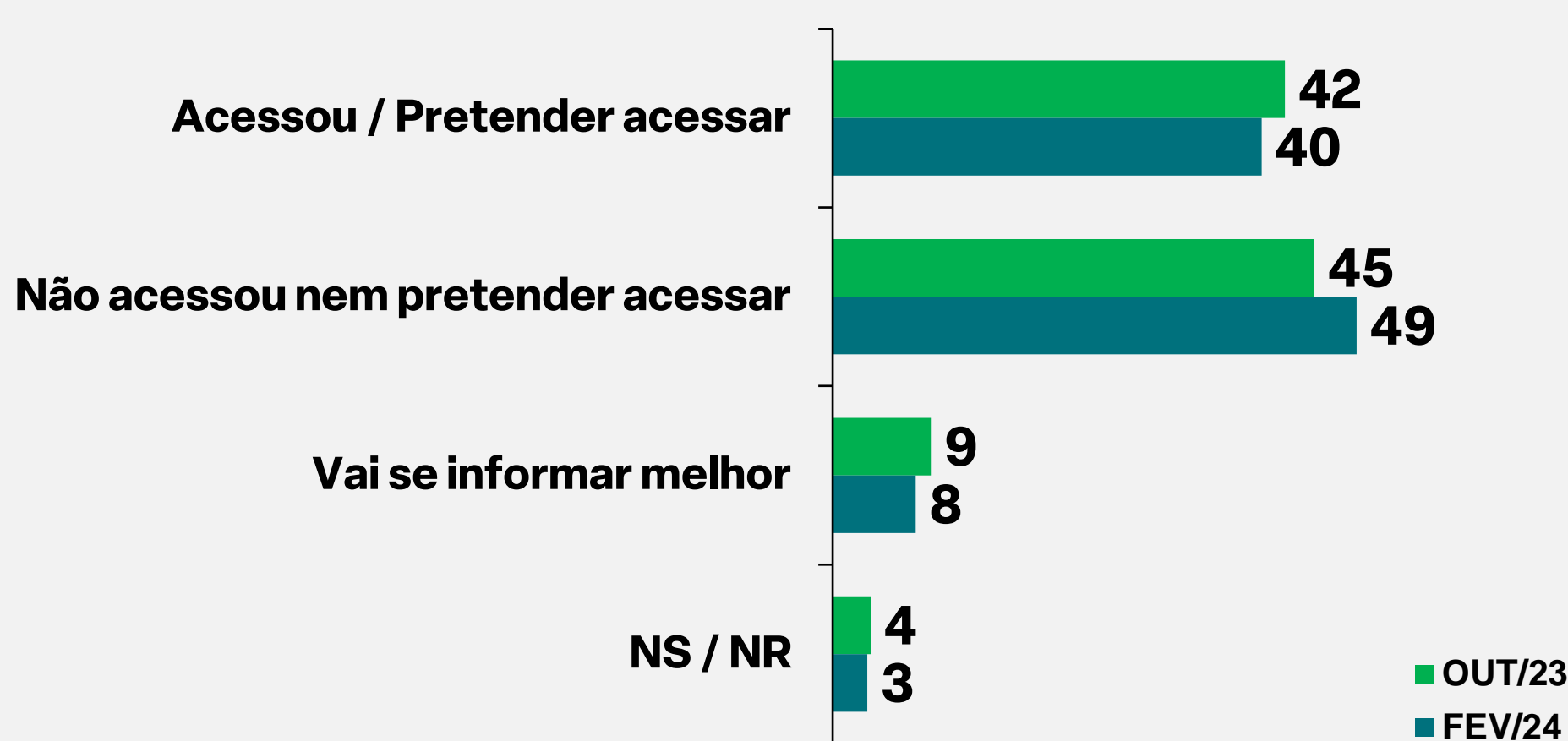
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Tomou conhecimento	43	36	41	47	41	39
Não tomou conhecimento	57	64	59	53	59	61

Pergunta: O programa Desenrola entrou agora em nova etapa, com a prorrogação do prazo para o dia 31 de março para renegociação das dívidas, abrangendo perfil de novas pessoas e o acesso via a plataforma do próprio banco. O(a) Sr(a) tomou ou não conhecimento sobre essa plataforma?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

Entre os que conhecem a plataforma online do Desenrola, 40% acessaram ou pretendem acessar, um recuo de dois pontos em relação a dezembro. Esse número cai para 28% na parcela de 60 anos ou mais.

### PRETENSÃO DE ACESSAR A PLATAFORMA ONLINE DO PROGRAMA DESENROLA (%)



### PRETENSÃO DE ACESSAR A PLATAFORMA ONLINE DO PROGRAMA DESENROLA (%)

Categorias	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Acessou + Pretender acessar	40	36	44	41	46	39	28
Não acessou nem pretender acessar	49	54	44	48	45	49	60
Vai se informar melhor	8	8	8	8	7	9	8
NS / NR	3	2	4	2	3	3	5

Categorias	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Acessou + Pretender acessar	40	40	40	40	43	41	34
Não acessou nem pretender acessar	49	48	49	51	45	49	58
Vai se informar melhor	8	7	9	7	8	9	6
NS / NR	3	5	2	2	4	2	2

Categorias	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Acessou + Pretender acessar	40	35	41	44	36	32
Não acessou nem pretender acessar	49	53	49	45	57	56
Vai se informar melhor (ESPONTÂNEA)	8	8	7	8	6	9
NS / NR	3	3	3	3	2	4

38

Pergunta: O(a) Sr(a) acessou ou pretende acessar essa plataforma online do Desenrola ou através do aplicativo do seu banco?

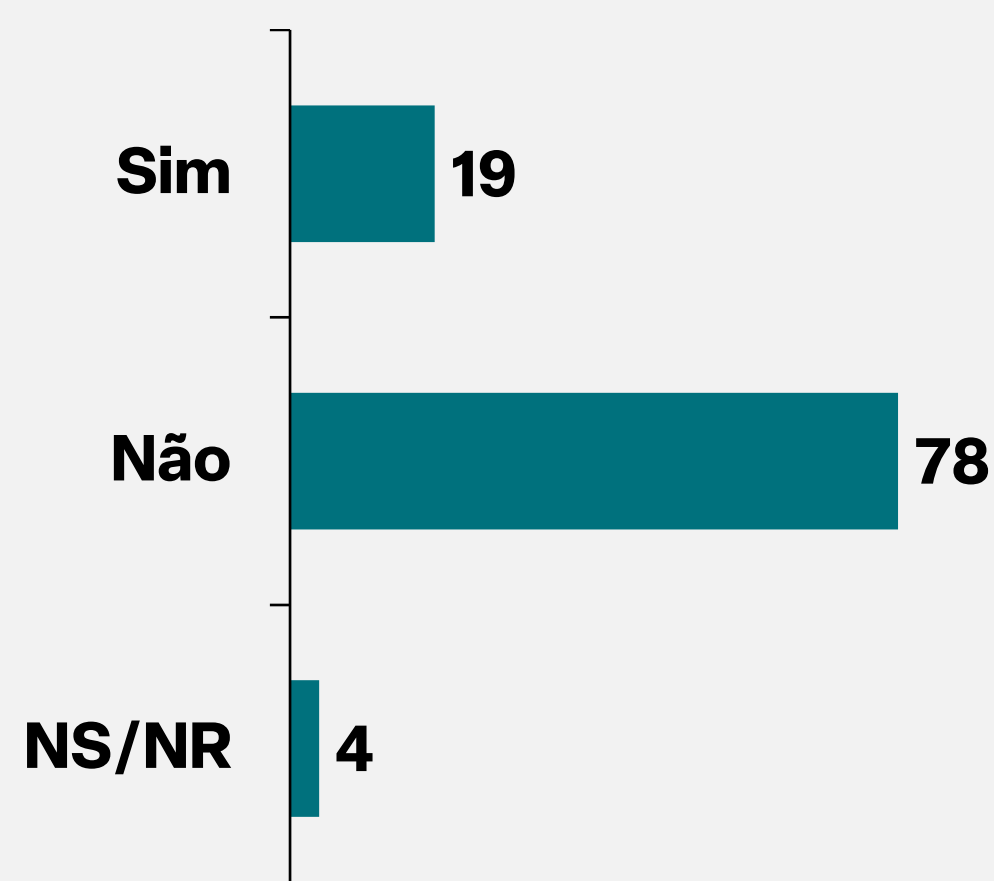
## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESEMBOLSA

**Um quinto dos brasileiros querem fazer empréstimo (19%) nos próximos meses.**

Mas a grande maioria (78%) não tem pretensão de fazer empréstimo.

A parcela que pretende fazer empréstimo é maior na faixa de 25 a 44 anos (22%) e no Nordeste, caindo para 15% na faixa de 45 a 59 anos e 14% na região Sul.

PRETENSÃO DE FAZER EMPRÉSTIMO NOS PRÓXIMOS MESES (%)



PRETENSÃO DE FAZER EMPRÉSTIMO NOS PRÓXIMOS MESES (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	19	19	18	17	22	15	16
Não	78	78	78	80	74	81	79
Não sabe/ Não respondeu	4	3	4	2	4	4	5

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	19	18	19	17	19	19	18
Não	78	78	77	79	78	77	80
Não sabe/ Não	4	3	4	4	4	4	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	19	17	22	18	21	14
Não	78	80	76	77	76	81
Não sabe/ Não	4	3	2	5	3	4

Pergunta: O(A) Sr(a) pretende fazer algum empréstimo nos próximos meses?



## **/ 6. CELULAR SEGURO**

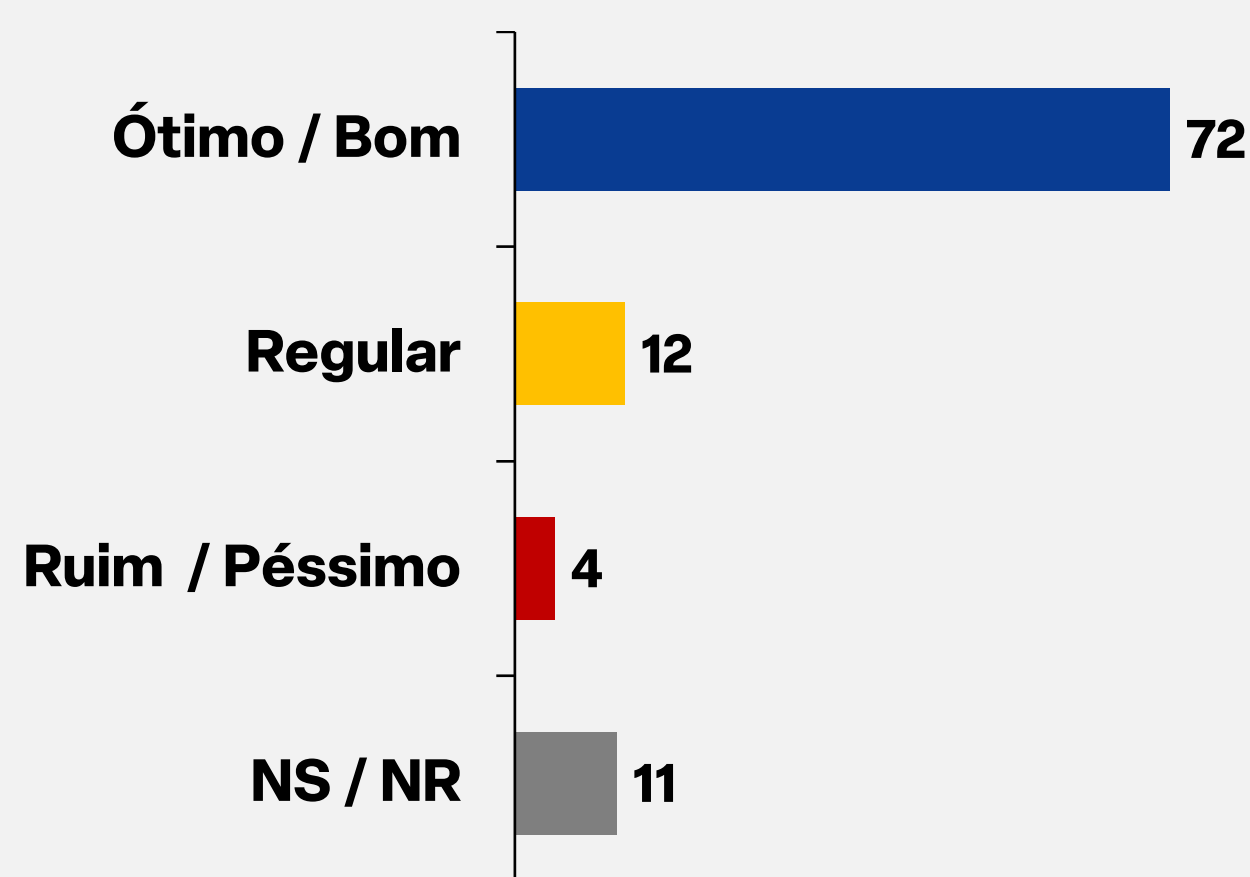


## 6. CELULAR SEGURO

O Programa Celular Seguro tem elevada avaliação positiva.

O Celular Seguro é avaliado como ótimo ou bom por 72%. Essa avaliação está no patamar de 70% em todos os segmentos, exceto jovens de 18 a 24 anos (69%) e na região Sul (65%).

### AVALIAÇÃO DO PROGRAMA CELULAR SEGURO (%)



### AVALIAÇÃO DO PROGRAMA CELULAR SEGURO (%)

Avaliação (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Ótimo / Bom	72	70	75	69	74	73	70
Regular	12	13	11	16	12	10	12
Ruim / Péssimo	4	7	2	5	4	5	5
NS / NR	11	10	12	10	10	13	12

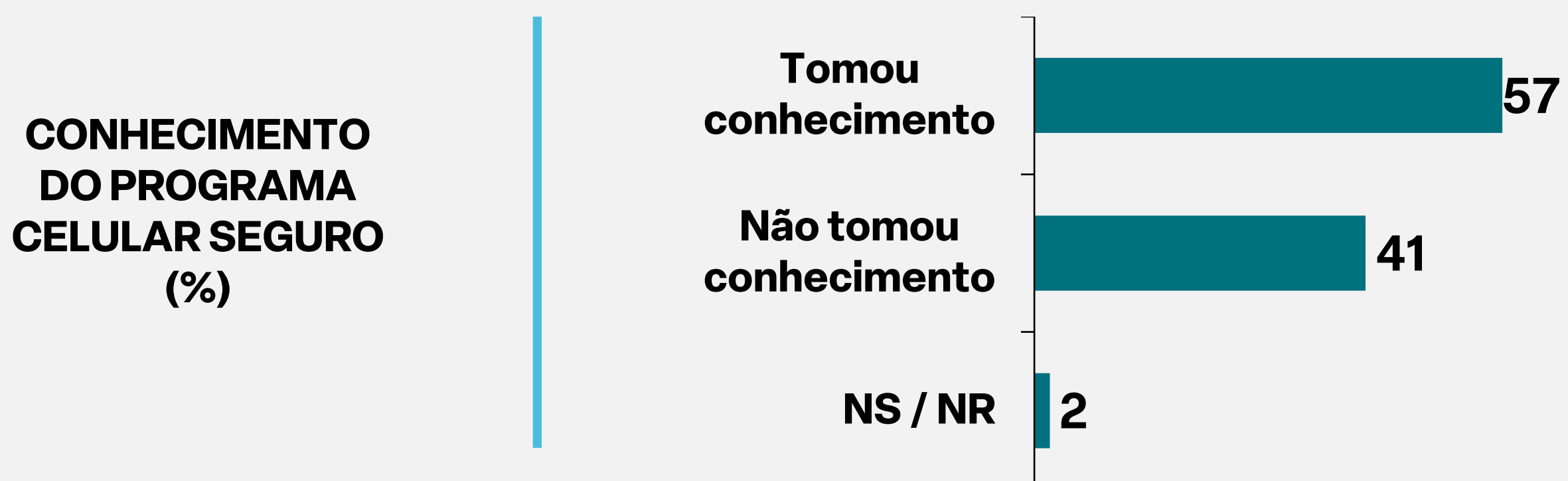
Avaliação (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Ótimo / Bom	72	73	72	72	71	73	73
Regular	12	12	13	11	13	12	10
Ruim / Péssimo	4	4	4	6	4	4	6
NS / NR	11	11	11	12	11	11	11

Avaliação (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Ótimo / Bom	72	71	78	72	71	65
Regular	12	14	11	12	12	14
Ruim / Péssimo	4	3	3	4	5	7
NS / NR	11	12	8	12	13	15

Pergunta: Pelo que sabe ou ouve falar, como o(a) Sr(a) avalia o Programa Celular Seguro?

## 6. CELULAR SEGURO

**Mais da metade da população (57%) tomou conhecimento do Programa Celular Seguro.** Esse nível de conhecimento passa de 50% em todos os segmentos, exceto jovens de 18 a 24 anos, que registram 45%.



### CONHECIMENTO DO PROGRAMA CELULAR SEGURO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Tomou conhecimento	57	60	55	45	59	62	57
Não tomou conhecimento	41	39	42	52	40	36	40
NS / NR	2	1	2	2	2	2	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Tomou conhecimento	57	51	60	63	51	61	65
Não tomou conhecimento	41	46	38	37	47	37	33
NS / NR	2	3	2	1	2	1	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Tomou conhecimento	57	51	59	60	57	52
Não tomou conhecimento	41	48	40	38	41	46
NS / NR	2	1	1	2	2	2

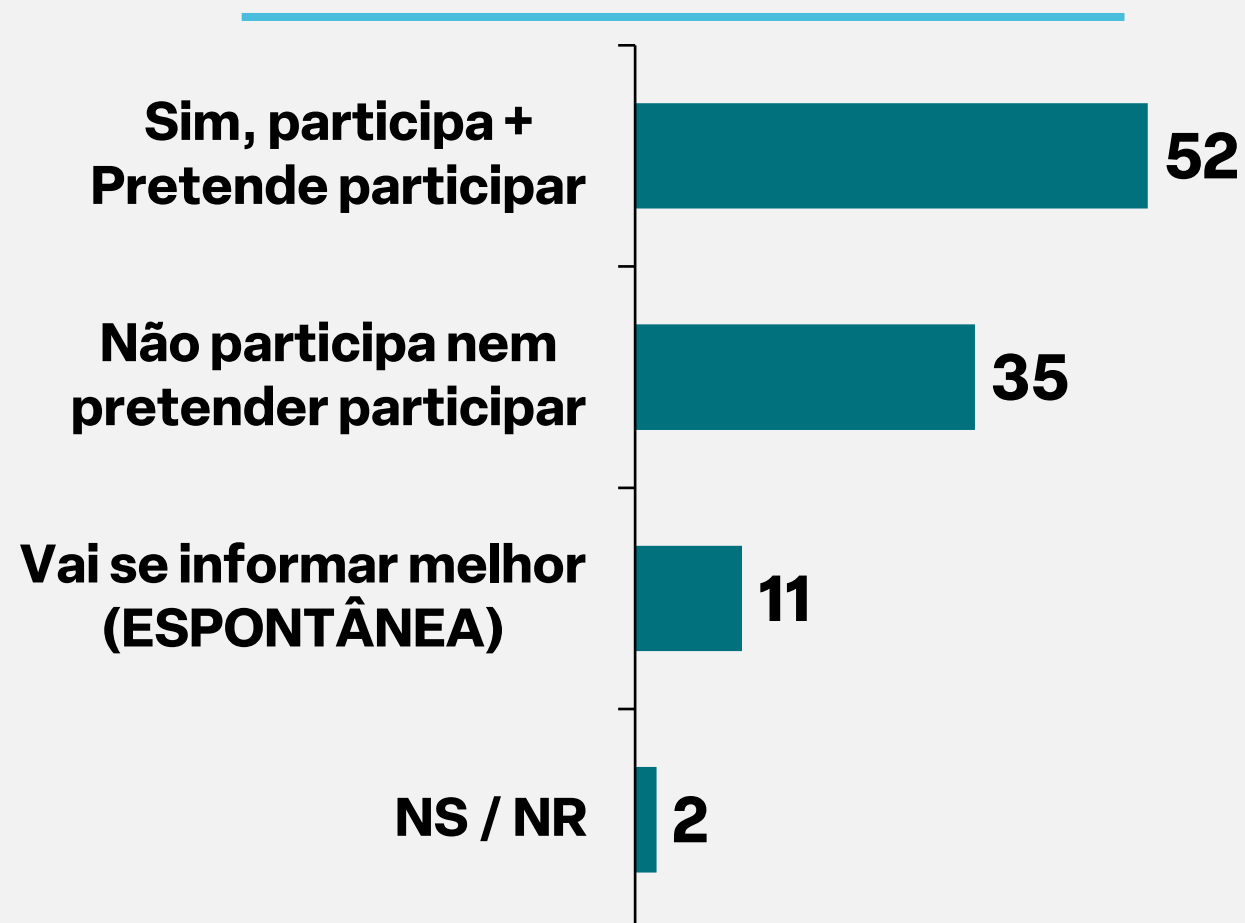
Pergunta: O Governo Federal lançou o Programa Celular Seguro, que visa combater o roubo e o furto de aparelhos celulares no país. O(a) Sr(a) tomou ou não tomou conhecimento do Programa Celular Seguro?

## 6. CELULAR SEGURO

**Boa adesão ao Programa. Mais da metade dos entrevistados (52%) declaram participação ou pretensão de participar.**

O interesse na participação é majoritário em todos os públicos, mas fica abaixo da metade entre os homens (48%); na faixa de 60 anos ou mais (38%); entre os que têm instrução até fundamental (47%); e na faixa de renda até 2 SM (48%).

### PARTICIPAÇÃO/ PRETENSÃO DE PARTICIPAR DO CELULAR SEGURO (%)



No recorte regional, mostram-se mais interessadas as regiões Nordeste (50%) e Sudeste (58%), e menos interessadas Norte (45%), Centro-Oeste (47%) e Sul (44%).

### PARTICIPAÇÃO/ PRETENSÃO DE PARTICIPAR DO CELULAR SEGURO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim, participa + Pretender	52	48	56	57	58	50	38
Não participa nem pretender	35	40	30	31	29	37	47
Vai se informar melhor	11	11	11	11	11	11	12
NS / NR	2	1	3	2	2	2	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim, participa + Pretender participar	52	47	53	59	48	55	56
Não participa nem pretender participar	35	37	35	31	36	33	35
Vai se informar melhor	11	12	11	10	12	11	9
NS / NR	2	4	2	1	4	2	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim, participa + Pretender participar	52	45	50	58	47	44
Não participa nem pretender participar	35	39	39	29	41	40
Vai se informar melhor (ESPONTÂNEA)	11	14	9	11	12	12
NS / NR	2	2	2	2	1	5

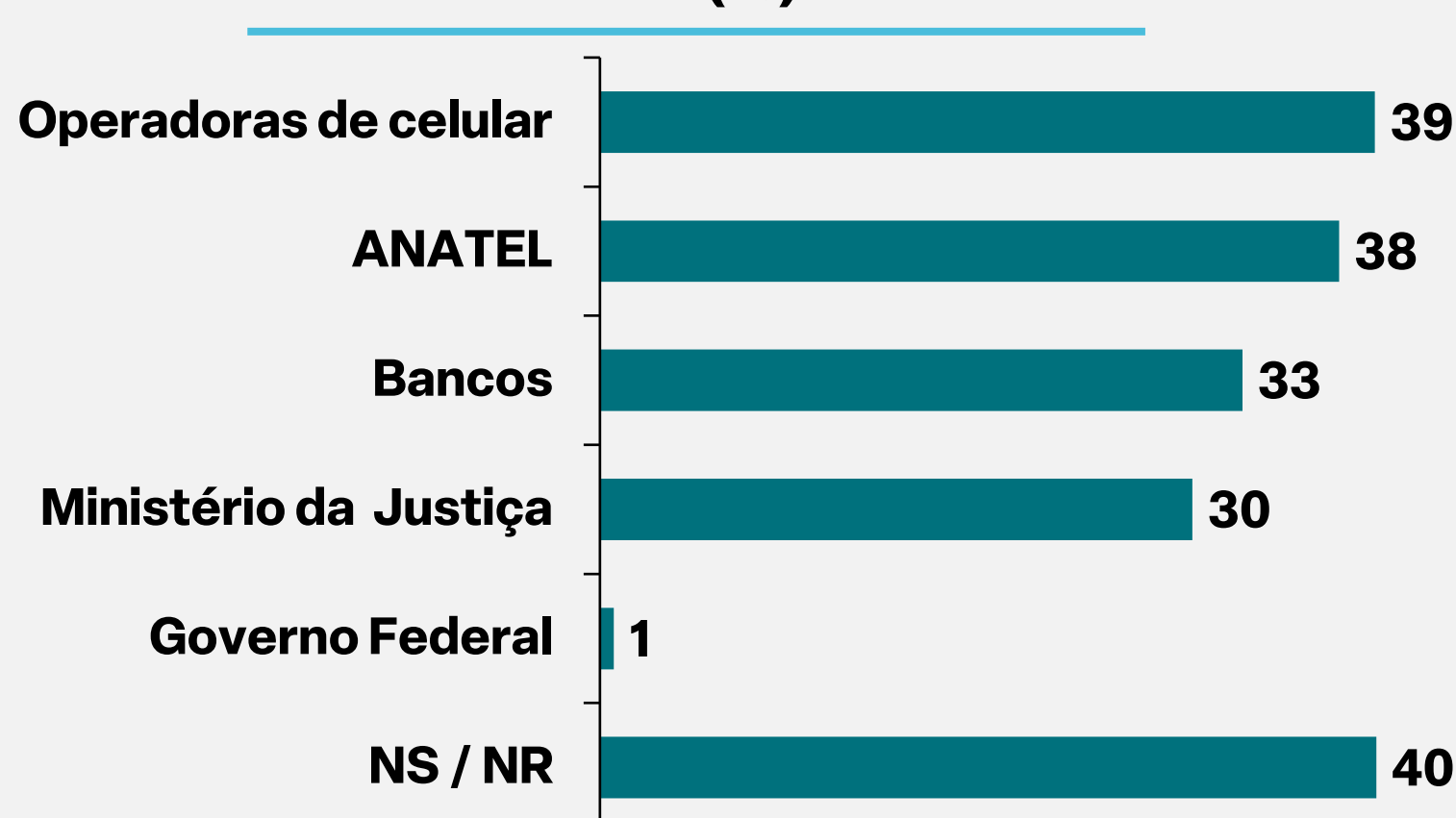
Pergunta: O Programa Celular Seguro com a participação dos bancos possibilita o que as pessoas avisem através de aplicativo ou site de uma só vez a operadora do celular, para bloquear a linha, e os bancos, para impedir o acesso indevido a aplicativos e contas. O(a) Sr(a) participa ou pretende participar desse programa Celular Seguro?

## 6. CELULAR SEGURO

Quanto à informação sobre quais são as instituições parceiras do Celular Seguro, operadoras de celular e Anatel despontam como as mais citadas, com 39% e 38%, respectivamente. Na sequência são mencionados os bancos (33%) e o Ministério da Justiça (30%). Apenas 1% citam o Governo Federal.

Chega a 40% a parcela que não soube responder, ultrapassando 50% na faixa de 60 anos e mais (54%) e na região Norte (57%).

### QUE INSTITUIÇÕES PARTICIPAM DO PROGRAMA CELULAR SEGURO? (APENAS PARA QUEM CONHECE O PROGRAMA) (%)



### QUE INSTITUIÇÕES PARTICIPAM DO PROGRAMA CELULAR SEGURO? (APENAS PARA QUEM CONHECE O PROGRAMA) (%)

Instituição (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Operadoras de celular	39	36	43	40	41	42	32
ANATEL	38	35	40	36	42	37	31
Bancos	33	31	35	39	38	30	21
Ministério da Justiça	30	30	30	34	35	30	18
Governo Federal	1	1		0		1	1
NS / NR	40	43	36	38	32	41	54

Instituição (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Operadoras de celular	39	34	39	48	36	40	44
ANATEL	38	34	37	44	36	39	39
Bancos	33	32	31	36	32	32	34
Ministério da Justiça	30	27	30	35	29	30	33
Governo Federal	1	1		1	1	0	2
NS / NR	40	42	44	29	41	43	32

Instituição (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Operadoras de celular	39	26	30	49	36	36
ANATEL	38	23	31	47	30	32
Bancos	33	24	26	41	28	25
Ministério da Justiça	30	23	25	37	27	24
Governo Federal	1	3	1		0	1
NS / NR	40	57	45	30	50	48

Pergunta: O(a) Sr(a) sabe que instituições participam desse programa? (ESPONTÂNEA/MÚLTIPLA)

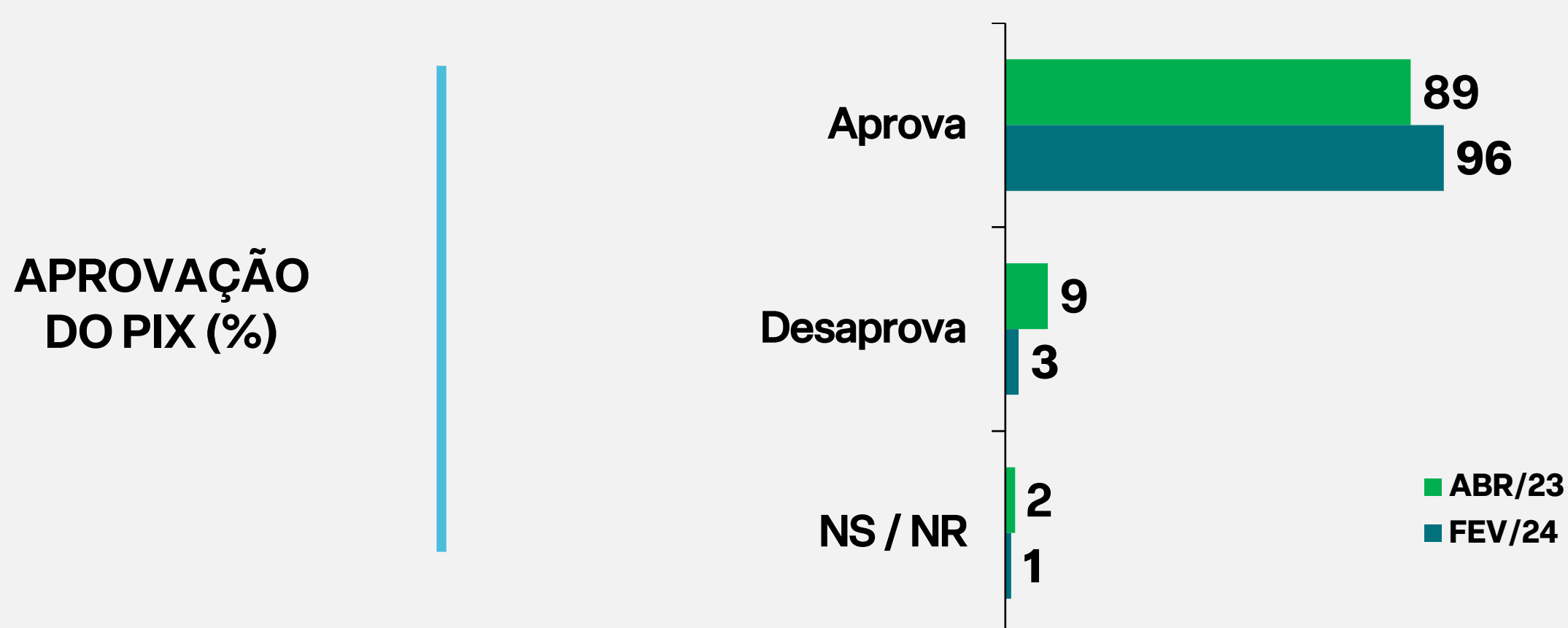


## **/ 7. PIX E FIM DO DOC**

## 7. PIX E FIM DO DOC

### Pix se torna unanimidade, com 96% de aprovação.

Esse número representa um aumento de sete pontos em relação a abril de 2023. A opinião favorável sobre o Pix ultrapassa os 90% em todos os públicos e regiões, chegando a 98% na faixa de 45 a 59 anos e entre os que têm ensino superior.



### APROVAÇÃO DO PIX (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aprova	96	95	96	95	97	98	90
Desaprova	3	3	2	3	2	2	6
NS / NR	1	1	1	1	1	1	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	96	94	96	98	94	97	97
Desaprova	3	4	3	2	4	2	2
NS / NR	1	2	1	2	2	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	96	96	96	96	95	96
Desaprova	3	2	3	3	3	3
NS / NR	1	1	1	1	2	1

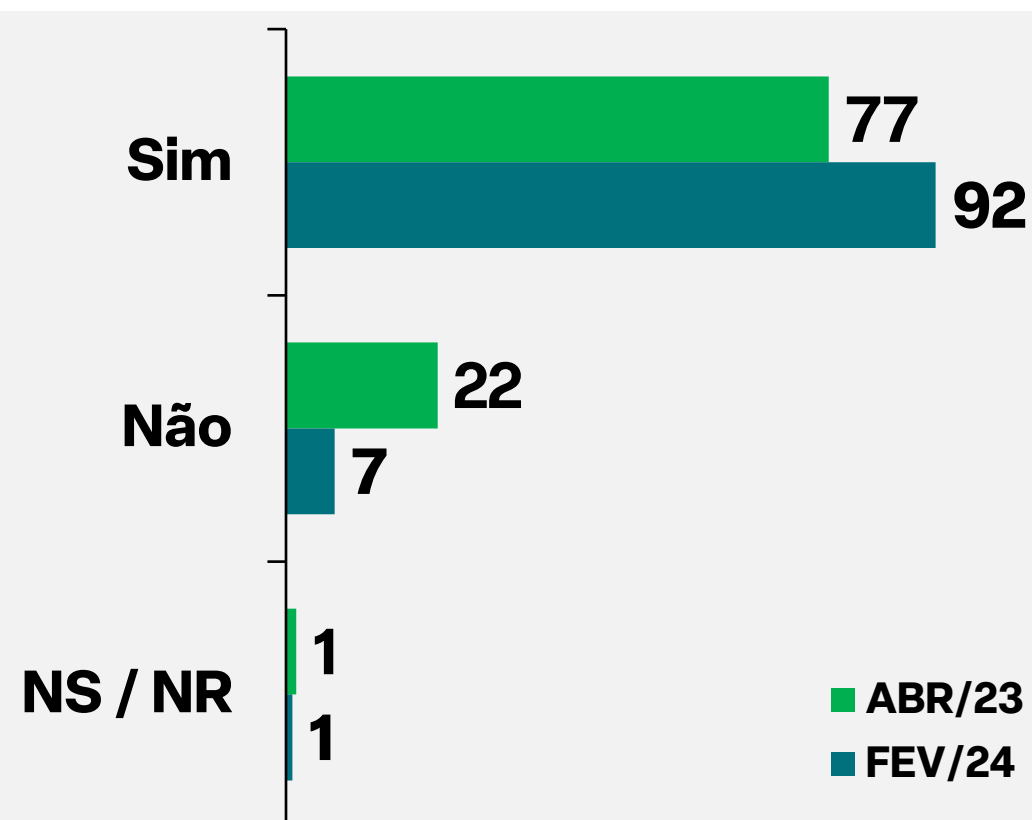
Pergunta: Pela sua experiência ou pelo que ouviu falar, o(a) Sr(a) aprova ou desaprova o PIX?

## 7. PIX E FIM DO DOC

**Cerca de 9 em cada 10 entrevistados (92%) já utilizaram esse serviço. Isso representa um avanço de 15 pontos comparativamente a abril do ano passado.**

Apenas 7% afirmam não ter utilizado o Pix, percentual que chega a dois dígitos na faixa de 60 anos ou mais (18%), entre os que estudaram até o fundamental (11%), na faixa de renda até 2 SM (11%) e na região Norte (10%).

### UTILIZAÇÃO DO PIX (%)



### UTILIZAÇÃO DO PIX (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	92	92	92	93	95	95	81
Não	7	7	7	5	4	4	18
Não respondeu	1	1	1	1	1	1	1

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	92	88	94	97	88	95	97
Não	7	11	5	3	11	4	3
Não respondeu	1	1	1	1	1	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	92	89	92	93	91	91
Não	7	10	8	5	9	8
Não respondeu	1	1	1	1	0	1

## 7. PIX E FIM DO DOC

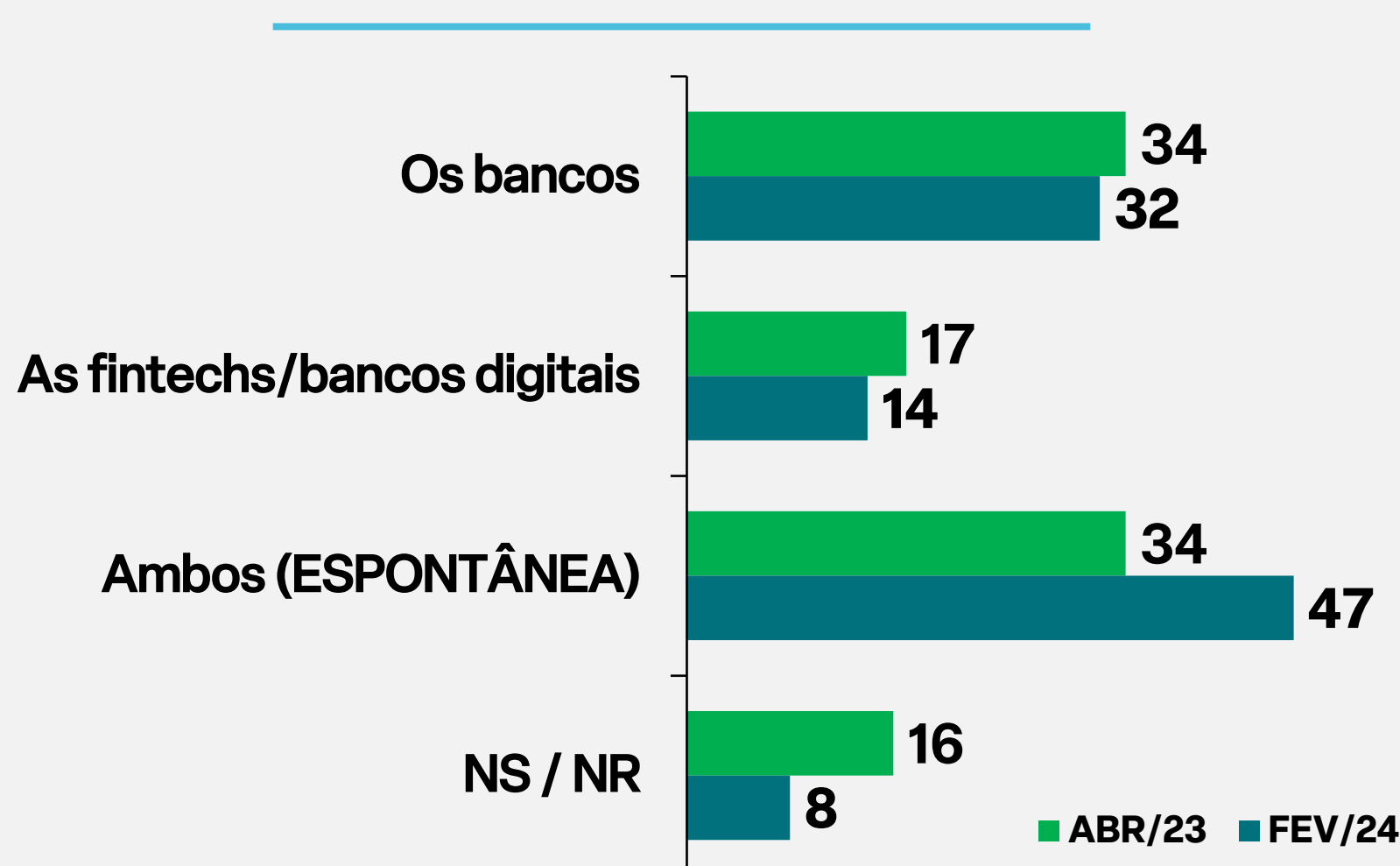
**Cresce a percepção de que o Pix dos bancos e das fintechs são igualmente seguros.**

Um terço continua considerando o Pix mais seguro nos bancos (houve oscilação de 34% em dezembro para 32% no momento). Essa confiança é mais que o dobro do que a depositada no Pix das fintechs (14%; antes eram 17%).

Porém, aumenta a parcela que enxerga paridade entre bancos e fintechs no que se refere à segurança do Pix. De abril de 2023 a fevereiro de 2024, tornou-se majoritário (saltando de 34% para 47%) o contingente que avalia o Pix tão seguro nos bancos quanto nas fintechs.

Isso ocorre em quase todos os estratos demográficos, exceto onde essa opinião empata com a percepção mais favorável aos bancos, isoladamente – na faixa de 60 anos e mais (36% e 35%, respectivamente), e no Centro-Oeste (40% e 41%).

**QUAL OFERECE O PIX MAIS SEGURO?**  
(%)





## 7. PIX E FIM DO DOC

### INSTITUIÇÃO QUE OFERECE O PIX MAIS SEGURO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Os bancos	32	30	34	32	29	34	35
As fintechs/bancos digitais	14	16	11	20	15	10	10
Ambos (ESPONTÂNEA)	47	47	47	44	51	49	36
NS / NR	8	8	8	4	5	6	19

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Os bancos	32	35	28	34	33	31	33
As fintechs/bancos digitais	14	15	14	11	16	12	12
Ambos (ESPONTÂNEA)	47	41	51	50	41	51	51
NS / NR	8	10	7	5	10	7	4

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Os bancos	32	28	33	30	40	34
As fintechs/bancos digitais	14	13	14	14	9	13
Ambos (ESPONTÂNEA)	47	50	46	48	41	46
NS / NR	8	9	6	7	10	8

Pergunta: E em sua opinião, quem oferece o PIX mais seguro? (ESTIMULADA)

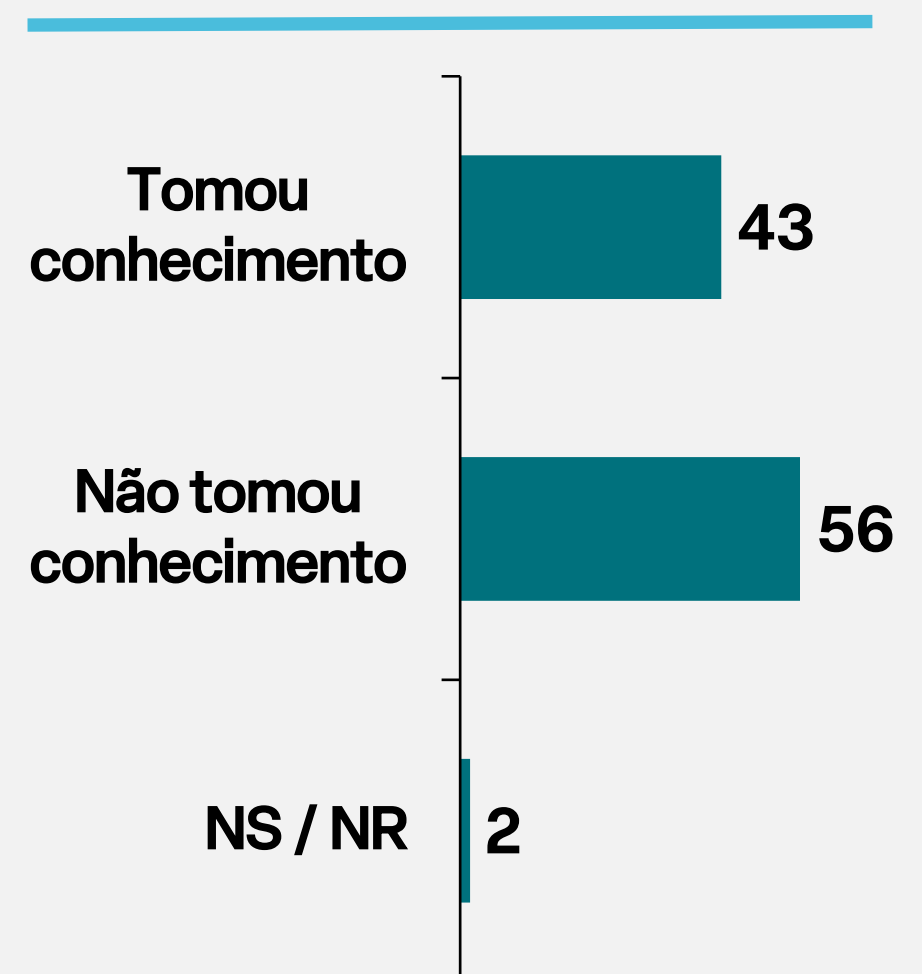
## 7. PIX E FIM DO DOC

**Predomina o desconhecimento sobre o fim do Doc (56%).**

Esse número sobe para 67% na faixa de 18 a 24 anos; 62% entre os que estudaram até o fundamental; e 61% na faixa de renda até 2 SM.

Entre as regiões, o desconhecimento acerca do fim do Doc é maior no Norte (66%) e menor no Sul (52%).

CONHECIMENTO DE QUE O DOC CHEGOU AO FIM (%)



CONHECIMENTO DE QUE O DOC CHEGOU AO FIM (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Tomou conhecimento	43	44	41	31	47	44	41
Não tomou conhecimento	56	55	56	67	52	55	56
NS / NR	2	1	3	2	1	1	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Tomou conhecimento	43	36	46	49	37	44	52
Não tomou conhecimento	56	62	53	50	61	54	47
NS / NR	2	2	2	1	2	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Tomou conhecimento	43	34	38	46	41	46
Não tomou conhecimento	56	66	60	52	58	52
NS / NR	2	0	2	2	1	2

Pergunta: O(a) Sr(a) tomou conhecimento ou não que a transferência via DOC (Documento de Ordem de Crédito), modalidade criada em 1985, chegou ao fim no mês de janeiro?

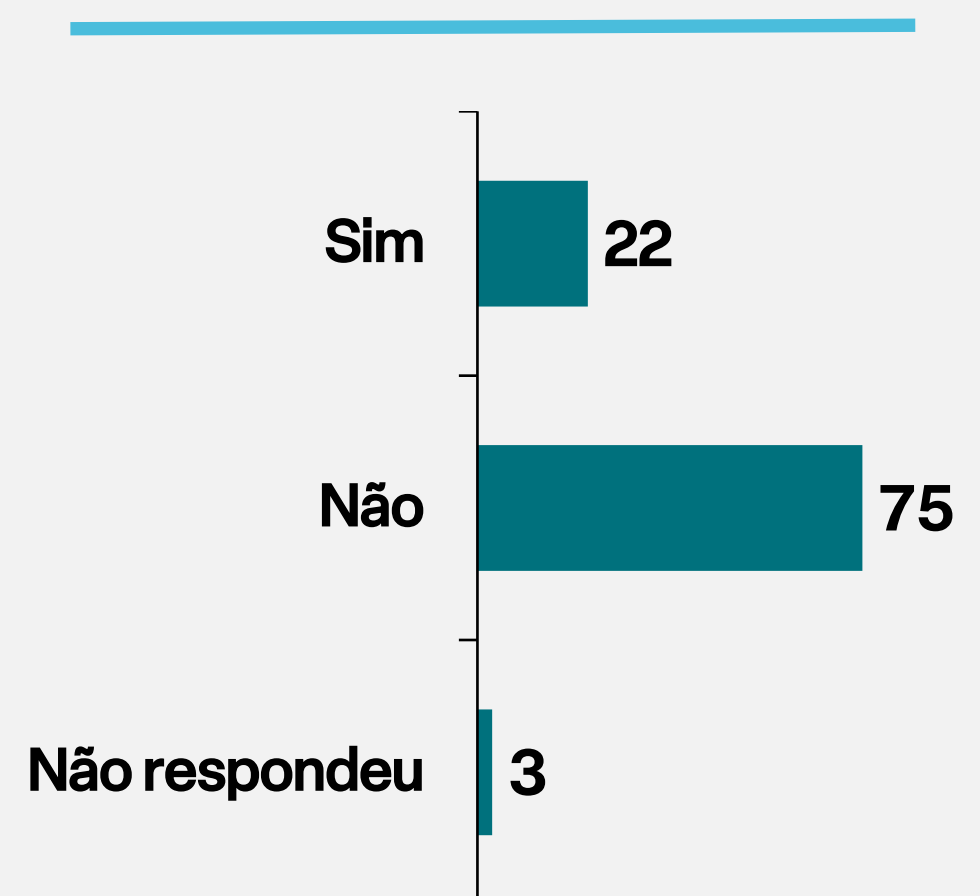
## 7. PIX E FIM DO DOC

### O Doc já era pouco utilizado pelos brasileiros.

75% dos entrevistados declaram que já não utilizavam o Doc em suas transações financeiras.

Esse montante passa de 70% em todos os segmentos de público, alcançando 79% na faixa etária de 45 a 59 anos, na parcela com renda de 2 a 5 SM (79%), e no Norte (80%).

UTILIZAVA OU NÃO O DOC PARA TRANSAÇÕES FINANCEIRAS? (%)



UTILIZAVA OU NÃO O DOC PARA TRANSAÇÕES FINANCEIRAS (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	22	24	19	18	25	18	21
Não	75	74	76	77	74	79	72
Não respondeu	3	1	4	4	2	2	6

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	22	21	20	24	22	19	25
Não	75	74	78	74	73	79	74
Não respondeu	3	5	2	1	5	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	22	17	24	20	24	25
Não	75	80	73	78	74	71
Não respondeu	3	3	3	3	3	3

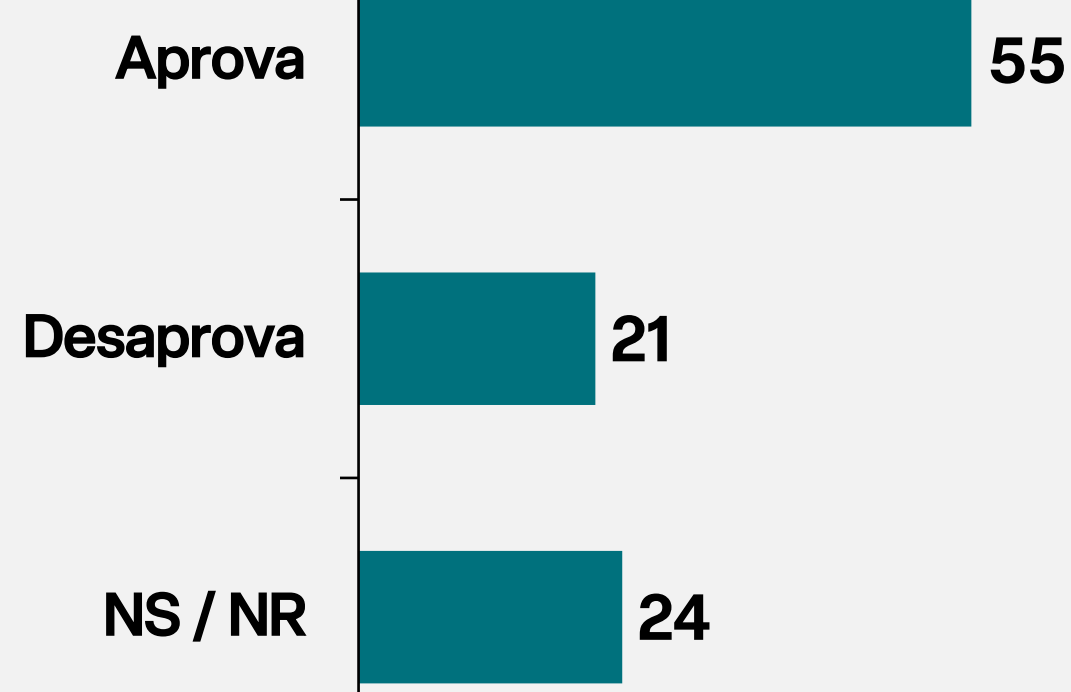
Pergunta: O(a) Sr(a) ainda utilizava o DOC para fazer transações financeiras?

## 7. PIX E FIM DO DOC

**Diante do baixo nível de utilização, 55% aprovam o fim do Doc.**

Em todos os segmentos e regiões, a aprovação do encerramento do Doc ultrapassa de longe a desaprovação. Os que desaprovam o encerramento desse produto (21%) são um pouco mais numerosos na faixa de 18 a 24 anos (25%), entre os que estudaram até o fundamental (25%) e na faixa de renda até 2 SM (25%).

### APROVAÇÃO DO ENCERRAMENTO DO DOC (%)



### APROVAÇÃO DO ENCERRAMENTO DO DOC (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aprova	55	59	51	45	59	58	50
Desaprova	21	21	22	25	20	20	23
NS / NR	24	20	27	30	21	22	28

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	55	49	59	58	49	58	63
Desaprova	21	25	18	21	25	18	18
NS / NR	24	26	23	21	26	23	19

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	55	55	56	55	61	52
Desaprova	21	21	22	23	16	19
NS / NR	24	24	23	23	23	29



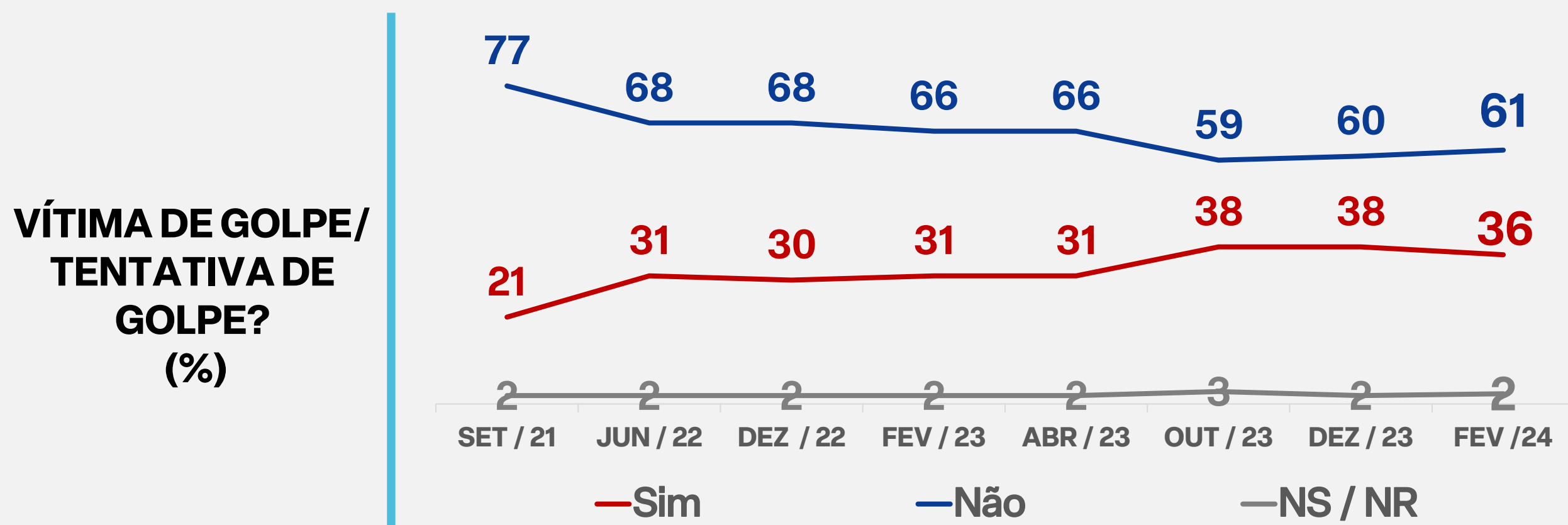
## **8. GOLPES/ TENTATIVAS DE GOLPES**

## 8. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Recua a ocorrência de golpes.

**36% dos brasileiros dizem ter sido vítimas de golpes ou tentativas de golpes, recuo de dois pontos em relação a dezembro (38%).**

Mostraram-se mais vulneráveis a esse tipo de crime aqueles com 60 anos ou mais (40%); as pessoas com nível universitário (41%); e os que têm renda acima de 5 SM.



### 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	36	39	34	28	38	36	40
Não	61	60	63	70	60	62	57
Não respondeu	2	2	3	2	2	2	3

INSTRUÇÃO	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	36	31	38	41	32	38	41
Não	61	65	60	58	64	60	58
Não respondeu	2	4	2	1	4	2	1

REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	36	39	32	36	39	39
Não	61	60	66	60	59	58
Não respondeu	2	2	1	4	1	2

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

## 8. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Lideram o ranking de golpes mais recorrentes: a clonagem ou troca de cartão (44%); o golpe da central falsa (32%); e o pedido de dinheiro por suposto conhecido por meio de whatsapp (31%).

### 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
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	50	64	48	48	50	48	45	44
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	18	26	24	25	28	27	27	32
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	21	25	30	26	28	30	28	31
Golpe do Pix	-	-	-	-	-	20	20	19
Golpe com utilização do CPF através de SMS	-	-	-	-	-	15	12	13
Golpe do leilão ou da loja virtual falsa	10	7	9	7	6	9	9	9
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	-	-	-	-	-	3	2	3
Entraram na minha conta e sacaram o dinheiro	-	-	-	-	-	-	2	-
E-mail com link falso	-	-	-	-	-	-	1	3
Boleto de pagamento falso	-	-	-	-	-	-	1	0
Empréstimo em meu nome	-	-	-	-	-	-	1	1
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

Destacam-se os seguintes tipos de golpes:

TIPO DE GOLPE	EVOLUÇÃO	POR SEGMENTOS
<b>1º</b> Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	<b>44%</b> , oscilação de um ponto em relação a dezembro de 2023 (45%).	Chega a 54% entre os jovens de 18 a 24 anos e 53% no ensino superior.
<b>2º</b> Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	<b>32%</b> , aumento de 5 pontos em relação à onda anterior (27%).	Atinge 42% no Centro-Oeste.
<b>3º</b> Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	<b>31%</b> , aumento de 3 pontos no mesmo período (28%).	38% na faixa de 18 a 24 anos.
<b>4º</b> Golpe do PIX	<b>19%</b> , oscilação de um ponto em relação a dezembro de 2023 (20%).	Alcança um quarto (25%) entre os que têm até o fundamental.
<b>5º</b> Golpe com utilização do CPF através de SMS	<b>13%</b> , oscilação de um ponto em relação a dezembro de 2023 (12%).	17% no Sudeste.

## 8. 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	44	47	41	54	45	46	34
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	32	33	32	28	31	34	35
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	31	28	34	38	33	27	26
Golpe do Pix	19	19	19	21	22	18	12
Golpe com utilização do CPF através de SMS	13	12	14	13	15	13	10
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	10	9	10	10	9	6
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	3	3	3	3	3	2
Email/Links falsos	3	2	3	0	2	5	3
Empréstimo falso	1	2	1	3	1	2	3
Boleto falso	0	1	0	0	0	1	0
NL / NR	4	4	4	1	3	4	7

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	44	43	38	53	43	40	50
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	32	27	35	35	28	35	36
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	31	28	28	38	28	32	33
Golpe do Pix	19	25	16	16	23	17	16
Golpe com utilização do CPF através de SMS	13	15	12	12	14	11	14
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	12	9	7	12	8	5
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	3	2	3	3	2	3
Email/Links falsos	3	2	4	2	2	4	3
Empréstimo falso	1	2	1	1	1	2	1
Boleto falso	0	0	1	0	0	0	1
NL / NR	4	5	3	4	5	4	3

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



## 8. 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	44	34	42	47	33	47
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	32	32	24	37	42	27
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	31	31	26	34	32	30
Golpe do Pix	19	16	20	20	18	16
Golpe com utilização do CPF através de SMS	13	13	9	17	12	9
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	10	12	10	5	4
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	3	3	4	2	0
Email/Links falsos	3	3	4	2	0	4
Empréstimo falso	1	2	2	1	5	1
Boleto falso	0	2	0	0	0	1
NL / NR	4	3	6	2	0	8

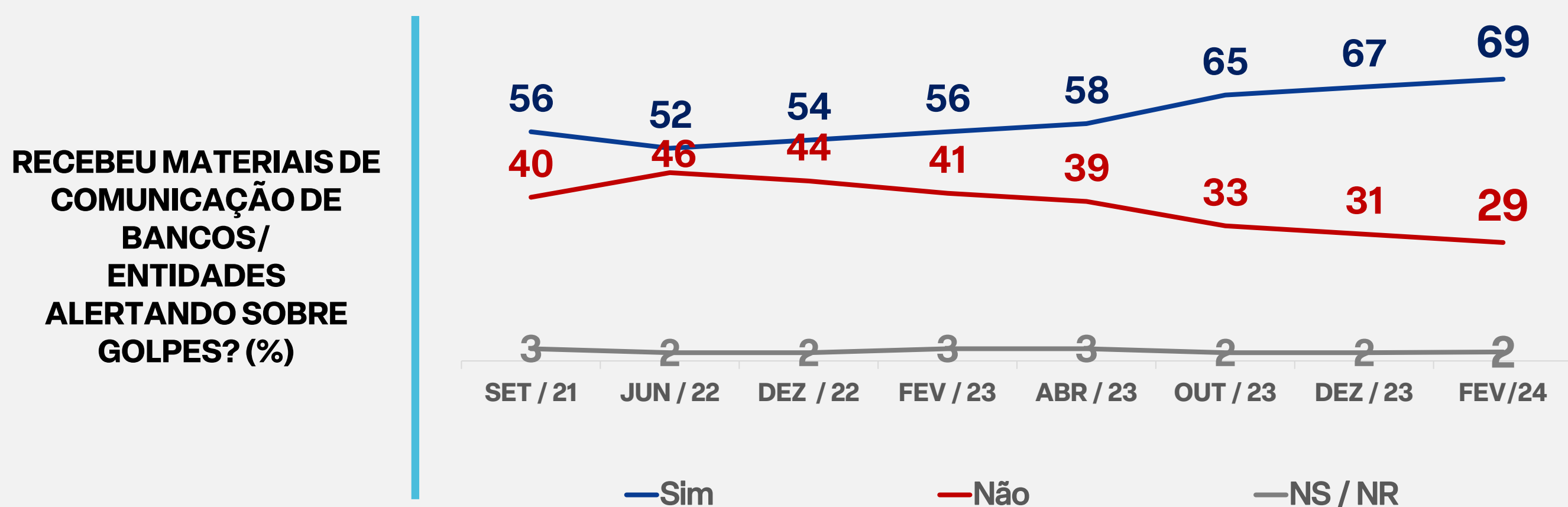
Pergunta: Qual o tipo de golpe ou tentativa de golpe de que o(a) Sr(a) foi vítima? (ESTIMULADA)

## 8. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

### Cresce a lembrança de materiais de bancos informando sobre golpes.

Subiu de 67% para 69% (maior percentual da série histórica) o contingente que lembra de ter recebido materiais de instituições bancárias e outras entidades sobre o tema. Ao mesmo tempo, recuou de 31% para 29% o montante que não recebeu esse tipo de material.

O recall desse tipo de comunicação passa de 60% em todos os estratos e regiões.



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

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	69	70	68	68	73	70	60
Não	29	28	29	30	26	28	37
Não respondeu	2	2	2	2	2	2	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	69	63	70	75	65	71	75
Não	29	33	28	23	32	28	24
Não respondeu	2	3	2	1	3	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	69	63	67	72	70	67
Não	29	35	32	25	29	31
Não respondeu	2	2	1	3	1	2

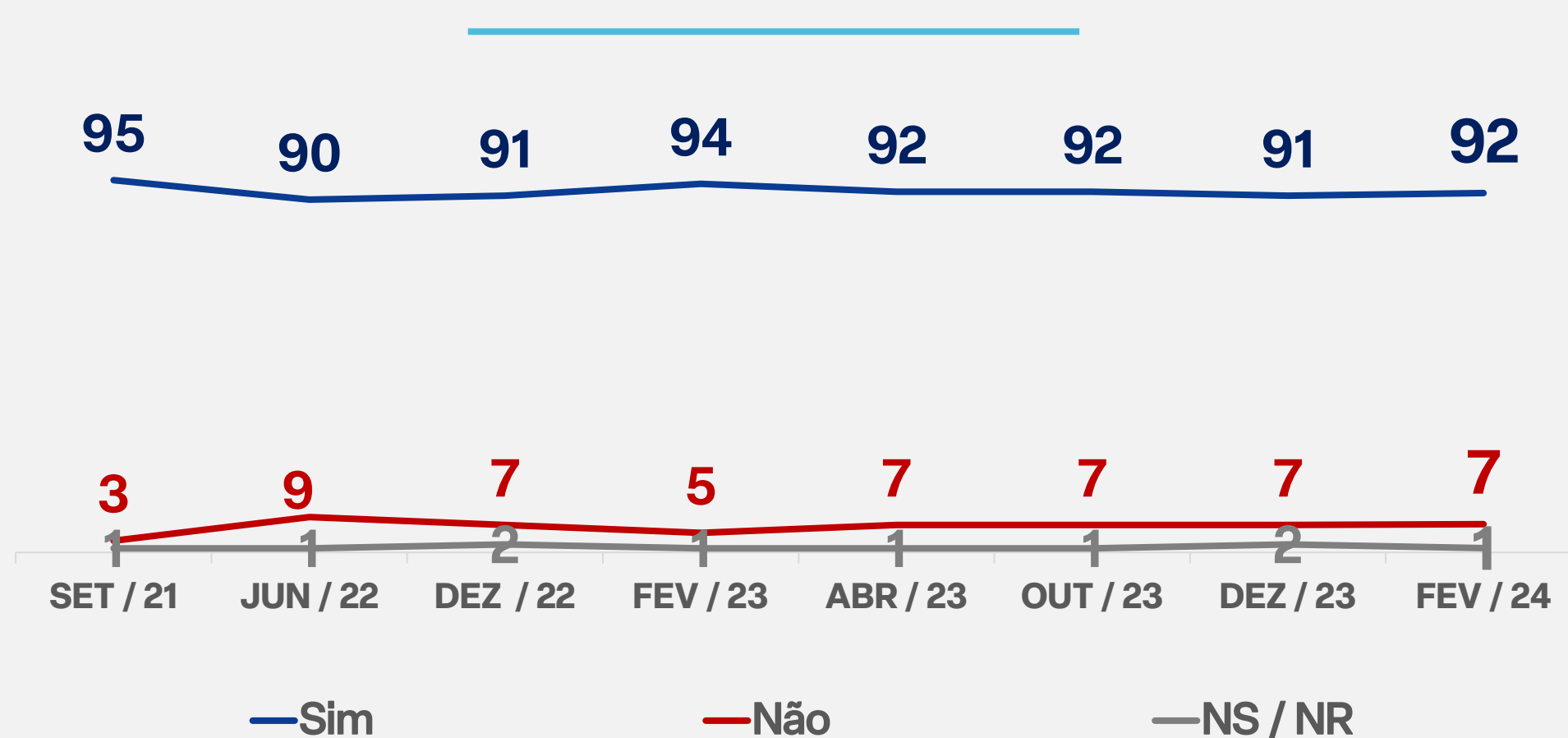
Pergunta: O(a) Sr(a) já recebeu ou não algum material de comunicação do seu banco ou outra entidade alertando contra esses tipos de golpes ou tentativas de golpes que as pessoas sofrem envolvendo suas contas em banco?

58

## 8. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

É amplo, em todos os segmentos de público e regiões, o reconhecimento da importância da ação dos bancos na divulgação e orientação sobre golpes à população: 92% (importante + muito importante), oscilação de um ponto em relação a dezembro (91%).

### 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	92	91	92	90	92	94	90
Não	7	8	6	10	7	5	9
Não respondeu	1	1	1	0	1	1	1

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	92	91	92	92	91	93	92
Não	7	8	7	8	8	6	8
Não respondeu	1	1	1	1	1	1	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	92	91	92	92	92	90
Não	7	8	7	7	8	9
Não respondeu	1	1	1	1	0	1

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  
Fevereiro 2024**

