

 **FEBRABAN**

**RADAR**

**FEBRABAN**



## **PESQUISA BIMESTRAL**

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

**OUTUBRO 2023**

# 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 12 a 16 de outubro de 2023, 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.

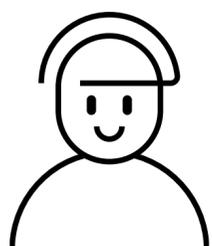
## Margens de erro

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.

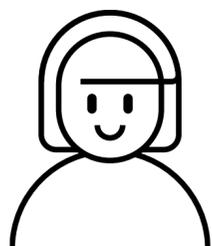
TAMANHO DA BASE	PERCENTUAIS PRÓXIMOS A								
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%
100 entrevistas	6.0	8.0	9.2	9.8	10.0	9.8	9.2	8.0	6.0
200 entrevistas	4.3	5.7	6.5	7.0	7.1	7.0	6.5	5.7	4.3
400 entrevistas	3.0	4.0	4.6	4.9	5.0	4.9	4.6	4.0	3.0
500 entrevistas	2.7	3.6	4.1	4.4	4.5	4.4	4.1	3.6	2.7
800 entrevistas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



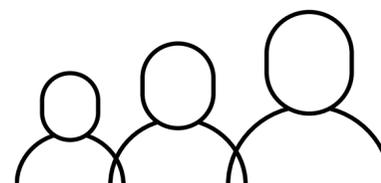
MASCULINO  
47%



FEMININO  
53%

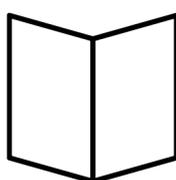
## IDADE

18 A 24 ANOS	14%
25 A 44 ANOS	40%
45 A 59 ANOS	26%
60 ANOS OU MAIS	21%



## INSTRUÇÃO

ATÉ FUNDAMENTAL	39%
ENSINO MÉDIO	41%
SUPERIOR	20%

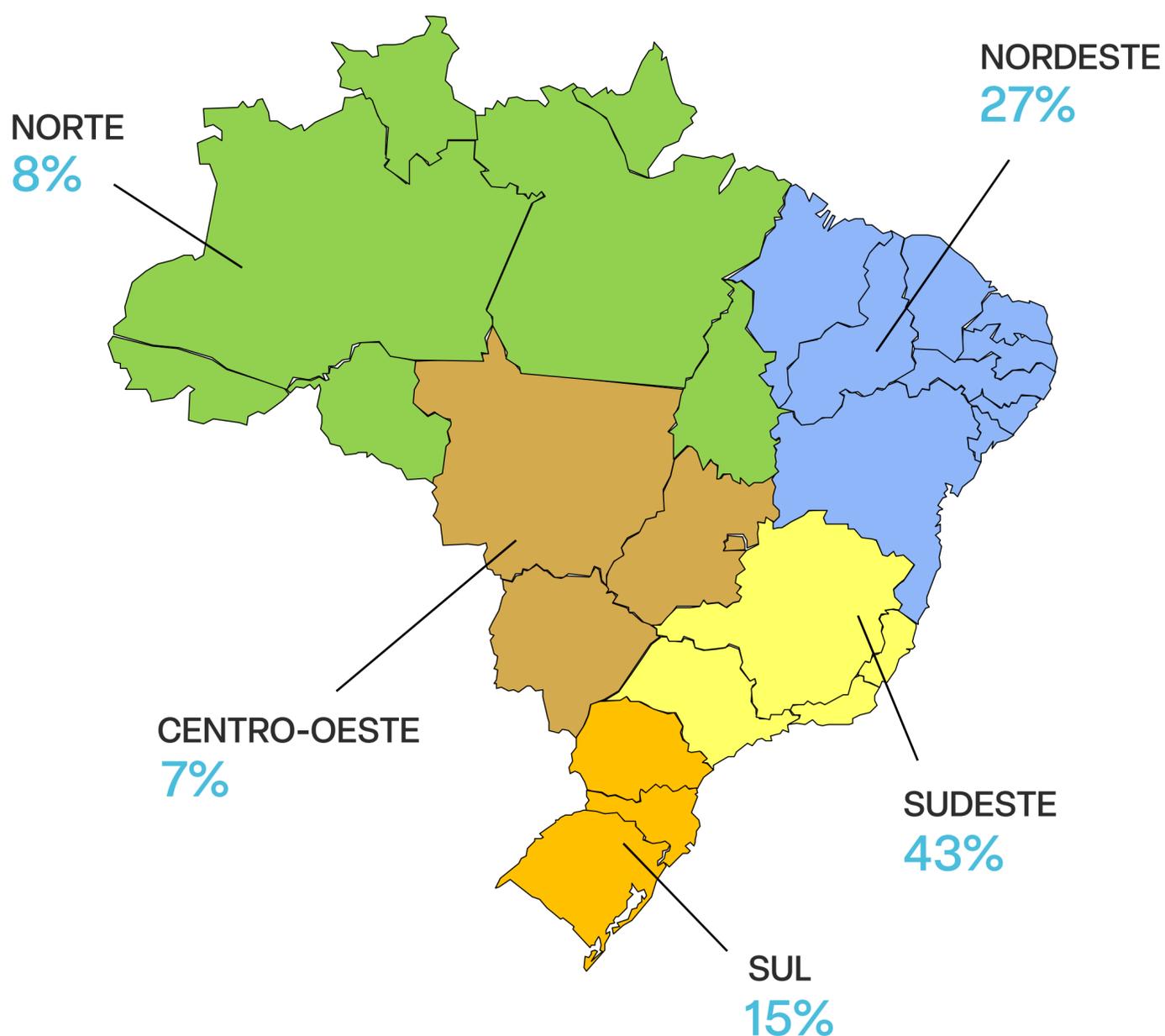


## RENDA FAMILIAR

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



## REGIÃO





# 1. ECONOMIA

# 1. ECONOMIA

## Guerra entre Israel e Hamas arrefece o otimismo dos brasileiros sobre a economia

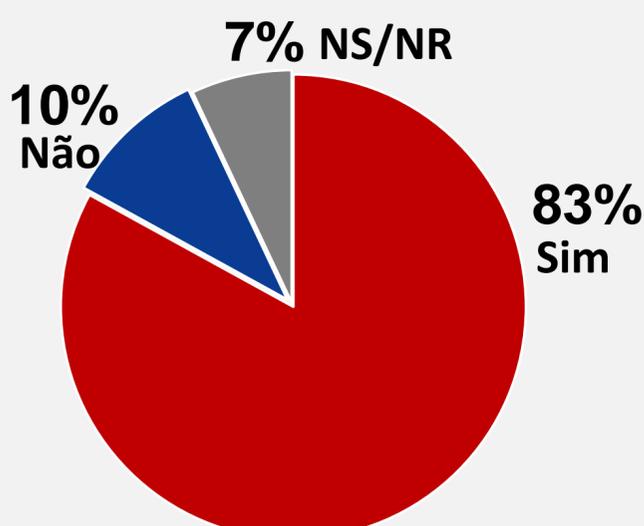
**Os resultados dessa edição do RADAR Febraban apontam que a grande preocupação dos brasileiros com o novo conflito diminuiu o otimismo, até então crescente, dos meses anteriores.**

A guerra entre Israel e Hamas acontece em meio a notícias positivas sobre crescimento da renda disponível das famílias brasileiras este ano, segundo Copom e Banco Central, e sobre queda da inflação que, conforme o Boletim Focus do BC, ficará dentro da meta para o IPCA pela primeira vez em mais de um ano. Entretanto, também há dados desfavoráveis da PMC (Pesquisa Mensal do Comércio), do IBGE, sobre recuo no varejo no 3T de 2023.

Ainda sob o impacto da Guerra da Ucrânia, a economia global vê sua recuperação ameaçada pela guerra entre Israel e Hamas. À tragédia humanitária soma-se a apreensão com o impacto de eventual escalada regional do conflito sobre a elevação do preço do petróleo. No Brasil, isso poderia gerar um efeito dominó sobre o IPCA, o preço dos combustíveis, dos alimentos e de outros produtos, afetando diretamente o consumidor.

Tais projeções negativas sobre o cenário internacional e os possíveis efeitos internos já afetam o clima da opinião pública entre os brasileiros: **a guerra no Oriente Médio é uma preocupação para 83%** dos entrevistados no **RADAR**, que creem em consequências prejudiciais para a economia do país.

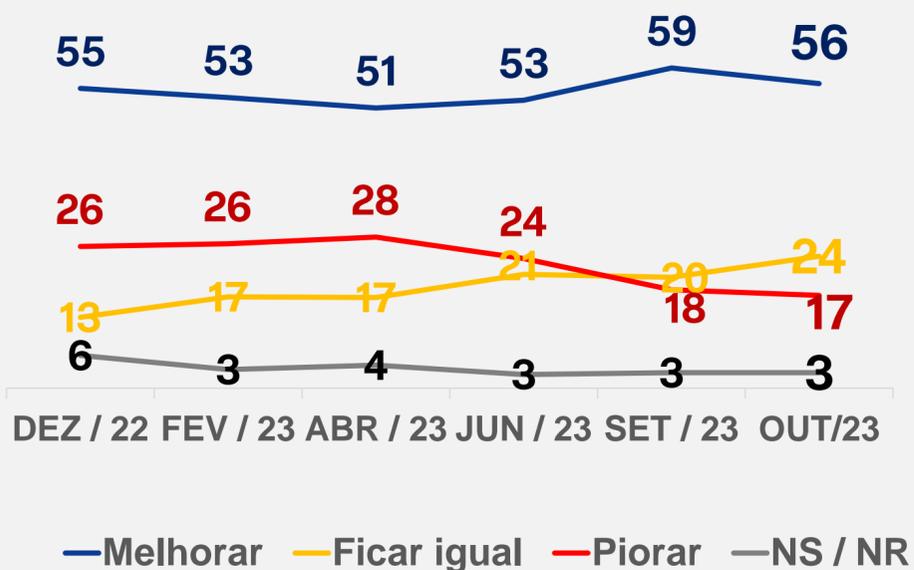
### A nova Guerra entre Israel e Hamas terá ou não consequências negativas para economia brasileira? (%)



Pergunta: A Nova Guerra entre Israel e Hamas terá ou não consequências negativas para economia?

# 1. ECONOMIA

## EXPECTATIVA COM RELAÇÃO AO PAÍS ATÉ O FINAL DE 2023 (%)



Nesse cenário de incertezas no ambiente externo, embora a expectativa positiva sobre o futuro continue preponderante, o otimismo sobre a economia nacional sofreu recuo.

O número dos que acreditam que o Brasil vai melhorar até o final de 2023 caiu de 59% em setembro para 56% em outubro. Esse contingente alcança 67% entre os que têm nível superior; 66% entre os que têm renda acima de 5 SM; e 60% no Nordeste.

Aqueles que não preveem mudanças no quadro até o final do ano subiram de 20% para 24%. Por sua vez, os pessimistas oscilaram um ponto, de 18% para 17%.

## EXPECTATIVA COM RELAÇÃO AO PAÍS ATÉ O FINAL DE 2023 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	56	53	58	59	56	56	55
Vai ficar igual	24	25	24	30	25	22	21
Piorar	17	19	15	9	17	18	21
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	2	2	4	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	56	57	49	67	54	51	66
Vai ficar igual	24	25	27	18	26	26	18
Piorar	17	15	21	13	17	19	14
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	2	3	3	2

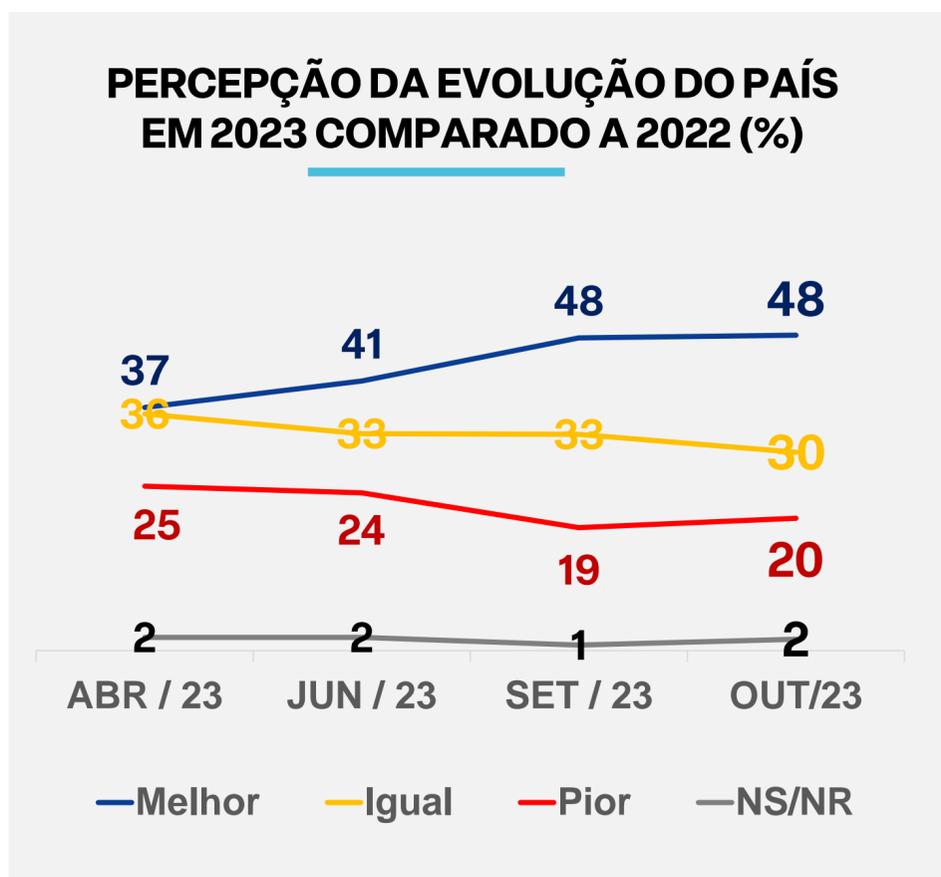
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	56	49	60	58	51	49
Vai ficar igual	24	27	22	24	25	26
Piorar	17	20	15	15	21	22
Não sabe / Não respondeu	3	3	2	3	3	3

Pergunta: E até o final de 2023, o(a) Sr(a) acredita que o país vai melhorar, vai ficar igual como está hoje ou vai piorar?

# 1. ECONOMIA

Se as expectativas sobre o futuro mostram-se mais cautelosas, quanto ao presente as avaliações sobre o país apresentam estabilidade com pequenas oscilações.

A opinião de que o Brasil está melhor este ano do que em 2022 manteve-se em 48%. Já a avaliação de que o país está igual caiu 3 pontos (30%), e os que identificam piora oscilaram de 19% para 20%.



A percepção de melhoria do país ultrapassa os 50% entre aqueles que têm nível superior (63%), renda acima de 5 SM (62%) e entre os que vivem no Nordeste (51%).

## PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DO PAÍS EM 2023 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhor	48	48	48	49	47	48	48
Igual	30	29	31	38	32	28	25
Pior	20	21	19	10	20	23	24
Não sabe / Não respondeu	2	1	2	3	1	1	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhor	48	47	42	63	44	43	62
Igual	30	33	33	21	33	33	21
Pior	20	19	24	15	21	22	15
Não sabe / Não respondeu	2	2	2	1	2	2	1

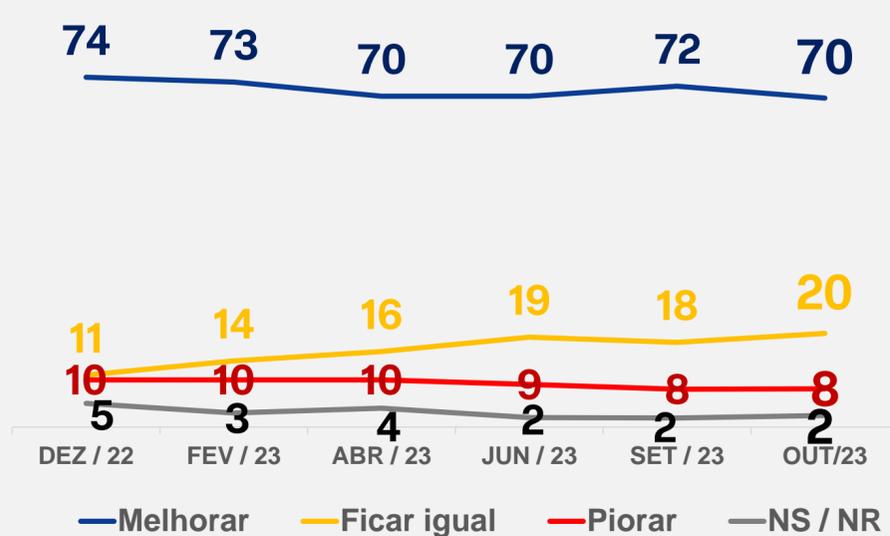
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	48	40	51	49	48	43
Igual	30	36	29	32	27	26
Pior	20	22	19	18	22	28
Não sabe / Não respondeu	2	2	1	2	3	2

# 1. ECONOMIA

No âmbito pessoal e familiar, a expectativa favorável em relação ao restante de 2023 manteve-se em patamar elevado, voltando ao percentual de abril e junho (70%).

O otimismo chega a 83% entre os jovens de 18 a 24 e a 77% entre os nordestinos. Os que acham que não haverá mudanças subiram de 18% em setembro para 20% em outubro, enquanto os que creem em piora ficaram estáveis em 8%.

**EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR ATÉ O FINAL DE 2023 (%)**



## EXPECTATIVA COM RELAÇÃO À VIDA PESSOAL E FAMILIAR ATÉ FINAL DE 2023 (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhorar	70	68	71	83	71	66	62
Vai ficar igual	20	20	19	14	20	21	21
Piorar	8	9	7	2	6	11	12
Não sabe / Não respondeu	2	2	3	0	2	2	4

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhorar	70	71	68	72	70	68	71
Vai ficar igual	20	18	21	21	18	21	22
Piorar	8	7	9	7	8	9	7
Não sabe / Não respondeu	2	4	2	1	4	2	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhorar	70	71	77	71	70	58
Vai ficar igual	20	19	13	27	18	23
Piorar	8	7	8	7	10	12
Não sabe / Não respondeu	2	3	2	2	3	4

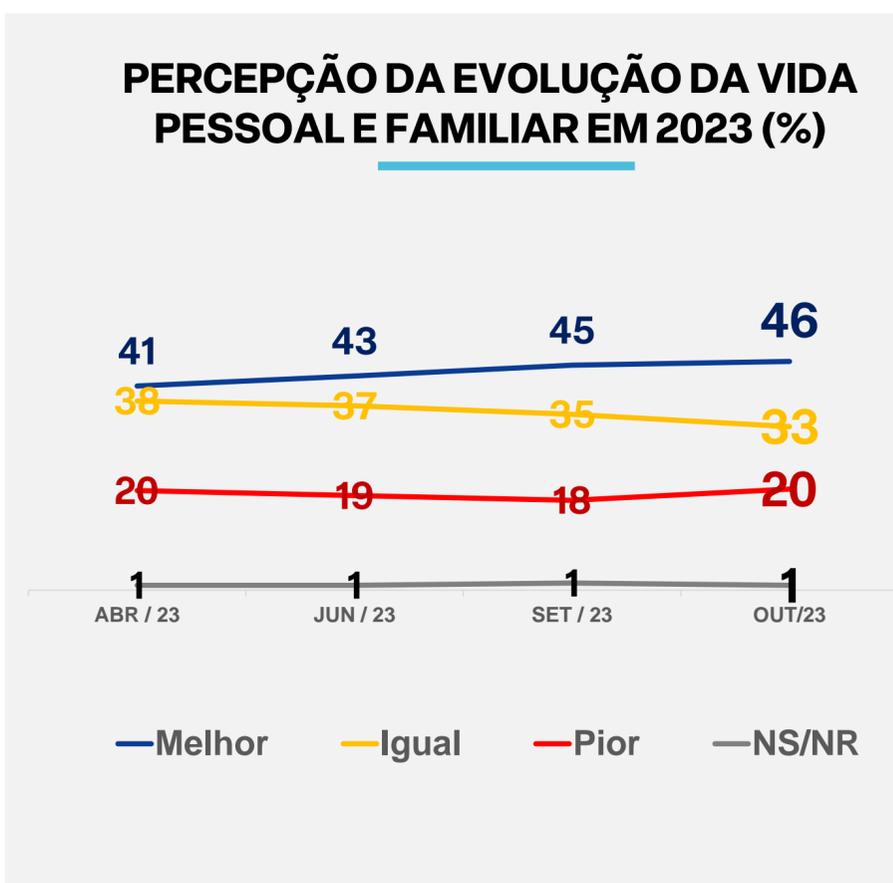
Pergunta: O(a) Sr(a) acredita que até o final de 2023 sua vida e de sua família irá melhorar, ficar igual ou irá piorar?

# 1. ECONOMIA

**Na dimensão da vida privada, a avaliação do momento atual comparado ao ano passado apresentou, em relação ao último levantamento, movimentos positivos, embora discretos.**

A parcela que percebe melhoria de vida entre 2022 e 2023 oscilou de 45% para 46%, ao passo que subiu dois pontos a percepção de piora (de 18% para 20%). Os que não veem mudança caíram de 35% para 33%.

**PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR EM 2023 (%)**



Novamente, a noção de melhoria é mais expressiva entre os que têm nível superior e renda acima de 5 SM (57% e 56%, respectivamente). Entre as regiões, o Nordeste é, mais uma vez, a que mais percebe avanço (49%).

**PERCEPÇÃO DA EVOLUÇÃO DA VIDA PESSOAL E FAMILIAR EM 2023 (%)**

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Melhor	46	47	45	49	48	44	43
Igual	33	32	34	35	34	32	31
Pior	20	20	20	15	18	23	25
Não sabe / Não respondeu	1	1	1	2	1	1	1

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Melhor	46	42	44	57	42	45	56
Igual	33	34	33	30	34	33	30
Pior	20	21	23	13	23	22	13
Não sabe / Não respondeu	1	2	1	0	2	0	0

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Melhor	46	44	49	47	42	42
Igual	33	36	32	32	35	34
Pior	20	21	18	20	23	23
Não sabe / Não respondeu	1	0	1	1	1	1

Pergunta: O(a) Sr(a) considera que até agora em 2023 sua vida e de sua família está melhor, igual ou está pior do que no ano passado?

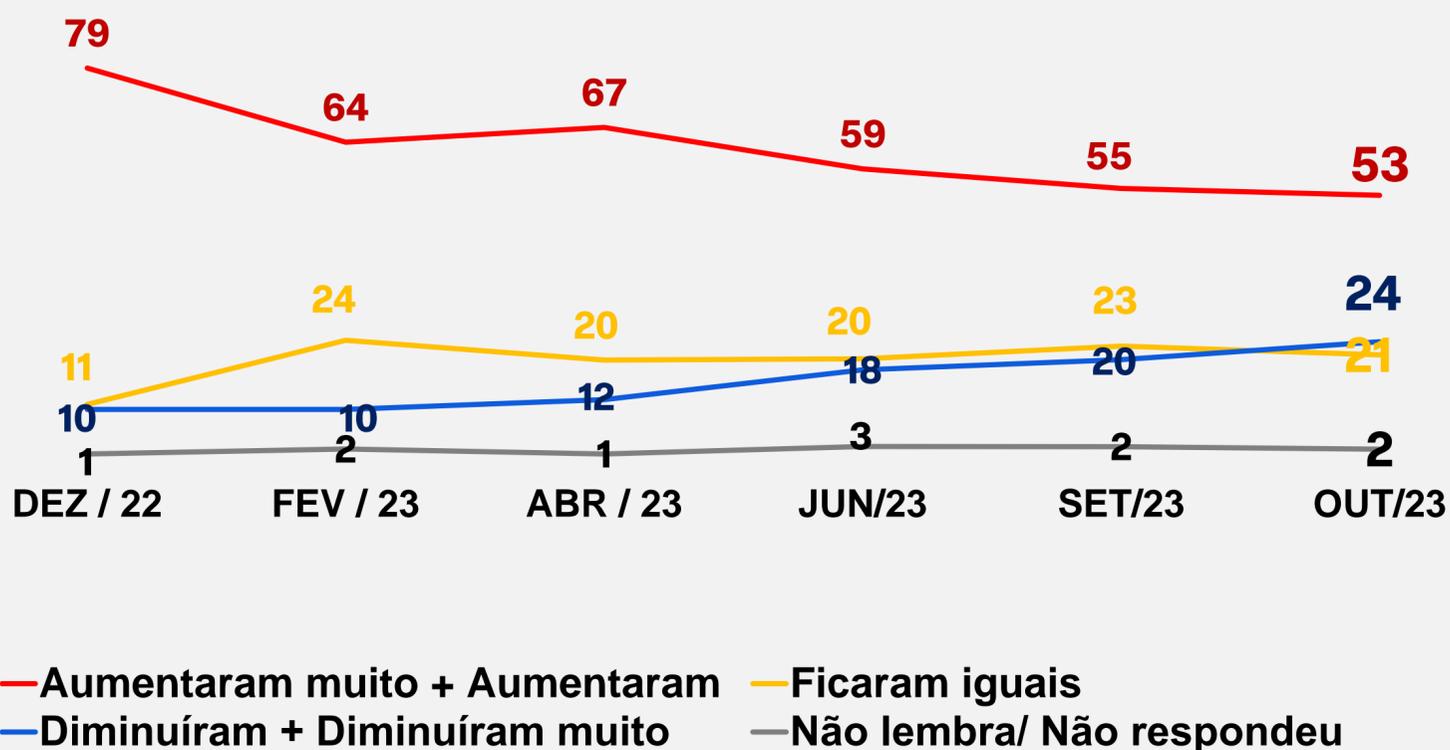
# 1. ECONOMIA

Percepção sobre evolução da inflação e dos preços, do início do ano até o momento, é positiva.

**A opinião** sobre a evolução da inflação comparativamente aos últimos seis meses mantém tendência favorável.

A percepção sobre aumento dos preços chega ao menor percentual da série histórica (53%), recuando dois pontos em relação a setembro; enquanto os que apontam diminuição da inflação e dos preços passam pela primeira vez de um quinto (de 20% para 24%).

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



# 1. ECONOMIA

A percepção de alta dos preços é bastante similar entre os vários segmentos sociodemográficos, mantendo-se próxima a 50%. Os segmentos mais discrepantes são os jovens de 18 a 24 anos (58%), aqueles com 60 anos ou mais (47%) e os nortistas (58%).

## 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	53	53	53	58	54	54	47
Ficaram iguais	21	22	20	19	23	19	22
Diminuíram + Diminuíram muito	24	23	24	21	21	26	28
Não sabe / Não respondeu	2	2	2	1	2	1	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aumentaram muito + Aumentaram	53	54	52	56	55	51	54
Ficaram iguais	21	22	21	19	22	20	20
Diminuíram + Diminuíram muito	24	22	25	24	21	26	25
Não sabe / Não respondeu	2	2	2	1	2	2	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aumentaram muito + Aumentaram	53	58	49	56	55	51
Ficaram iguais	21	21	25	18	21	22
Diminuíram + Diminuíram muito	24	19	25	24	22	24
Não sabe / Não respondeu	2	1	1	3	2	2

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

As projeções da população acerca dos indicadores acompanhados pelo **RADAR** reiteram a atitude cautelosa quanto à economia, com poucas oscilações em relação ao levantamento anterior quanto às expectativas para os próximos seis meses:

- **Impostos:** a expectativa de aumento oscilou de 53% para 54%, chegando a 58% entre os que têm ensino médio e renda de 2 a 5 SM. A projeção de queda variou de 18% para 17%.
- **Taxa de juros:** a perspectiva de aumento, em linha descendente desde fevereiro, manteve-se em 45%; enquanto o percentual dos que acham que vai diminuir oscilou de 25% para 26%. A opinião de que os juros vão aumentar nos próximos seis meses é maior entre os jovens de 18 a 24 anos (56%) e no Norte (54%).
- **Inflação e custo de vida:** subiu de 43% para 45% a projeção de aumento. Esse número atinge 50% na faixa de 25 a 44 anos, entre os que têm ensino médio (52%) e na faixa de renda de 2 a 5 SM (50%).
- **Desemprego:** o receio de que o desemprego aumente é declarado por 36%, dois pontos a mais do que em setembro. Essa expectativa desfavorável quanto ao mercado de trabalho é maior entre os que têm ensino médio (40%), no Norte (45%) e no Centro-Oeste (43%).
- **Poder de compra:** acompanhando a projeção sobre a inflação e o desemprego, caiu de 40% para 38% a parcela que aposta em aumento do poder aquisitivo. Os que acham que não haverá alteração foram de 22% para 25%; e a parcela mais pessimista, que acredita na diminuição do poder de compra, oscilou de 34% para 33%. O otimismo em relação à melhoria das condições de consumo da população é mais expressivo entre os que têm formação universitária (46%) e renda acima de 5 SM (45%).
- **Acesso ao crédito:** 41% acreditam que vai aumentar (eram 42% em setembro). Oscilou de 29% para 30% a opinião de que vai continuar como está; e de 22% para 23% a crença de que vai diminuir. O otimismo é mais acentuado entre os que têm nível superior (50%), renda acima de 5 SM (49%) e no Nordeste (45%).

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

# 1. ECONOMIA

## 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	
OS IMPOSTOS	Vai/ vão aumentar	54	57	51	54	57	52
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	26	26	26	25	26	28
	Vai/ vão diminuir	17	14	20	18	16	17
	NS / NR	3	3	3	3	2	3
A TAXA DE JUROS	Vai/ vão aumentar	45	41	49	56	48	43
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	24	24	24	22	24	24
	Vai/ vão diminuir	26	32	22	18	24	29
	NS / NR	4	4	5	4	4	3
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/ vão aumentar	45	45	45	37	50	43
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	21	22	20	18	22	21
	Vai/ vão diminuir	31	31	32	41	25	33
	NS / NR	3	3	3	4	3	3
O DESEMPREGO	Vai/ vão aumentar	36	38	34	31	36	37
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	23	22	25	27	26	22
	Vai/ vão diminuir	38	37	38	39	35	38
	NS / NR	3	3	4	3	3	2
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/ vão aumentar	38	36	40	36	39	39
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	25	25	25	29	25	22
	Vai/ vão diminuir	33	35	32	31	32	36
	NS / NR	3	3	3	4	3	3
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/ vão aumentar	41	43	39	34	44	42
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	30	29	31	40	28	27
	Vai/ vão diminuir	23	23	23	19	23	26
	NS / NR	6	5	7	6	5	5

# 1. ECONOMIA

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

	(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
			FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
OS IMPOSTOS	Vai/ vão aumentar	54	52	58	48	54	58	48
	Vai/ vão ficar	26	25	25	32	24	25	31
	Vai/ vão diminuir	17	19	14	18	18	14	19
	NS / NR	3	4	3	3	4	3	2
A TAXA DE JUROS	Vai/ vão aumentar	45	49	48	34	50	46	35
	Vai/ vão ficar	24	23	23	27	24	22	26
	Vai/ vão diminuir	26	21	26	37	20	28	37
	NS / NR	4	6	3	3	6	4	2
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/ vão aumentar	45	42	52	37	45	50	38
	Vai/ vão ficar	21	21	19	24	21	19	23
	Vai/ vão diminuir	31	33	26	38	31	28	37
	NS / NR	3	4	2	2	4	3	2
O DESEM-PREGO	Vai/ vão aumentar	36	34	40	30	36	38	31
	Vai/ vão ficar	23	23	23	24	23	24	23
	Vai/ vão diminuir	38	38	34	45	36	35	44
	NS / NR	3	5	3	2	4	3	1
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/ vão aumentar	38	40	32	46	38	34	45
	Vai/ vão ficar	25	27	24	24	27	25	22
	Vai/ vão diminuir	33	29	41	28	31	39	30
	NS / NR	3	5	2	2	4	3	2
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/ vão aumentar	41	37	41	50	37	42	49
	Vai/ vão ficar	30	32	29	29	32	28	29
	Vai/ vão diminuir	23	23	25	18	24	24	19
	NS / NR	6	8	5	3	7	6	3

# 1. ECONOMIA

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

	REGIÃO	TOTAL	REGIÃO				
			NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
OS IMPOSTOS	Vai/ vão aumentar	54	56	53	54	55	52
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	26	31	23	26	24	29
	Vai/ vão diminuir	17	12	21	16	18	15
	NS / NR	3	1	3	3	3	4
A TAXA DE JUROS	Vai/ vão aumentar	45	54	43	45	51	42
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	24	27	22	25	24	23
	Vai/ vão diminuir	26	16	30	26	21	29
	NS / NR	4	4	5	4	4	6
A INFLAÇÃO E O CUSTO DE VIDA	Vai/ vão aumentar	45	43	42	46	49	46
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	21	19	21	21	18	20
	Vai/ vão diminuir	31	36	34	30	27	31
	NS / NR	3	2	2	3	5	3
O DESEMPREGO	Vai/ vão aumentar	36	45	31	35	43	37
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	23	18	21	27	21	21
	Vai/ vão diminuir	38	37	43	35	32	38
	NS / NR	3	0	5	3	4	4
O PODER DE COMPRA DAS PESSOAS	Vai/ vão aumentar	38	31	44	38	35	34
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	25	34	24	26	25	21
	Vai/ vão diminuir	33	34	29	33	38	40
	NS / NR	3	1	3	4	2	4
O ACESSO AO CRÉDITO DAS PESSOAS E DAS EMPRESAS	Vai/ vão aumentar	41	35	45	41	36	39
	Vai/ vão ficar igual(is) como está(ão)	30	32	28	31	32	29
	Vai/ vão diminuir	23	27	22	22	25	25
	NS / NR	6	5	5	6	7	7



## **/ 2. GESTÃO DO PAÍS**

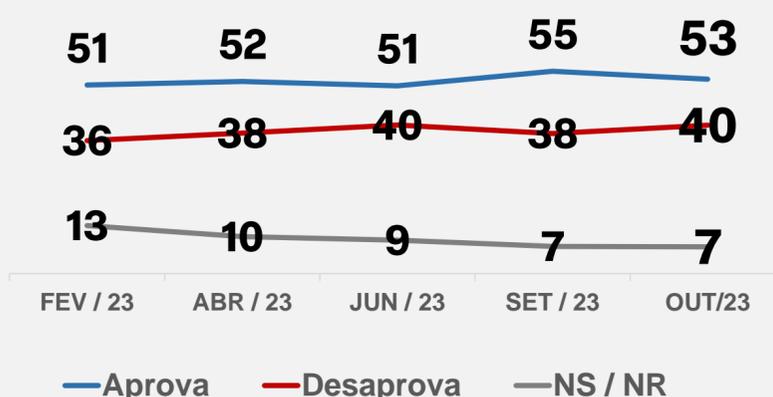
## 2. GESTÃO DO PAÍS

Diante do impacto dos horrores da guerra no Oriente Médio e dos temores em relação às suas consequências, o clima da Opinião pública piora e a aprovação do Governo Lula recua.

O Governo Lula chega ao seu 10º mês com 53% de aprovação<sup>1</sup>, sendo o segundo maior percentual da série histórica. Os que desaprovam somam 40%, mesmo patamar de junho.

A aprovação do Governo se destaca entre os que têm escolaridade fundamental (60%), entre quem tem renda até 2SM (58%) e entre os nordestinos (64%).

### APROVAÇÃO DO GOVERNO LULA (%)



### 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	53	50	54	57	52	52	52
Desaprova	40	42	38	33	43	39	42
NS / NR	7	7	7	9	6	10	6

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	53	60	47	51	58	51	50
Desaprova	40	30	46	46	32	42	48
NS / NR	7	10	6	3	10	7	2

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	53	48	64	51	49	48
Desaprova	40	47	30	41	46	45
NS / NR	7	5	6	8	6	8

<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

Saúde e Emprego/Renda seguem como prioridades na agenda da população.

No ranking de áreas prioritárias para a atuação do Governo Federal, Saúde e Emprego/Renda – com mais de um quarto das menções – seguidos de Educação, continuam a ocupar os primeiros lugares.

Vale observar que itens como Inflação e custo de vida, Fome e pobreza e Corrupção, que no final de 2022 alcançavam dois dígitos, apresentaram queda paulatina ao longo da série histórica, ao passo que Segurança – provavelmente também sob impacto do noticiário da guerra – cresceu, ocupando agora o 4º lugar.

#### RANKING DAS 10 ÁREAS QUE O GOVERNO DEVERIA DAR MAIS ATENÇÃO (%)

ESTIMULADA (1ª RESPOSTA)	DEZ / 22	FEV / 23	ABR / 23	JUN / 23	SET / 23	OUT / 23
<b>1</b> Saúde	17	23	25	25	29	<b>29</b>
<b>2</b> Emprego e renda	15	20	21	24	27	<b>26</b>
<b>3</b> Educação	20	18	18	17	15	<b>14</b>
<b>6</b> Segurança	6	4	8	5	5	<b>8</b>
<b>4</b> Inflação e Custo de vida	13	10	10	11	8	<b>7</b>
<b>5</b> Fome e Pobreza	14	11	8	8	6	<b>7</b>
<b>7</b> Corrupção	10	8	6	6	4	<b>4</b>
<b>8</b> Reforma tributária	-	-	-	-	3	<b>2</b>
<b>9</b> Meio Ambiente	2	1	1	2	1	<b>2</b>
<b>10</b> Infraestrutura como estradas e saneamento	-	1	1	1	1	<b>1</b>

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

- **Saúde:** é mencionada como prioridade por 29% dos brasileiros (1ª menção), mantendo o percentual de setembro. Esse número ultrapassa os 30% entre as mulheres (33%), na faixa de 60 anos e mais (31%), entre os que têm instrução até o fundamental (34%), na faixa até 2 SM (35%), no Norte (40%) e no Centro-Oeste (33%).
- **Emprego e Renda:** oscilação de menos um ponto em relação a setembro, marcando agora 26%. As variações são pouco expressivas entre os segmentos sociodemográficos e regiões, exceto no Sul, onde apenas 19% citam esse item.
- **Educação:** a citação a essa área oscila menos um ponto, de 15% para 14%. Os jovens de 18 a 24 anos são os que mais apontam essa prioridade (21%).
- **Segurança:** obtém 8% das menções, três pontos a mais que em setembro. Esse percentual chega a dois dígitos na faixa de 45 a 59 anos (10%), entre os que têm ensino médio (10%), na faixa de rendimento acima de 5 SM (11%) e no Nordeste (11%).
- **Inflação e Custo de Vida:** com 7%, apresenta oscilação de menos um ponto em relação a setembro. Essa preocupação sobe para 10% entre os que têm formação universitária.
- **Fome e Pobreza:** variação de mais **um ponto**, subindo de 6% para 7%, com poucas diferenças entre segmentos e regiões.
- **Corrupção:** apresenta estabilidade, com 4%, mesmo percentual de setembro. As menções chegam a 7% apenas no Centro-Oeste.

Na sequência, **Meio Ambiente e Reforma Tributária** aparecem empatados com 2%. **Infraestrutura e Políticas de incentivo ao crédito** têm 1% ou menos de menções.

### 3. PRIORIDADES DA POPULAÇÃO

#### ÁREAS QUE O GOVERNO DEVERIA DAR MAIS ATENÇÃO (%) 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	29	24	33	29	28	27	31
Emprego e renda	26	28	24	27	26	28	23
Educação	14	15	13	21	13	12	13
Segurança	8	8	9	5	9	10	9
Fome e Pobreza	7	6	8	6	6	8	7
Inflação e Custo de Vida	7	8	5	3	7	7	6
Corrupção	4	5	4	3	5	3	4
Meio Ambiente	2	2	2	4	3	2	1
Reforma tributária	2	2	1	1	1	2	2
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	0	1	0	1
Políticas de incentivo ao crédito	0	1	0	0	1	0	1
NS / NR	1	1	1	0	0	1	2

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Saúde	29	34	26	22	35	25	21
Emprego e renda	26	24	27	27	24	27	29
Educação	14	15	13	14	14	14	13
Segurança	8	7	10	9	7	9	11
Fome e Pobreza	7	8	5	8	7	5	8
Inflação e Custo de Vida	7	5	6	10	5	8	8
Corrupção	4	3	6	3	3	5	3
Meio Ambiente	2	2	2	3	2	3	3
Reforma tributária	2	1	1	4	1	1	3
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	0	1	0	0
Políticas de incentivo ao crédito	0	0	1	0	0	1	0
NS / NR	1	2	1	1	1	1	0

ESTIMULADA - 1ª RESPOSTA (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Saúde	29	40	29	26	33	30
Emprego e renda	26	26	27	27	24	19
Educação	14	14	14	13	10	17
Segurança	8	6	11	8	4	8
Fome e Pobreza	7	1	6	8	7	7
Inflação e Custo de Vida	7	1	5	7	7	9
Corrupção	4	3	3	4	7	5
Meio Ambiente	2	5	1	3	2	1
Reforma tributária	2	2	1	2	4	2
Infraestrutura como estradas e saneamento	1	1	1	0	0	1
Políticas de incentivo ao crédito	0	1	1	0	0	0
NS / NR	1	1	2	1	0	0



# 4. QUADRO ASPIRACIONAL

## 4. QUADRO ASPIRACIONAL

**Comprar imóvel e aplicar recursos no sistema bancário consolidam-se com principais aspiração dos brasileiros.**

**Na hipótese de sobra no orçamento doméstico, a maioria dos entrevistados optaria por “comprar imóvel” (30%) ou “reformar casa” (20%); e “aplicar em investimentos bancários” – poupança (22%) ou outros (25%).**

Esse ranking se mantém em toda a série histórica, embora com oscilações influenciadas pela conjuntura de cada rodada de pesquisa.

“Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família” aparece em 5º lugar, com 18%, alcançando 31% entre os jovens de 18 a 24 anos.

Ainda na casa dos dois dígitos aparecem “Viajar” (14%, chegando a 23% entre os que têm nível de instrução superior); “Fazer ou melhorar o plano de saúde” (10%, subindo para 14% entre os que têm até escolaridade fundamental e renda até 2 SM); e “Comprar carro” (10%, chegando a 14% nos estratos de maior escolaridade e renda).

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

### 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
Comprar imóvel	30	28	31	22	31	32
Aplicar em outros investimentos bancários	25	29	21	41	17	24
Aplicar na poupança	22	21	23	14	31	21
Reformar a casa	20	16	23	13	17	25
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	19	18	31	19	15
Viajar	14	13	14	9	13	15
Comprar carro	10	10	10	8	11	11
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	9	11	8	9	11
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	7	6	8	7	6
Comprar moto	2	4	1	5	3	1
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	2	3	4	3	2
OUTRO	3	3	2	2	2	3
NS / NR	3	3	3	2	3	3

	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMIL	
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM
Comprar imóvel	30	28	33	27	30	31
Aplicar em outros investimentos bancários	25	18	27	34	18	27
Aplicar na poupança	22	23	22	20	23	22
Reformar a casa	20	21	20	19	21	20
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	21	17	16	20	18
Viajar	14	9	13	23	9	15
Comprar carro	10	7	11	14	7	11
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	14	7	7	14	6
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	6	7	7	6	7
Comprar moto	2	3	2	3	3	2
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	3	2	4	3	2
OUTRO	3	4	2	1	4	2
NS / NR	3	4	3	1	4	3

	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Comprar imóvel	30	32	29	29	34	31
Aplicar em outros investimentos bancários	25	21	23	29	21	21
Aplicar na poupança	22	21	21	23	19	23
Reformar a casa	20	23	19	20	16	22
Fazer cursos e melhorar a educação sua e da família	18	17	19	20	23	10
Viajar	14	12	11	15	9	15
Comprar carro	10	9	9	12	7	6
Fazer ou melhorar o plano de saúde	10	10	12	9	10	7
Comprar eletrodomésticos ou eletrônicos	7	5	6	7	10	5
Comprar moto	2	5	3	2	1	1
Fazer seguro de carro, casa, vida ou outros	2	3	2	3	1	3
OUTRO	3	3	3	2	1	5
NS / NR	3	2	3	3	6	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)



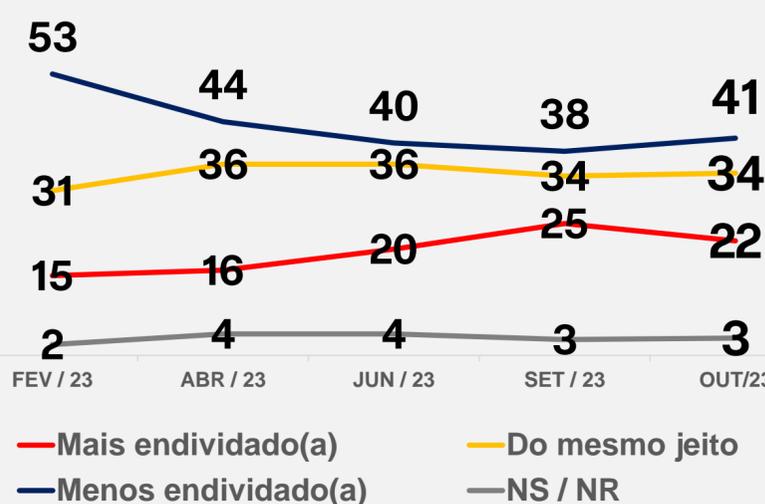
# **/ 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA**

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

Perspectiva de endividamento cai pela primeira vez desde fevereiro.

Sob possível impacto do Desenrola Brasil, programa de refinanciamento de dívidas do Governo Federal em parceria com os bancos, a perspectiva de aumento do endividamento, que vinha em crescimento desde o início do ano, recuou três pontos entre setembro e outubro (de 25% para 22%). Inversamente, a expectativa da população de ficar menos endividada subiu de 38% para 41%.

### OPINIÃO SOBRE O ENDIVIDAMENTO PESSOAL EM 2023 (%)



A projeção de queda do endividamento tem poucas variações entre os segmentos sociodemográficos, mas regionalmente chega aos percentuais mais altos no Nordeste (47%) e no Norte (46%), caindo para 34% no Sul.

### OPINIÃO SOBRE ENDIVIDAMENTO PESSOAL EM 2023 (%)

Opinião (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Mais endividado	22	21	22	25	20	24	21
Do mesmo jeito	34	34	35	33	36	35	31
Menos endividado	41	41	41	40	41	39	43
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	2	3	3	5

Opinião (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Mais endividado	22	24	22	17	25	20	17
Do mesmo jeito	34	32	35	38	32	36	36
Menos endividado	41	41	40	43	40	40	44
Não sabe / Não respondeu	3	3	3	3	3	3	3

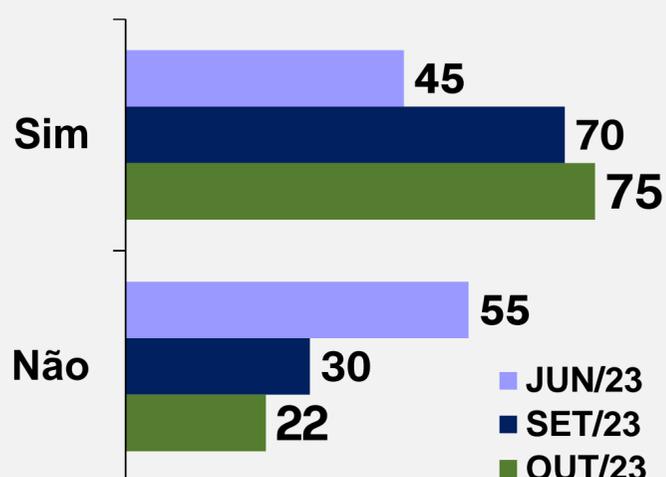
Opinião (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Mais endividado	22	26	20	22	24	19
Do mesmo jeito	34	27	30	36	35	42
Menos endividado	41	46	47	39	38	34
Não sabe / Não respondeu	3	1	4	3	3	5

Pergunta: E o(a) Sr(a) acredita que este ano estará mais endividado(a) que em 2022, do mesmo jeito ou menos endividado(a) que em 2022?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

Desenrola tem alto nível de conhecimento e aprovação.

**CONHECIMENTO DO PROGRAMA DESENROLA (%)**



O conhecimento sobre o Desenrola, que já era elevado em setembro, cresce ainda mais, alcançando 75% em outubro. Pouco mais que um quinto (22%) ainda desconhecem o Programa.

O conhecimento sobre o Desenrola fica abaixo 70% entre os jovens de 18 a 24 anos (55%), entre aqueles com instrução fundamental e renda até 2 SM (68%), e na região Centro-Oeste (65%).

**CONHECIMENTO SOBRE O PROGRAMA DESENROLA (%)**

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	75	75	75	55	77	82	79
Não	22	23	22	38	21	17	21

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	75	68	76	88	68	77	88
Não	22	28	23	11	28	23	11

(%)	TOTAL	REGIÃO			
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	75	73	75	76	65
Não	22	25	23	21	32

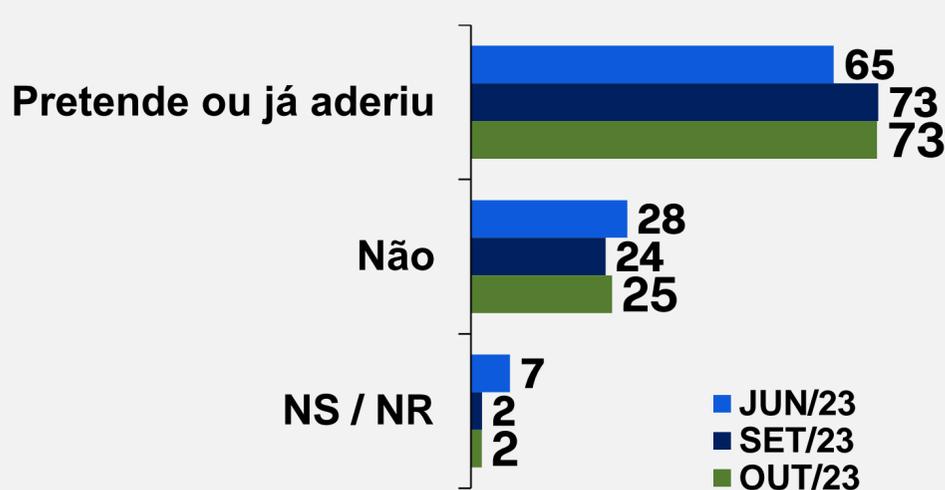
Pergunta: Foi implantado o Desenrola, um programa do Governo Federal com participação dos bancos para refinanciamento de dívidas de pessoas físicas. O(a) Sr(a) tomou ou não tomou conhecimento do Desenrola?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

**Mantém-se em patamar superlativo (73%) a adesão ou o interesse em participar do Desenrola.**

Vale notar, contudo, que esse número é inferior a 60% nos segmentos de maior escolaridade (59%) e renda mais alta (58%).

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



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

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim, pretende ou já aderiu	73	69	76	70	71	77	72
Não	25	29	22	25	27	22	27
NS / NR	2	2	2	4	2	1	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDA-MENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPE-RIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim, pretende ou já aderiu	73	80	72	59	82	68	58
Não	25	17	26	40	16	29	41
NS / NR	2	2	2	1	2	2	1

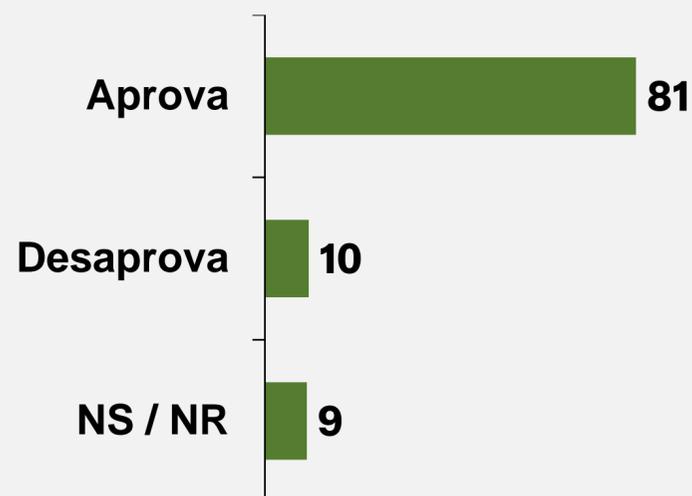
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim, pretende ou já aderiu	73	73	76	72	80	64
Não	25	24	22	26	19	33
NS / NR	2	3	2	2	1	3

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

O **Desenrola** tem ampla receptividade entre os brasileiros (**81% de aprovação**), ficando esse número acima de 70% em todos os estratos sociodemográficos e regiões.

Somam 10% os que desaprovam o programa, subindo para 15% no Centro-Oeste.

### APROVAÇÃO DO PROGRAMA DESENROLA (%)



### APROVAÇÃO DO PROGRAMA DESENROLA (%)

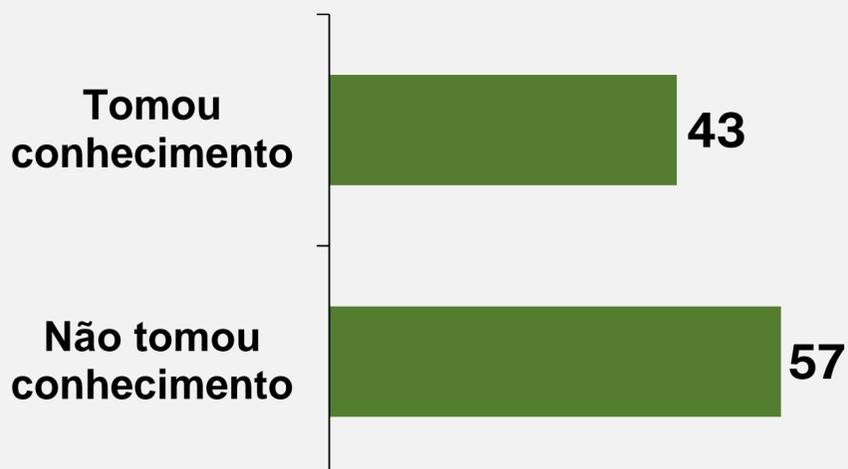
(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aprova	81	82	81	76	82	84	79
Desaprova	10	10	9	12	9	8	12
NS / NR	9	8	10	13	9	8	10

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	81	79	81	86	79	82	85
Desaprova	10	10	11	8	10	10	8
NS / NR	9	11	9	7	11	8	7

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	81	86	85	81	73	78
Desaprova	10	8	8	9	15	12
NS / NR	9	6	7	10	12	10

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

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



Na nova fase do programa, a plataforma online do Desenrola Brasil, que pressupõe um cadastro de nível prata ou ouro no portal gov.br, ainda é desconhecida por mais metade da população (57%).

Esse desconhecimento ultrapassa os 60% nas faixas de 18 a 24 anos (63%) e 25 a 44 anos (62%); entre os que têm instrução até o fundamental (65%); na faixa de renda até 2 SM (64%); e nas regiões Norte (62%) e Centro-Oeste (71%).

### 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	44	43	38	38	50	49
Não tomou conhecimento	57	56	57	63	62	50	51

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Tomou conhecimento	43	35	43	60	36	44	58
Não tomou conhecimento	57	65	57	41	64	56	42

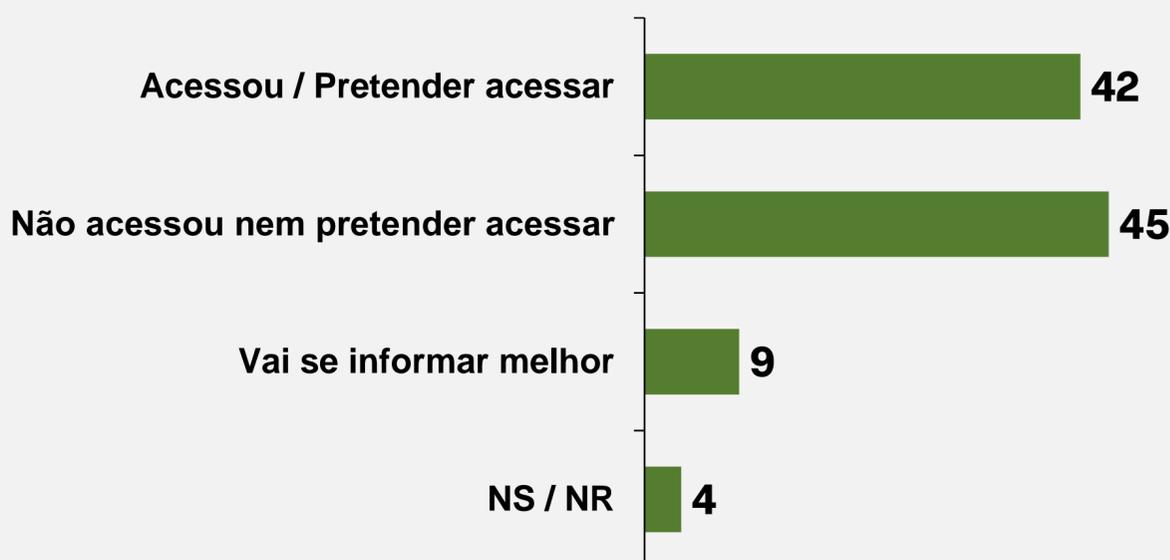
(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Tomou conhecimento	43	38	45	45	29	46
Não tomou conhecimento	57	62	55	55	71	54

Pergunta: O programa Desenrola entrou agora em nova etapa, com o lançamento de uma plataforma online para consultas e renegociações de dívidas bancárias e de consumo para devedores que ganham até 2 salários-mínimos, além de dar acesso a conteúdos sobre educação financeira. O(a) Sr(a) tomou ou não conhecimento sobre essa plataforma?

## 5. ENDIVIDAMENTO E PROGRAMA DESENROLA

Ainda sobre a plataforma online, somam 42% os que declaram já terem acessado ou que têm interesse em acessar. Esse número fica abaixo de 40% nas faixas de 45 a 59 anos (39%) e 60 anos ou mais (36%); e no Sul (36%). Outros 45% afirmam não terem interesse e 9% declaram que irão se informar melhor.

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



### PRETENSÃO DE ACESSAR A 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
Acessou / Pretender acessar	42	43	42	45	47	39	36
Não acessou nem pretender acessar	45	46	44	35	41	49	53
Vai se informar melhor	9	8	10	15	7	10	8
NS / NR	4	3	4	4	4	3	3

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Acessou / Pretender acessar	42	42	43	41	43	40	42
Não acessou nem pretender acessar	45	42	46	47	42	48	46
Vai se informar melhor	9	10	8	10	9	8	10
NS / NR	4	6	3	1	5	3	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Acessou / Pretender acessar	42	40	45	43	43	36
Não acessou nem pretender acessar	45	48	45	41	43	54
Vai se informar melhor	9	11	7	11	10	6
NS / NR	4	1	3	4	3	4

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



# **6. REFORMA TRIBUTÁRIA**

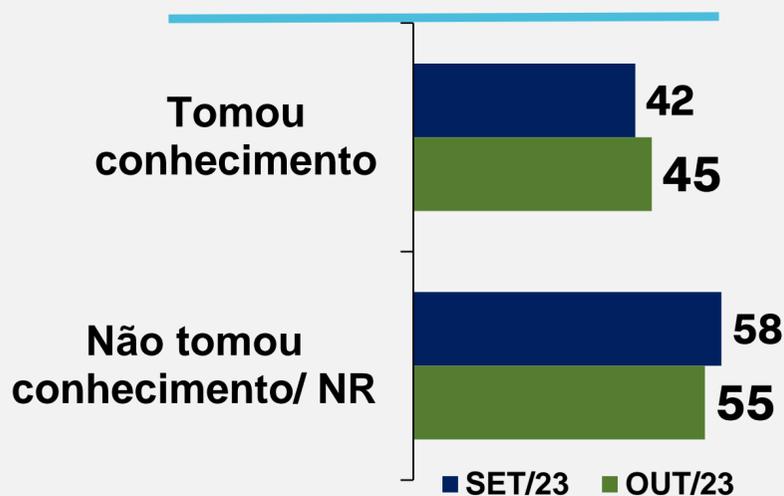
## 6. REFORMA TRIBUTÁRIA

O conhecimento sobre a Reforma Tributária teve discreto aumento.

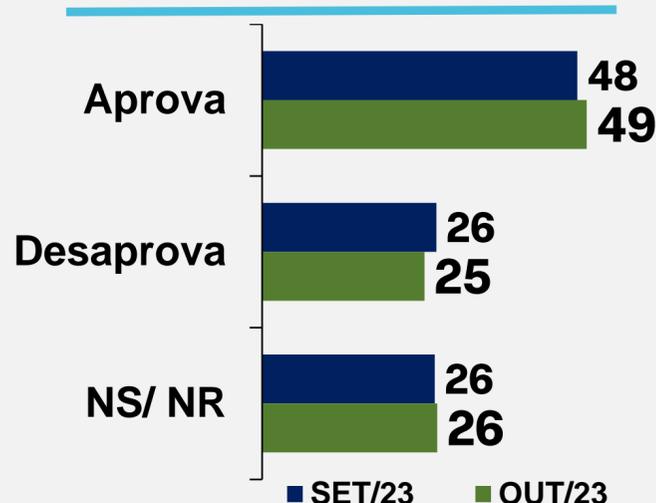
Saiu de 42% em setembro para 45% em outubro a parcela que tomou conhecimento sobre a Reforma Tributária no que se refere à parte dos impostos sobre o consumo (PEC 45/19). Mas o desconhecimento ainda prevalece entre 55% dos entrevistados.

Entre os que declaram ter conhecimento da Reforma, metade deles aprova (49%), e o restante se divide entre desaprovação (25%) ou baixa informação, sendo incapazes de emitir opinião a respeito (26%).

**CONHECIMENTO PEC 45/19 – REFORMA TRIBUTÁRIA QUE SUBSTITUI CINCO TRIBUTOS ATUAIS SOBRE O CONSUMO POR DOIS TRIBUTOS E UM IMPOSTO SELETIVO (%)**



**APROVAÇÃO DESSA PARTE DA REFORMA TRIBUTÁRIA DOS IMPOSTOS SOBRE O CONSUMO (%)**



O conhecimento sobre o assunto é mais baixo entre as mulheres (39%); jovens de 18 a 24 (34%); os que têm instrução até o fundamental (34%); e no estrato de renda até 2 SM (35%). De outro lado, o conhecimento é superior a 50% entre os de formação universitária (69%); os que têm renda acima de 5 SM (70%); no público masculino (52%); e no Sul (51%).

A aprovação à Reforma Tributária no que diz respeito aos impostos sobre o consumo ultrapassa 40% em todos os segmentos e regiões. Os mais favoráveis são também os mais informados: os que têm nível superior (62%) e renda acima de 5 SM (60%).

Pergunta Recentemente foi aprovada pela Câmara dos Deputados a Proposta de Emenda Constitucional, a PEC 45/19, sobre a Reforma Tributária que substitui cinco tributos atuais sobre o consumo – IPI, PIS, Cofins, ICMS e ISS – por dois tributos sobre consumo (IBS e CBS) e por um Imposto Seletivo (IS). O(a) Sr(a) tomou conhecimento ou não sobre esse assunto

Pergunta: Pelo que sabe ou ouviu falar, o(a) Sr(a) aprova o desaprova essa parte da Reforma Tributária dos impostos sobre o consumo?

## 6. REFORMA TRIBUTÁRIA

### CONHECIMENTO PEC 45/19 – REFORMA TRIBUTÁRIA QUE SUBSTITUI CINCO TRIBUTOS ATUAIS SOBRE O CONSUMO POR DOIS TRIBUTOS E UM IMPOSTO SELETIVO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Tomou conhecimento	45	52	39	34	47	48	46
Não tomou conhecimento	51	44	58	57	50	50	52
Não respondeu	4	3	4	8	3	3	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Tomou conhecimento	45	34	44	69	35	43	70
Não tomou conhecimento	51	61	53	30	60	54	29
Não respondeu	4	6	3	2	5	3	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Tomou conhecimento	45	42	41	47	40	51
Não tomou conhecimento	51	54	57	49	54	46
Não respondeu	4	5	2	4	6	4

### APROVAÇÃO DESSA PARTE DA REFORMA TRIBUTÁRIA DOS IMPOSTOS SOBRE O CONSUMO (%)

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Aprova	49	54	45	44	48	52	51
Desaprova	25	25	24	26	25	21	27
NS / NR	26	22	31	29	27	27	23

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Aprova	49	43	49	62	43	49	60
Desaprova	25	27	25	18	28	23	19
NS / NR	26	30	26	21	29	27	20

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Aprova	49	49	54	47	46	46
Desaprova	25	23	22	25	30	26
NS / NR	26	28	24	28	24	28

Pergunta: Recentemente foi aprovada pela Câmara dos Deputados a Proposta de Emenda Constitucional, a PEC 45/19, sobre a Reforma Tributária que substitui cinco tributos atuais sobre o consumo – IPI, PIS, Cofins, ICMS e ISS – por dois tributos sobre consumo (IBS e CBS) e por um Imposto Seletivo (IS). O(a) Sr(a) tomou conhecimento ou não sobre esse assunto?

Pergunta: Pelo que sabe ou ouviu falar, o(a) Sr(a) aprova o desaprova essa parte da Reforma Tributária dos impostos sobre o consumo?



# **GOLPES/ TENTATIVAS DE GOLPES**

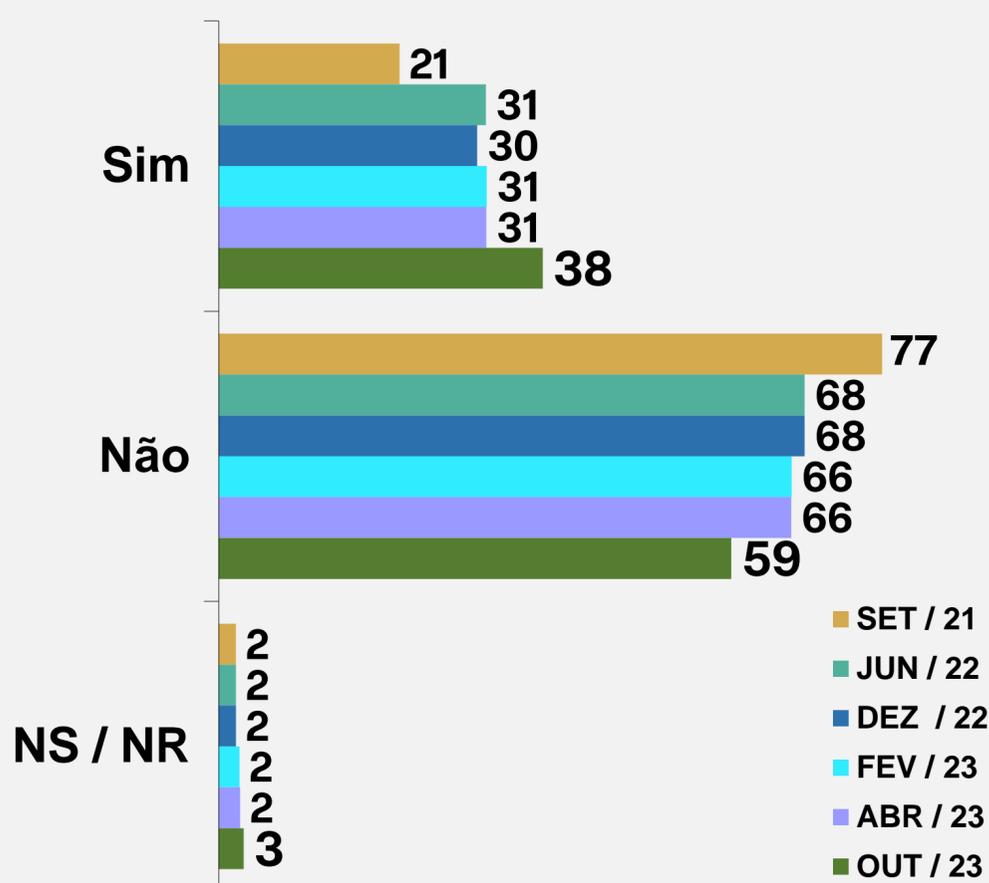
## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Cresce a declaração de envolvimento em situações de golpes ou tentativas de golpes financeiros.

O RADAR FEBRABAN traz de volta nessa edição a temática dos golpes financeiros e revela que cerca de quatro em cada dez entrevistados afirmam **terem** sido vítimas.

Entre abril e outubro desse ano, saltou 7 pontos (de 31% para 38%) o percentual de brasileiros que relatam **terem** sido vítimas de golpes ou tentativas de golpes. Essa menção é mais frequente nas **faixas** de instrução e renda mais altas: nível superior (49%) e renda acima de 5 SM (47%).

VÍTIMA DE GOLPE / TENTATIVA DE GOLPE (%)



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

## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

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

(%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	38	39	36	37	34	44	39
Não	59	59	60	57	64	54	59
NS / NR	3	2	3	6	3	2	2

(%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	38	33	36	49	34	36	47
Não	59	63	61	50	62	61	52
NS / NR	3	4	3	1	4	3	1

(%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	38	44	33	39	38	38
Não	59	53	64	58	60	58
NS / NR	3	3	2	3	3	4

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

## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

Os golpes mais comuns continuam os mesmos mencionados em levantamentos anteriores, mas novas modalidades desse tipo crime se fazem presentes.

- **Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões:** segue como o mais comum, com leve recuo de dois pontos entre abril e outubro (de 50% para 48%). É mais recorrente entre os que têm nível superior (59%) e renda acima de 5 SM (57%).
- **Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp:** segundo golpe mais frequente, com 30% das menções (dois pontos a mais que em abril). Chega a 35% entre os jovens de 18 a 24 anos.
- **Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone:** terceiro mais citado, com 27% (recuo de um ponto em relação a abril). Alcança 31% na faixa etária de 60 anos e mais.
- **Golpe do Pix:** acrescido à lista estimulada do RADAR, recebe 20% das menções, alcançando 35% entre os jovens de 18 a 24 anos.
- **Golpe com utilização do CPF através de SMS:** também listado pela primeira vez na pesquisa, tem 15% de ocorrências declaradas. Também é mais recorrente entre os jovens de 18 a 24 anos (20%).
- **Golpe do leilão ou da loja virtual:** 9% das menções, um aumento de três pontos em relação a abril. São poucas as variações por segmentos e regiões.
- **Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário:** mencionado por 3%.

### 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
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	50	64	48	48	50	48
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	21	25	30	26	28	30
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	18	26	24	25	28	27
Golpe do Pix	-	-	-	-	-	20
Golpe com utilização do CPF através de SMS	-	-	-	-	-	15
Golpe do leilão ou da loja virtual falsa	10	7	9	7	6	9
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	-	-	-	-	-	3
Outro	4	4	7	7	10	2
Não lembra/Não respondeu	5	2	4	2	3	3

## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

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

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	48	47	49	41	53	49	44
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	30	28	32	35	32	30	24
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	28	26	25	25	27	31
Golpe do Pix	20	22	18	35	19	20	11
Golpe com utilização do CPF através de SMS	15	16	13	20	13	17	11
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	8	9	11	10	9	5
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	4	2	2	4	2	3
Outros	2	2	1	2	1	1	2
NS / NR	3	4	3	3	3	2	7

TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	48	41	47	59	42	49	57
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	30	34	30	24	33	31	24
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	27	28	25	28	26	25
Golpe do Pix	20	22	19	18	22	20	17
Golpe com utilização do CPF através de SMS	15	15	14	16	14	14	16
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	8	9	9	8	8	11
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	5	1	3	4	1	3
Outros	2	2	2	0	2	2	0
NS / NR	3	4	3	3	4	4	2

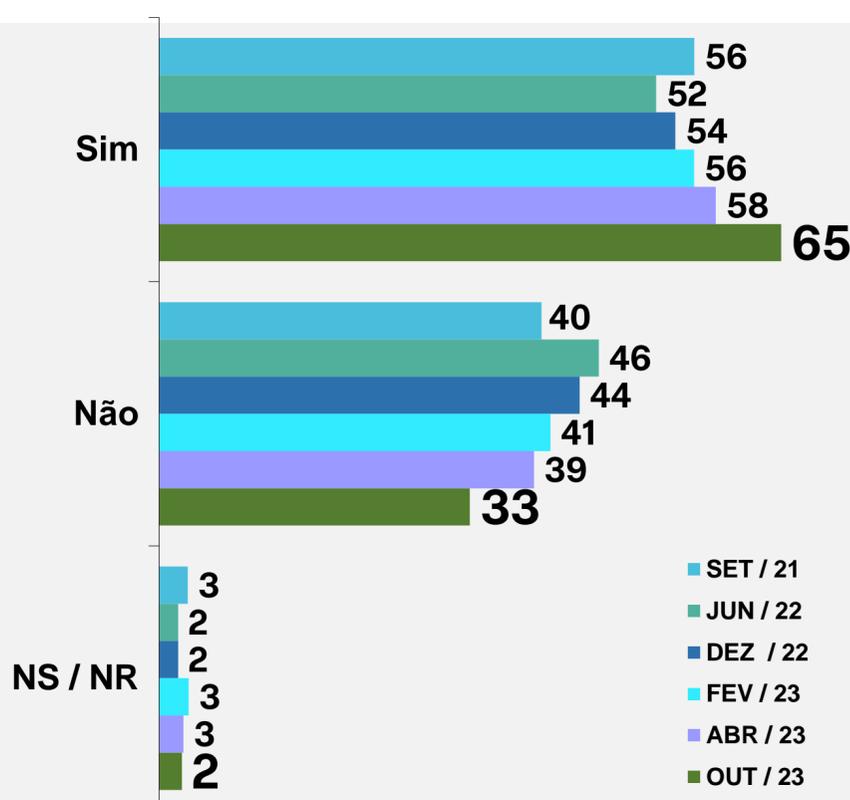
TIPO DO GOLPE / TENTATIVA DO GOLPE EM QUE SE ENVOLVEU (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Golpe da clonagem de cartão de crédito ou troca de cartões	48	51	52	47	47	46
Alguém se fazendo por um conhecido solicitando dinheiro por WhatsApp	30	29	33	32	22	25
Golpe da central falsa onde alguém pede seus dados por telefone	27	28	26	30	19	21
Golpe do Pix	20	18	17	24	19	13
Golpe com utilização do CPF através de SMS	15	16	15	16	12	12
Golpe do leilão ou da loja virtual	9	8	10	9	7	8
Golpe do buquê de flores e do presente de aniversário	3	1	4	3	3	1
Outros	2	3	1	2	3	2
NS / NR	3	5	1	3	8	6

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

## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

A grande maioria dos brasileiros declara ter recebido materiais de comunicação de bancos alertando sobre golpes (65%), percentual que avançou sete pontos em relação a abril. Saliente-se que esse número é inferior a 60% no público mais velho, com instrução fundamental (57%) e renda até 2 SM (56%).

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



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

Resposta (%)	TOTAL	SEXO		IDADE			
		M	F	18 A 24 ANOS	25 A 44 ANOS	45 A 59 ANOS	60 ANOS OU MAIS
Sim	65	66	64	65	69	64	58
Não	33	31	34	32	28	33	41
NS / NR	2	2	3	3	3	3	1

Resposta (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	65	57	67	78	56	70	78
Não	33	39	32	21	41	29	22
NS / NR	2	4	2	1	4	2	1

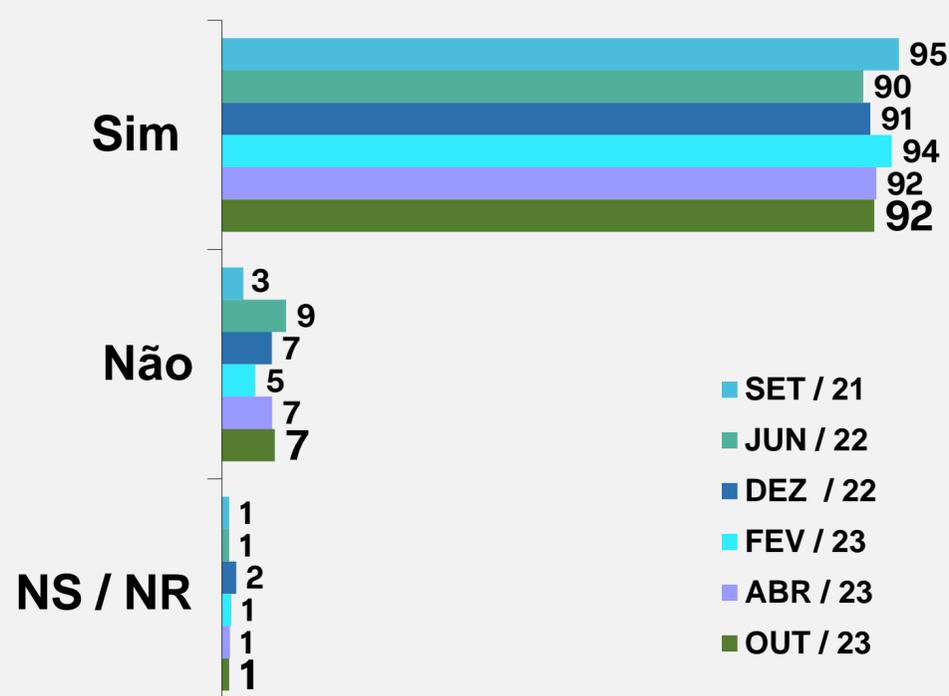
Resposta (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	65	68	61	68	61	65
Não	33	29	37	30	37	33
NS / NR	2	3	2	2	2	3

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

## 7. GOLPES E TENTATIVAS DE GOLPES

A importância de materiais de comunicação de bancos alertando sobre golpes é quase uma unanimidade: 92%, mesmo percentual de abril. Em todos os segmentos e regiões, a atribuição de relevância a esse tipo de iniciativa das instituições bancárias é próxima ou superior a 90%, com pequenas variações para mais ou para menos.

### 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) (%)

Resposta (%)	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	89	93	89	93
Não	7	8	7	8	6	10	7
NS / NR	1	1	1	3	1	1	0

Resposta (%)	TOTAL	INSTRUÇÃO			RENDA FAMILIAR		
		FUNDAMENTAL	ENSINO MÉDIO	SUPERIOR	ATÉ 2 SM	2-5 SM	+ DE 5 SM
Sim	92	93	92	88	93	92	88
Não	7	5	7	11	6	6	11
NS / NR	1	1	1	1	1	1	1

Resposta (%)	TOTAL	REGIÃO				
		NORTE	NORDESTE	SUDESTE	CENTRO-OESTE	SUL
Sim	92	94	94	91	89	89
Não	7	4	6	8	10	10
NS / NR	1	2	0	2	1	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**

Outubro 2023