



9

RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA: HÁBITOS DE CONSUMO E ENDIVIDAMENTO

JULHO/2013



CNI

9

**RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA:
HÁBITOS DE CONSUMO E ENDIVIDAMENTO**



CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI

Presidente: Robson Braga de Andrade

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIA

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL

Carlos Eduardo Abijaodi

Diretor

DIRETORIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Mônica Messenberg Guimarães

Diretora

RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA: HÁBITOS DE CONSUMO E ENDIVIDAMENTO

Novembro / 2012



Confederação Nacional da Indústria

© 2012. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade – GPC

FICHA CATALOGRÁFICA

P474

Pesquisa CNI-IBOPE : retratos da sociedade brasileira : hábitos de consumo : novembro 2012 /
Confederação Nacional da Indústria. – Brasília: CNI, 2012.
37 p. : il.

1. Finanças pessoais. I. Confederação Nacional da Indústria.

CDU 64.03(047)

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.org.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

sac@cni.org.br

SUMÁRIO

Principais resultados 9

1 Condição financeira do brasileiro 11

2 Padrão de consumo 13

3 Efeito da redução dos juros sobre o consumo 20

4 Efeito de um aumento na renda sobre o consumo 26

5 Endividamento 28

6 Especificações técnicas da pesquisa 36

Principais resultados

Condição Financeira do Brasileiro

- De maneira geral, a renda familiar cresceu nos últimos 12 meses, ainda que tenha se mantido constante para 59% da população
- 44% da população acreditam que, em termos financeiros, este ano será melhor que o ano passado

Padrão de consumo

- Nos últimos três anos, os brasileiros aumentaram suas despesas com saúde, cuidados pessoais e educação e reduziram com viagens e hobbies/práticas esportivas
- 40% dos brasileiros têm internet, 27% têm TV a cabo e 27% têm plano de saúde
- 55% dos entrevistados preferem comprar a vista que a prazo
- 60% da população revela intenção de reduzir despesas porque as condições da economia podem piorar
- Intenção de compra para os próximos seis meses é maior para material de construção, veículos automotores, computadores e televisores. O percentual da população que pretendem comprar esses bens é, respectivamente, 25%, 21%, 21% e 21%

Efeito da redução dos juros sobre o consumo

- 46% da população acredita que as taxas de juros estão caindo, mas 40% acham que não estão
- A redução das taxas de juros resultaria em aumento das compras e gastos com serviços de 33% da população
- 69% dos entrevistados concordam que “mais importante que os juros cobrados ou os prazos, é a prestação caber no bolso”
- Para 31% dos entrevistados, o principal destino de um bônus equivalente ao seu salário atual seria a poupança
- Para 23% o bônus seria utilizado principalmente para o pagamento de dívidas

Endividamento

- 41% dos entrevistados têm dívida ou está pagando algum tipo de parcelamento
- 41% dos brasileiros endividados contraíram dívidas para adquirir bens de consumo duráveis
- 41% dos endividados devem aos bancos
- 42% dos pesquisados concordam total ou parcialmente com a frase “a minha situação financeira está no limite do endividamento”
- 85% dos entrevistados endividados têm alguma dificuldade para pagar as dívidas
- 38% dos pesquisados endividados têm prestação em atraso

1 Condição financeira do brasileiro

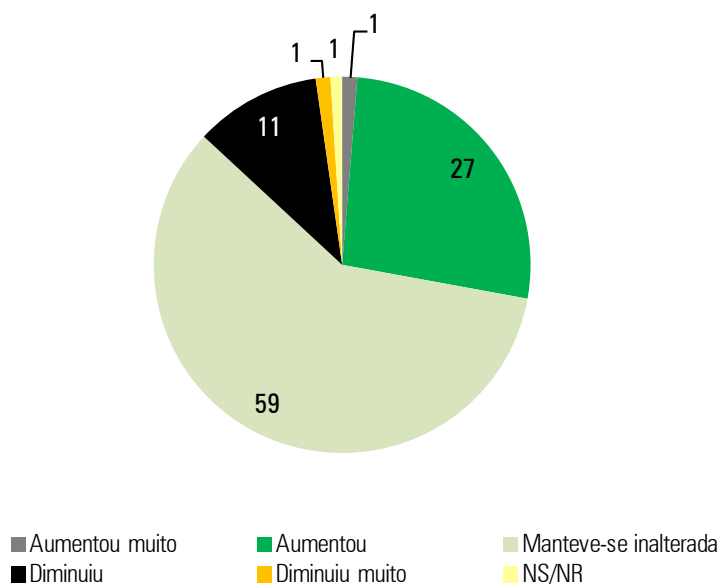
Renda do brasileiro aumentou nos últimos 12 meses

Para a maioria da população (59%), a renda familiar de seu domicílio permaneceu inalterada nos últimos 12 meses. No entanto, o percentual dos que responderam que a renda aumentou supera o dos que perceberam redução na renda, ou seja, de uma maneira geral pode-se considerar que a renda das famílias aumentou nos últimos 12 meses.

Mais de um quarto dos respondentes (28%) afirmam que sua renda familiar aumentou ou aumentou muito nos últimos doze meses. Para 12% dos brasileiros, a renda familiar diminuiu ou diminuiu muito.

O percentual de entrevistados que responderam que a renda familiar aumentou cresce com o estrato de renda familiar. Dentre os estratos considerados, o que apresenta o maior percentual de respondentes que reportaram aumento da renda é o com mais de 10 salários mínimos: 47%. Para os entrevistados na faixa de renda familiar até um salário mínimo, esse percentual cai para 17%.

Evolução da renda familiar nos últimos 12 meses
Percentual de respostas (%)



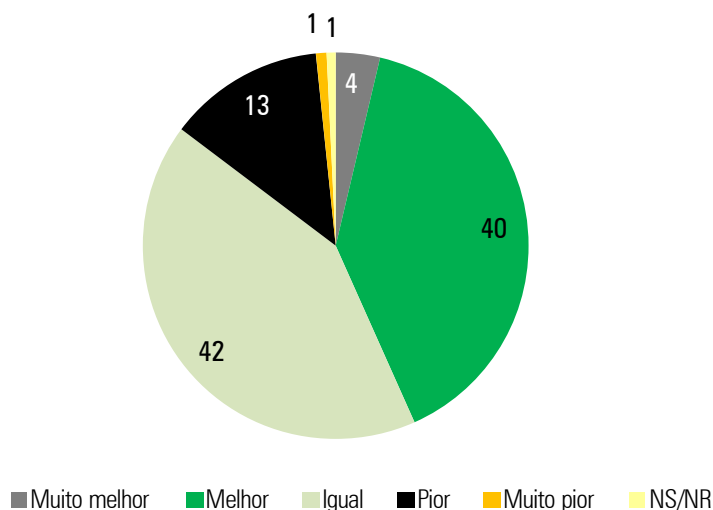
Perspectiva de um ano melhor em termos financeiros

Parte significativa dos brasileiros (44%) tem a expectativa de que a situação financeira este ano será melhor ou muito melhor que a do ano passado. Para 14% dos respondentes, a situação será pior ou muito pior este ano. A situação financeira deverá ser igual à do ano passado segundo as expectativas de 42% dos entrevistados.

Os jovens estão mais otimistas para este ano do que os de mais idade. Mais da metade (54%) dos entrevistados na faixa etária entre os 25 e 29 anos afirmou que o ano será melhor ou muito melhor. Já para os entrevistados acima dos 50 anos, esse percentual cai para 34%.

No corte por faixa de renda familiar, os entrevistados com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos estão mais otimistas: 49% acham que este ano será melhor ou muito melhor que o ano passado. Entre os respondentes com renda familiar de até 1 salário mínimo, o percentual cai para 39%.

Percepção da situação financeira para este ano
Percentual de respostas (%)



2 Padrão de consumo

Cresce despesas com saúde, cuidados pessoais e educação

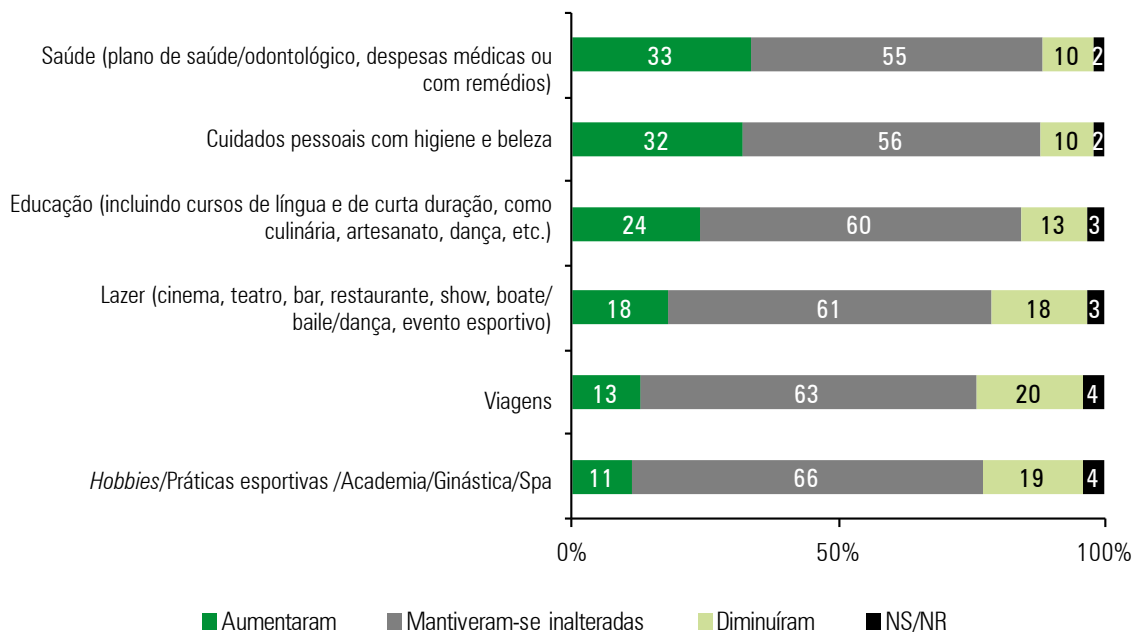
De modo geral, a maior parte dos entrevistados afirma que suas despesas com serviços mantiveram-se inalteradas nos últimos três anos. Não obstante, ao se comparar os percentuais dos que reportaram aumento com os dos que reportaram queda, conclui-se que a população brasileira aumentou os gastos com saúde, cuidados pessoais e educação. Já o percentual dos entrevistados que aumentaram as despesas com viagens e atividades esportivas e hobbies é menor do que o dos que reduziram.

O maior diferencial entre o percentual de aumento e o percentual de redução encontra-se nas despesas com saúde e com cuidados pessoais. No caso de saúde, 33% responderam que as despesas aumentaram nos últimos três anos, enquanto 10% responderam que caíram. Para as despesas com cuidados pessoais com higiene e beleza, o percentual dos entrevistados que reportaram aumento foi de 32% e dos que reportaram queda de 10%. Em terceiro e em quarto lugares, em termos de aumento de gastos, ficaram educação (incluindo cursos de idiomas e de curta duração) e lazer (cinema, teatro, etc), com 24% e 18% de assinalações, respectivamente.

Hobbies/práticas esportivas e viagens foram as alternativas com menor assinalação de aumento nas despesas nos últimos três anos: 11% e 13%, respectivamente. Esses tipos de despesas apresentam percentuais de redução superior ao de crescimento: 20% dos entrevistados reportaram diminuição das despesas no caso das viagens e 19% no caso de *hobbies* e *práticas esportivas*.

Avaliação de despesas nos últimos três anos

Percentual de respostas (%)



Maioria dos brasileiros não possui plano de saúde, internet ou TV a cabo

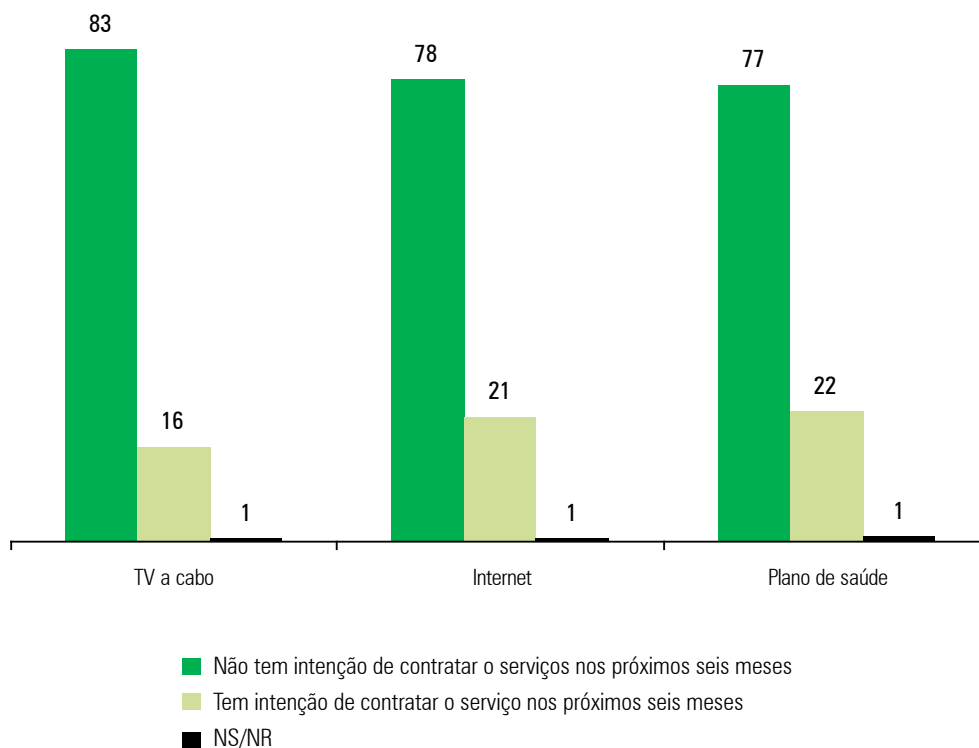
O percentual de brasileiros que possuem plano de saúde, TV a cabo e internet é de, respectivamente, 27%, 27% e 40%.

Entre os entrevistados que não possuem plano de saúde ou internet, 22% e 21%, respectivamente, afirmam ter a intenção de contratar o serviço nos próximos seis meses. No caso da TV a cabo, esse percentual é de 16%.

Entre os que não possuem internet, a intenção de contratação é menor entre os brasileiros com baixa renda familiar: um quarto dos entrevistados com renda superior a 10 salários mínimos afirma ter a intenção de contratar internet nos próximos seis meses ante 16% dos entrevistados com renda familiar de até 1 salário mínimo.

O mesmo ocorre para o caso do plano de saúde. O percentual da população que não possui plano de saúde e que deseja contratar esse serviço é de 27% para os entrevistados com renda superior a 10 salários mínimos, e de 16% para os entrevistados com renda familiar de até 1 salário mínimo.

Intenção de contratação de plano de saúde, internet ou TV a cabo para entrevistados que não possuem esse serviço
Percentual de respostas (%)

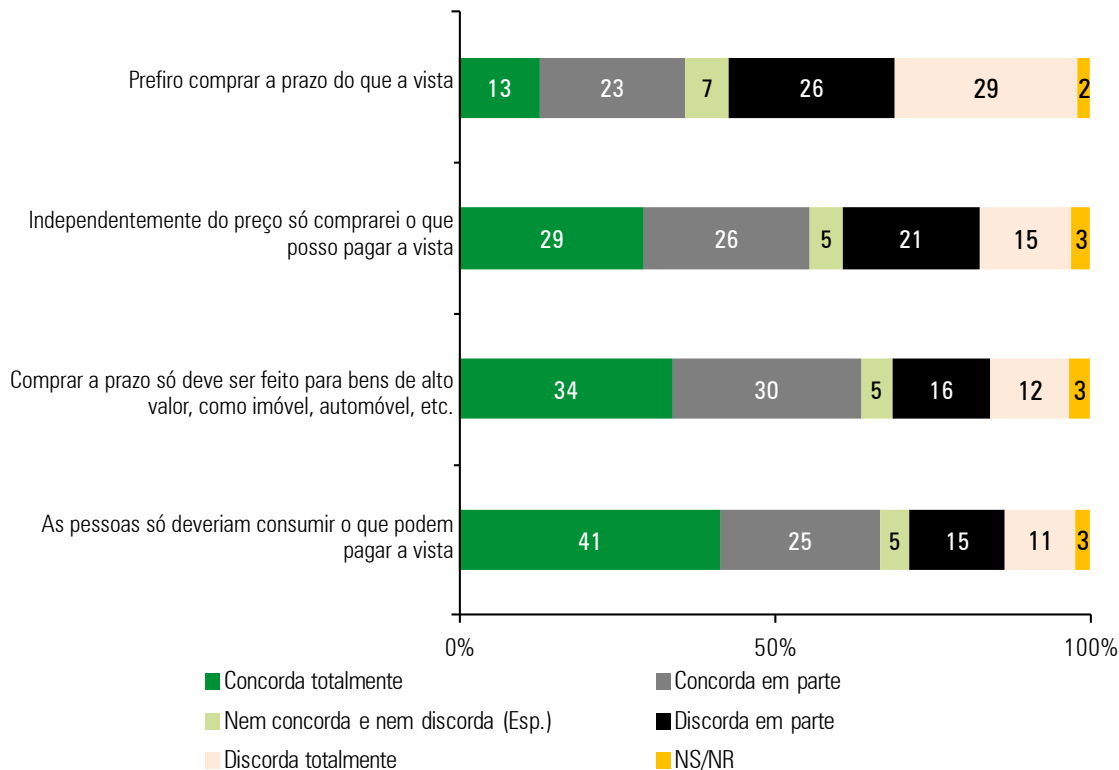


Brasileiros preferem comprar a vista

A maioria dos brasileiros prefere comprar a vista que a prazo. Essa conclusão é corroborada por quatro perguntas que analisam a opinião com respeito às compras a prazo. Quando questionados sobre a opção de forma de pagamento na compra de bens e serviços, a maioria dos brasileiros discorda da frase “prefiro comprar a prazo do que a vista”: 55% discordam totalmente ou parcialmente e pouco mais de um terço da população concorda que prefere comprar a prazo a comprar a vista.

Opinião dos brasileiros com respeito à forma de pagamento de suas compras

Percentual de respostas (%)



Quando confrontados com a frase “independente do preço só comprarei o que posso pagar a vista”, novamente o resultado indica a preferência por compras a vista. Dentre os entrevistados, 55% concordaram, totalmente ou parcialmente, com a afirmação e 36% discordaram, totalmente ou parcialmente.

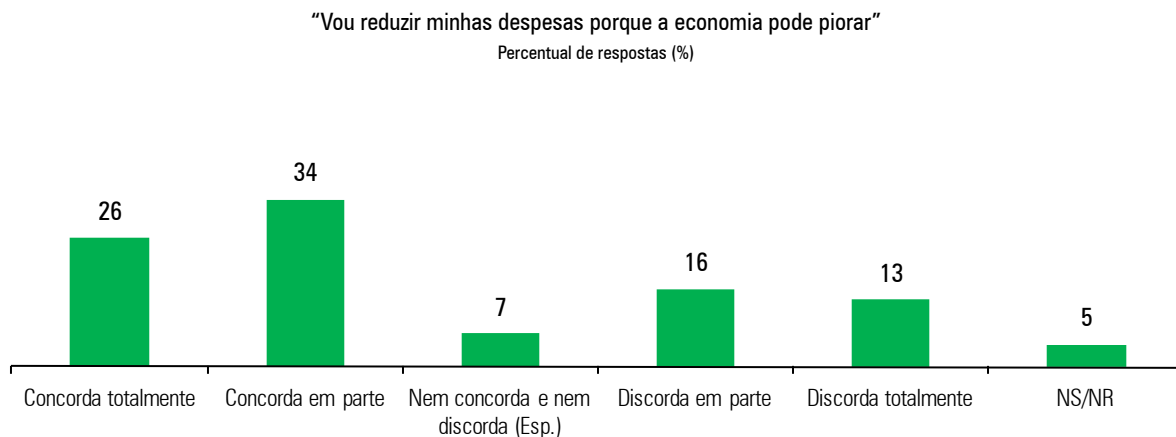
O resultado acima é reforçado pelo percentual de concordância (64%) com a frase “comprar a prazo só deve ser feito para bens de alto valor, como imóvel, automóvel, etc.” (34% concordam totalmente e 30% parcialmente). Discordam total ou parcialmente da afirmativa 12% e 16% dos entrevistados, respectivamente. Outros 5% afirmaram, espontaneamente, que nem concordam, nem discordam da frase.

Por fim, ao avaliar o comportamento da sociedade e não apenas o individual, verifica-se um aumento no percentual que defende as compras a vista: 66% dos entrevistados concordam, totalmente ou parcialmente, que “as pessoas só deveriam consumir o que podem pagar a vista”. O percentual dos que discordam da afirmação é de 26%.

Maioria afirma que reduzirá despesas temendo piora na economia

No que diz respeito às finanças pessoais, os entrevistados se mostraram preocupados em relação a eventuais cenários adversos. A maioria da população afirma que pretende reduzir suas despesas porque a economia pode piorar: 26% concordam totalmente e 34% concordam parcialmente com a afirmação. Regionalmente, a concordância é maior no Sul: 64% concordam total ou parcialmente contra 57% nas regiões Norte e Centro-Oeste.

Discordam total ou parcialmente 13% e 16% dos entrevistados, respectivamente. O percentual de discordância é maior entre mais jovens: 32% dos entrevistados entre 16 a 24 anos discordam total ou parcialmente contra 24% dos entrevistados com 50 anos ou mais.

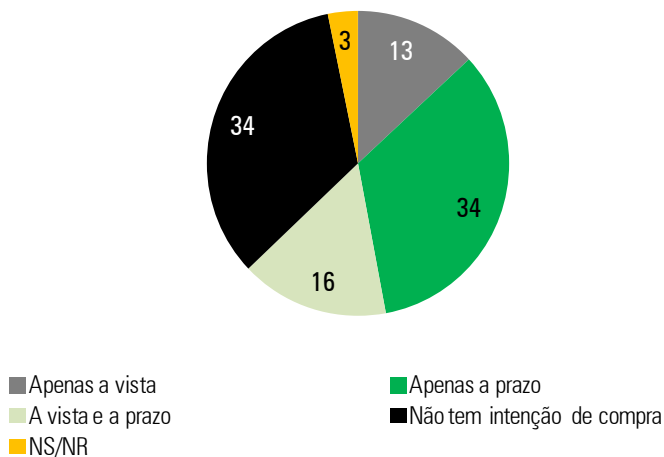


Quase dois terços dos brasileiros pretendem comprar algum bem de consumo durável, imóvel ou viagem nos próximos seis meses

Apresentados a uma lista de 16 tipos de bens de consumo duráveis, imóveis ou viagem (ver gráfico 2 de intenção de compra), 63% dos entrevistados afirmam ter a intenção de comprar pelo menos um dos itens nos próximos seis meses. Desses, a maioria (54%) pretende comprar apenas a prazo, 21% comprarão apenas a vista e 25% pretendem comprar pelo menos um dos itens a prazo e pelo menos um a vista.

A intenção de compra de pelo menos uma opção de bem ou serviço da lista apresentada é maior entre os entrevistados mais novos e com renda familiar mais elevada: 73% para os entrevistados entre 16 e 24 anos ante 49% para os entrevistados com mais de 50 anos; e 76% para os entrevistados na faixa de renda familiar de 10 salários mínimos ou mais ante 53% para os que têm renda familiar de até 1 salário mínimo.

Intenção de compra nos próximos seis meses
Bens de consumo duráveis, imóveis e viagens
Percentual de respostas (%)

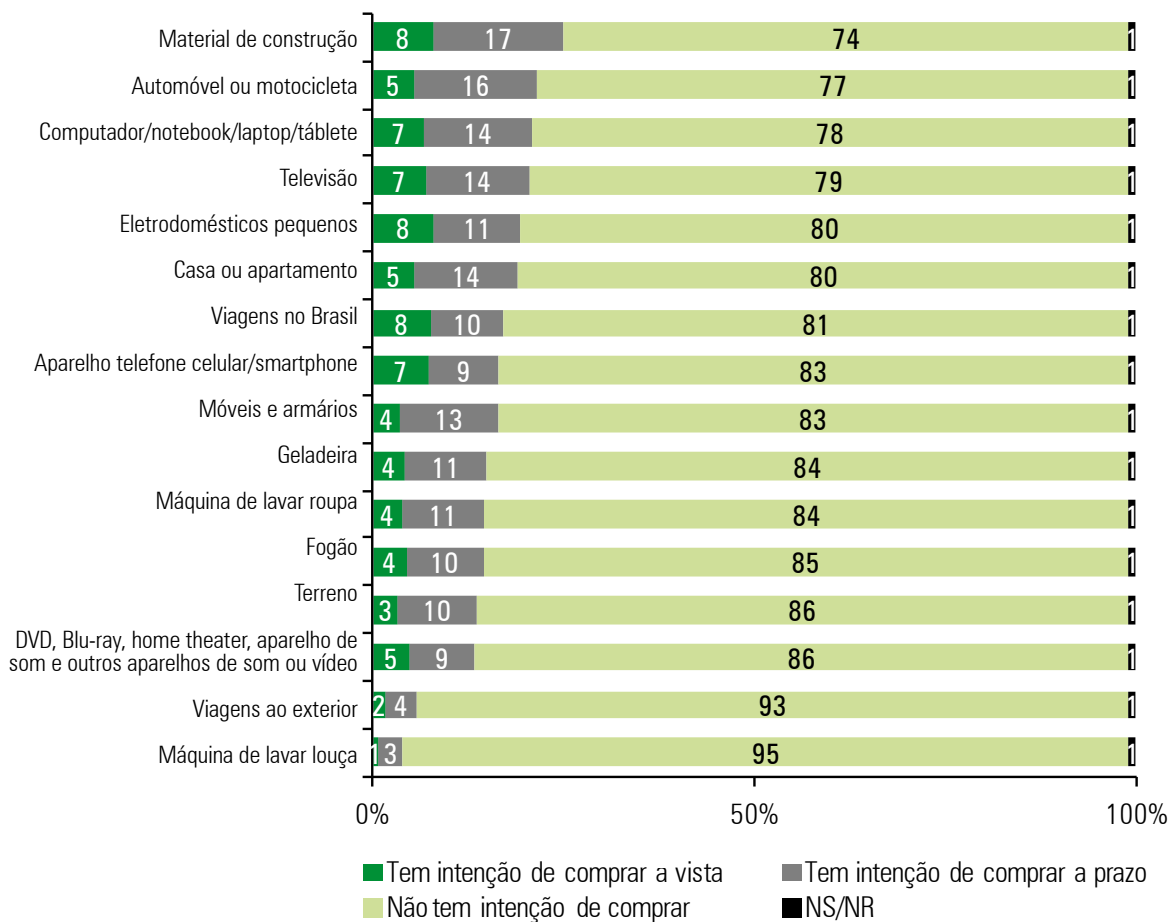


Material de construção lidera intenção de compra do brasileiro nos próximos seis meses

O item com maior intenção de compra foi material de construção: 25% dos entrevistados afirmaram ter a intenção de comprá-lo nos próximos seis meses (a vista ou a prazo). Em segundo lugar, no *ranking* dos produtos com maior percentual de intenção de compra, encontram-se empatados com 21% automóvel ou motocicleta, computador e televisão. Os itens com menor percentual da população que pretendem adquiri-los são máquina de lavar louça e viagens ao exterior com 4% e 6%, respectivamente.

Intenção de compra nos próximos seis meses

Percentual de respostas (%)



3 Efeito da redução dos juros sobre o consumo

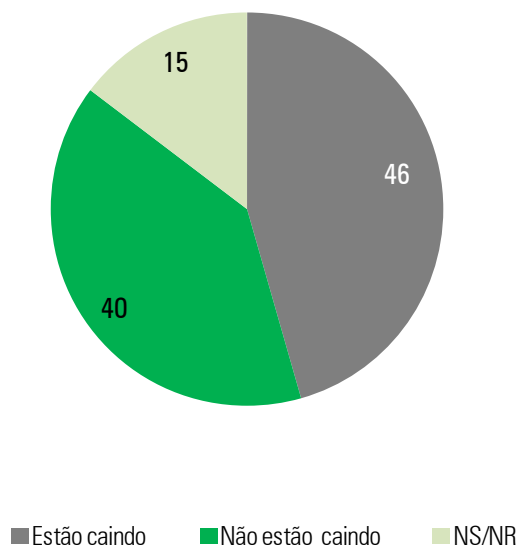
Quase metade da população acredita que os juros estão caindo no País

Para 46% dos entrevistados, as taxas de juros estão caindo no Brasil. No entanto, 40% afirmam que as taxas de juros não estão caindo. Outros 15% não sabem ou não quiseram responder.

A diversidade de percepção entre os brasileiros com diferentes graus de instrução é elevada: 37% dos entrevistados com até 4ª série do ensino fundamental concordam que a taxa de juros está caindo ante 54% dos entrevistados com nível superior.

Chama atenção ainda o diferencial entre o percentual de “não respondeu” ou “não soube responder” dos entrevistados com até 4ª série do ensino fundamental e aqueles com nível superior: 26% e 5%, respectivamente.

Percepção do entrevistado sobre as taxas de juros
Percentual de respostas (%)



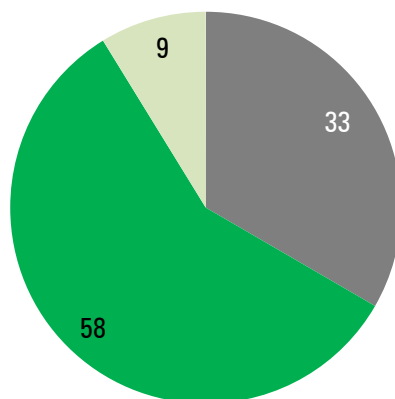
Um terço da população pretende aumentar suas compras e gastos com serviços com a queda das taxas de juros

Questionados sobre a postura adotada frente a uma redução nas taxas de juros, 33% dos brasileiros afirmam que pretendem aumentar suas compras ou gastos com bens e serviços. A maior parte (58%), no entanto, afirmou que não pretende aumentar suas compras ou gastos com bens e serviços. Outros 9% não souberam ou não quiseram responder.

Os mais jovens se mostraram mais propensos a aumentar seus gastos com uma queda das taxas de juros: 40% dos entrevistados entre 16 e 24 anos afirmam que aumentariam seus gastos contra 23% dos entrevistados com 50 anos ou mais.

A diferença também é significativa para os entrevistados com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos e para aqueles com renda familiar de até um salário mínimo: 46% e 24%, respectivamente.

Expectativa de crescimento de compras e gastos considerando queda de juros
Percentual de respostas (%)



■ Sim ■ Não ■ NS/NR

Compra de veículos e imóveis serão as mais estimuladas com a queda nos juros

Considerando os entrevistados que afirmam ter a intenção de aumentar suas compras e gastos frente à queda de juros, ou caso a queda ocorresse, 30% afirmaram que optariam pela compra de veículos e 28% de imóveis ou terreno. Em seguida têm-se a aquisição de eletrodomésticos e a reforma do imóvel com 17% e 16% de respostas, respectivamente.

As opções menos marcadas foram “despesas médicas ou hospitalares” e “eventos sociais”, ambas com 3%, e “viagem ao exterior”, com apenas 2% das marcações de resposta.

O percentual de marcações na opção “compra de veículos” foi maior entre o público masculino e mais jovem. Mais de dois terços dos homens (36%) marcaram a “compra de veículos” como opção de consumo em função da redução nos juros. Esse percentual cai para um quarto no caso dos entrevistados de sexo feminino. Entre os mais jovens (de 16 a 24 anos), a compra do veículo aparece em 38% das marcações de resposta. Já para os mais velhos (50 anos ou mais), esse percentual cai para 20%.

Nas opções “eletrodomésticos” e “reforma de imóvel”, o resultado se inverte. Nesses casos, o maior percentual de respostas vem do público feminino e dos entrevistados de maior faixa etária. Já a distribuição de respostas, por idade, para “compra de imóveis” ocorre de forma bem mais homogênea.



Falta de renda disponível limita aumento do consumo

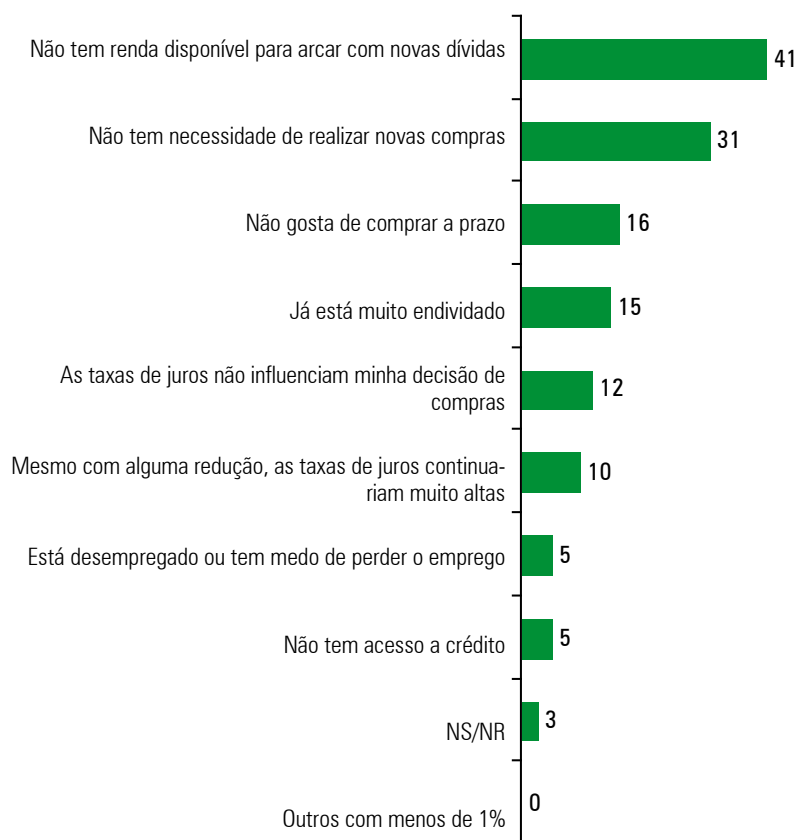
A falta de renda foi a principal razão apontada pelos entrevistados para não aumentar suas compras e gastos com a queda das taxas de juros, independentemente de acreditarem na queda da taxa ou não. A opção “não tem renda disponível para arcar com novas dívidas” foi marcada por 41% dos entrevistados que não pretendem aumentar suas compras. Entre os entrevistados com renda familiar de até um salário mínimo, esse percentual chega a 55%. Em contrapartida, o percentual cai para 27% para os entrevistados com renda familiar superior a 10 salários mínimos.

A segunda opção mais escolhida foi “não tem necessidade de realizar novas compras”, com 31% das respostas. Essa foi a principal razão para os entrevistados com renda familiar superior a 10 salários mínimos, com 46% das respostas.

“Está desempregado ou tem medo de perder o emprego” e “não tem acesso a crédito” foram as razões com o menor percentual de marcações, ambas com apenas 5%.

Razões para o entrevistado decidir não aumentar suas compras e gastos com serviços

Percentual de respostas (%)

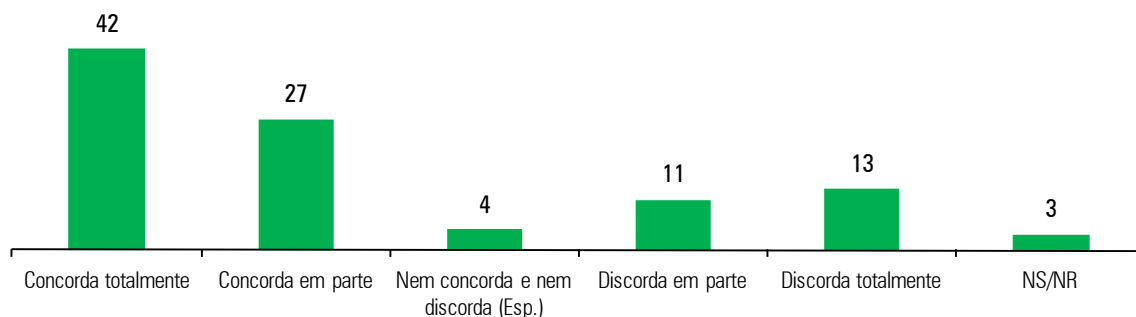


A prestação caber no bolso é mais importante que os juros cobrados ou os prazos

Sessenta e nove por cento da população concorda, total ou parcialmente, com a frase “mais importante que os juros cobrados ou os prazos, é a prestação caber no bolso”. Cerca de um quarto dos brasileiros discorda da afirmação: 13% discordam totalmente e 11% discordam parcialmente. O percentual de discordância é um pouco maior entre os entrevistados com maior nível de renda familiar: 39% dos pesquisados com renda familiar de 10 salários mínimos ou mais discordam total ou parcialmente da frase, enquanto o percentual para os entrevistados com renda familiar de até um salário mínimo é de 21%.

“Mais importante que os juros cobrados ou os prazos, é a prestação caber no bolso”

Percentual de respostas (%)

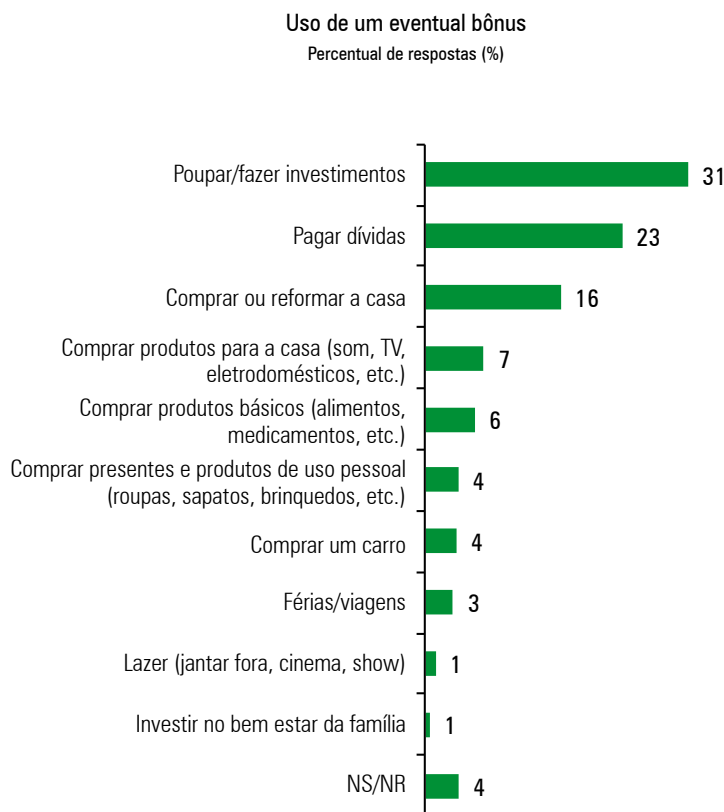


4 Efeito de um aumento na renda sobre o consumo

Poupança seria o principal destino de rendimentos extraordinários

Para 31% dos entrevistados, o principal destino de um bônus equivalente ao seu salário atual seria a poupança (seja via caderneta de poupança, seja via investimento em títulos e ações). O percentual de brasileiros cujo principal destino do bônus seria a poupança é maior entre os entrevistados com maior renda familiar (mais de 10 salários mínimos). Nesse estrato de renda, 51% responderam que o principal uso que dariam ao bônus seria poupar. Entre os entrevistados com renda familiar de até um salário mínimo, esse percentual cai para 25%.

Em segundo e terceiro lugar entre os principais destinos mais utilizados para um bônus equivalente ao salário atual têm-se “pagamento de dívidas” e “compra ou reforma da casa”, opções escolhidas por, respectivamente, 23% e 16% dos entrevistados.



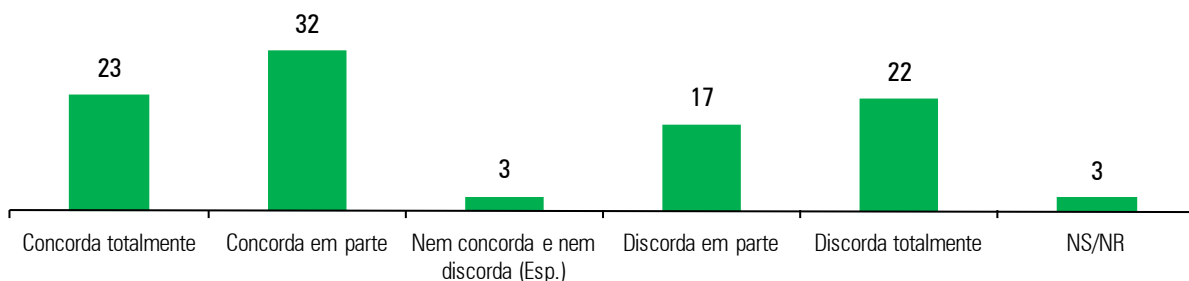
Aumento na renda seria usado para consumo pela maioria da população

Considerando agora um aumento na renda do entrevistado, mais da metade respondeu que aumentaria o consumo, ou seja, concordaram com a frase “qualquer aumento na minha renda faria com que aumentasse o meu consumo”. Do total de pesquisados, 23% concordam totalmente com a frase e 32% concordam parcialmente.

Discordam total ou parcialmente 22% e 17% dos entrevistados, respectivamente. Entre os brasileiros com diferentes faixas de renda familiar, a discordância é maior entre os entrevistados com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos (46% afirmam que discordam total ou parcialmente). No caso dos entrevistados na faixa de renda familiar até um salário mínimo, esse percentual cai para 33%.

“Qualquer aumento na minha renda faria com que aumentasse o meu consumo”

Percentual de respostas (%)



5 Endividamento

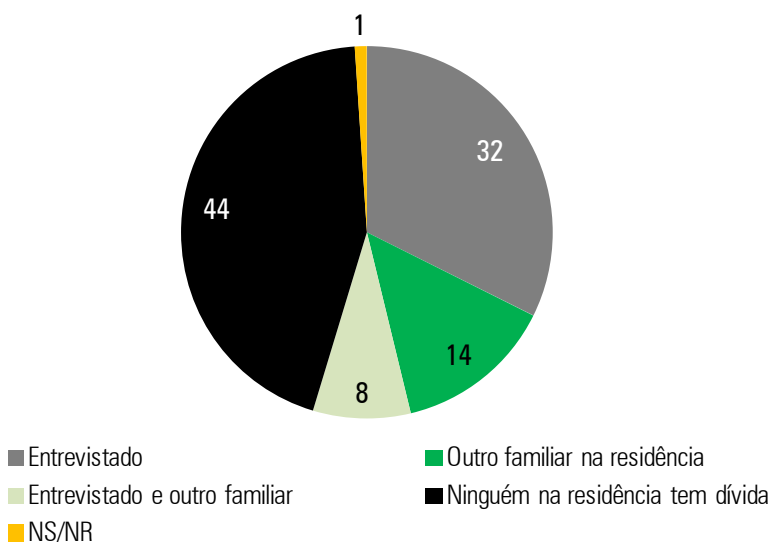
Endividamento atinge 41% dos entrevistados

Grande parte dos brasileiros (41%) afirma estar endividada, ou seja, está pagando algum tipo de parcelamento de compra, empréstimo ou financiamento. Considerando a situação onde outro familiar que mora na mesma residência tem dívidas, esse percentual sobe para 55%.

A proporção de endividados é maior entre os respondentes das faixas superiores de renda familiar. Dentre os entrevistados com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos e acima de 10 salários mínimos, 48% e 45%, respectivamente, estão endividados. Para os com renda familiar de até um salário mínimo e entre 1 e 2 salários mínimos, os percentuais caem para 39% e 37%, respectivamente.

Entre as regiões, o Sudeste é a que apresenta maior percentual de endividados (45% dos entrevistados residentes na região). Já na Região Sul, esse percentual cai para 30%.

População que está atualmente pagando algum tipo de parcelamento de compra, empréstimo ou financiamento
Percentual de respostas (%)



Compras de bens de consumo duráveis lideram razões para o endividamento dos brasileiros

Dentre os brasileiros que afirmam estar pagando algum tipo de parcelamento de compra, empréstimo ou financiamento atualmente, 41% dizem estar comprometidos com o pagamento de bens de consumo duráveis. Em segundo lugar aparece a compra de veículos, com 21% das respostas.

As opções menos assinaladas foram “despesas com viagens” e “eventos sociais”, ambas com 2% das opções marcadas.



Maioria dos endividados tem o banco como credor

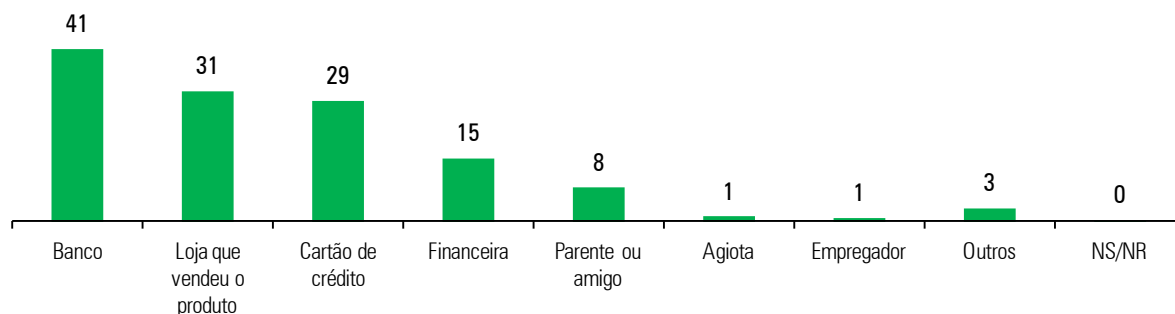
Dentre os entrevistados que possuem dívidas, 41% afirmam estar devendo para o banco. As assinalações dos itens “loja que vendeu o produto” e “cartão de crédito” ficaram bastante próximas, com 31% e 29%, respectivamente. As financeiras aparecem em quarto lugar com 15% das opções de resposta.

Considerando os estratos por grau de instrução e renda familiar, o percentual de devedores a bancos é maior entre os com educação superior (53%) e os com renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos (50%).

No caso de “loja que vendeu o produto”, o perfil muda. O percentual de endividados é maior entre os entrevistados com os menores graus de instrução e aqueles nas menores faixas de renda familiar.

O percentual de entrevistados do sexo feminino que afirma estar devendo ao cartão de crédito é de 32% ante 25% do sexo masculino. Com respeito às regiões geográficas brasileiras, o Nordeste apresenta o maior percentual de residentes com dívida no cartão de crédito (36%), quase quatro vezes maior que o registrado na Região Sul (10%).

Para quem o entrevistado está devendo
Percentual de respostas dos entrevistados com dívidas (%)



Parcela considerável da população está no limite do endividamento

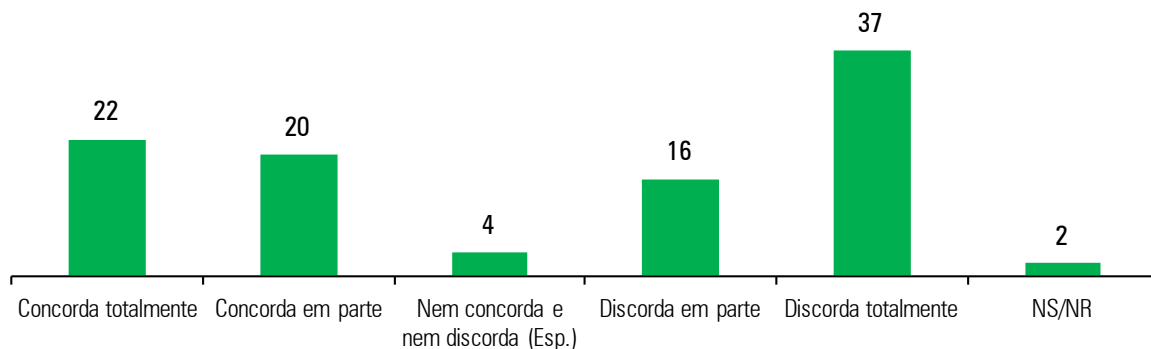
Grande parte da população concorda com a afirmativa “a minha situação financeira está no limite do endividamento”: 22% concordam totalmente e 20% concordam parcialmente. A maioria, no entanto, afirma não estar acima do limite do endividamento: discordam totalmente ou parcialmente 37% e 16% dos respondentes, respectivamente.

Regionalmente, os entrevistados do Nordeste apresentam maior percentual de concordância. Somando os que concordam total ou parcialmente, o percentual chega a 43% nessa Região ante 36% da Região Sul.

Para os entrevistados com renda familiar de até um salário mínimo, o percentual de discordância parcial ou total é de 41%, enquanto que no caso dos entrevistados com renda familiar de mais de 10 salários mínimos, o percentual é de 78%.

“A minha situação financeira está no limite do endividamento”

Percentual de respostas (%)



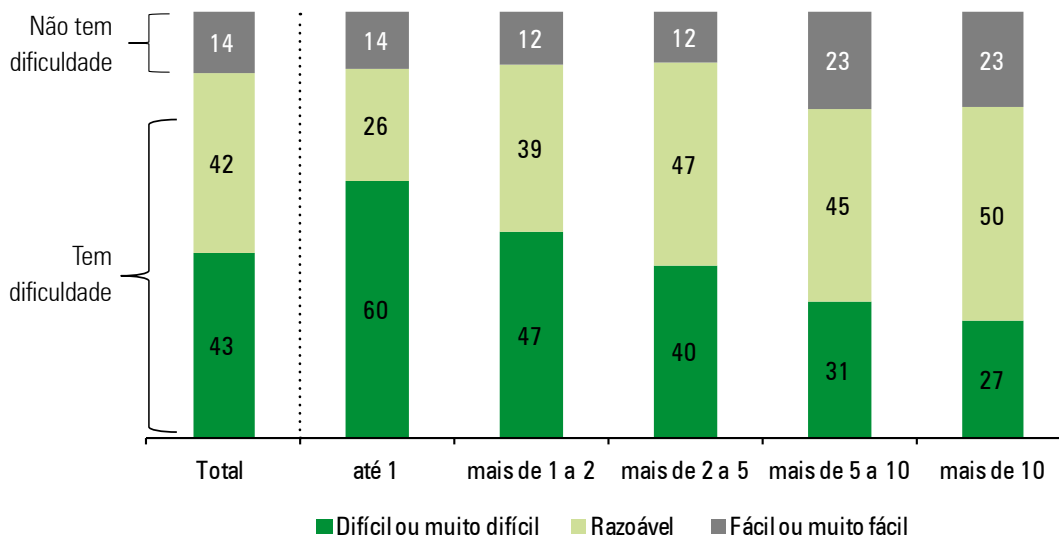
Quase metade dos que estão endividados tem dificuldade para pagar suas dívidas

Grande parte da população que tem dívida encontra dificuldades para pagar suas contas: entre os entrevistados, 15% afirmam que, considerando sua renda atual, é muito difícil pagar sua dívida (pagamento, empréstimo ou financiamento), 28% afirmam ser difícil pagar suas dívidas, e outros 42% dizem que sua capacidade de pagamento é razoável.

A capacidade de pagamento é fácil apenas para 13% dos entrevistados, enquanto 1% afirma que é muito fácil pagar suas dívidas.

Os brasileiros com renda familiar mais baixa têm maior dificuldade para pagar suas dívidas. Para os entrevistados com renda familiar acima de 10 salários mínimos, 27% consideram difícil ou muito difícil pagar suas dívidas. No caso dos entrevistados com renda familiar de até um salário mínimo, esse percentual sobe para 60% das respostas, sendo que grande parte (27%) marcou a opção muito difícil.

Dificuldade para pagar contas (pagamento, empréstimo ou financiamento)
Percentual de respostas dos entrevistados com dívidas (%)

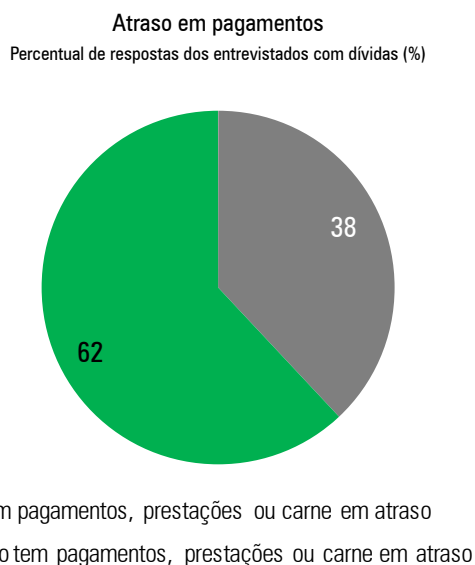


De cada três pessoas endividadas, uma está com pagamentos atrasados

Maioria dos entrevistados que tem dívida (62%) não tem prestações em atraso, mas 38% afirmam ter pagamentos, prestações ou carnê em atraso.

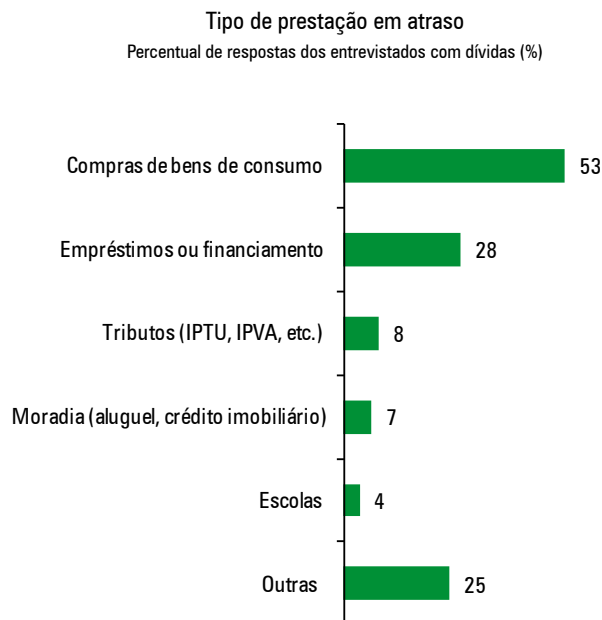
Os entrevistados com renda familiar mais baixa (de até um salário mínimo) têm mais pagamentos e prestações em atraso (51%). Esse percentual cai para 24% para os brasileiros com renda familiar acima de 10 salários mínimos.

Regionalmente, o Norte/Centro-Oeste tem o maior percentual de entrevistados com pagamentos e prestações atrasadas (47%). Na Região Sul, o percentual de brasileiros com pagamentos em atraso cai para 28%.



Entre aqueles com prestações, carnês e pagamentos em atraso, a maior parte se deve a “prestações de bens de consumo atrasadas” (53%).

As opções “empréstimos e financiamentos” e “outras prestações e pagamentos”, correspondem a 28% e 25% das respostas marcadas, respectivamente.



Brasileiros têm mais pagamentos em atraso hoje do que há um ano

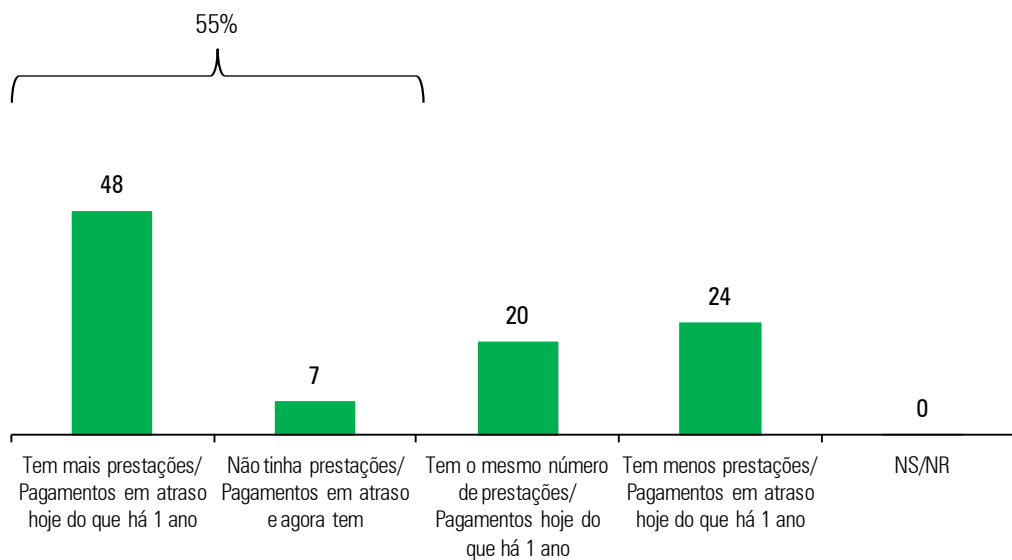
Dos brasileiros que afirmam ter prestações e pagamentos em atraso, 55% têm mais prestações e pagamentos em atraso hoje que há um ano, sendo que desses, 13% não tinham dívidas em atraso (o que representa 7% dos que tem dívida em atraso). Outros 20% dizem ter o mesmo número que há um ano e 24% têm menos prestações e pagamentos em atraso.

O percentual de jovens (16 a 24 anos) com dívidas em atraso e cujo número de pagamentos ou prestações em atraso cresceu no último ano é de 64%. No caso dos entrevistados com mais de 50 anos, esse percentual é de 47%.

Regionalmente, o Sul aparece em pior situação: 67% dos entrevistados com prestações ou pagamentos em atraso dessa Região dizem que tem mais prestações e pagamentos em atraso atualmente que há um ano. No Nordeste esse percentual cai para 48%.

Situação das prestações e pagamentos atrasados em relação há 1 ano atrás

Percentual de respostas dos entrevistados com dívidas (%)



9 Especificações técnicas da pesquisa

Período de campo

De 16 a 19 de junho de 2012.

Universo

A pesquisa é realizada com eleitores de 16 anos ou mais da área em estudo. O universo de eleitores é estratificado. Com exceção dos estados do Acre, Amapá e Roraima que juntos constituem apenas um estrato, cada um dos demais estratos é composto por apenas um estado brasileiro. Uma vez que o Estado possua Região Metropolitana, o seu universo é estratificado em Região Metropolitana e Interior.

Amostra

O modelo de amostragem utilizado é o de conglomerados em 3 estágios.

No primeiro estágio os municípios são selecionados probabilisticamente através do método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), com base na população de 16 anos ou mais de cada município.

No segundo estágio são selecionados os conglomerados: setores censitários, com PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) sistemático. A medida de tamanho é a população de 16 anos ou mais residente nos setores.

Finalmente, no terceiro estágio é selecionado em cada conglomerado um número fixo de eleitores segundo cotas de variáveis descritas abaixo.

Variáveis para cotas amostrais

- SEXO: Masculino e Feminino.
- GRUPOS DE IDADE: 16-17, 18-24, 25-29, 30-39, 40-49, 50-69 e 70 anos e mais.
- INSTRUÇÃO: Até 4ª série do fund.; 5ª a 8ª série do fund.; Ens. Médio; Superior.
- ATIVIDADE: Setor de dependência - agricultura, indústria de transformação, indústria de construção, outras indústrias, comércio, prestação de serviços, transporte e comunicação, atividade social, administração pública, outras atividades, estudantes e inativos.
- FONTES DE DADOS PARA ELABORAÇÃO DA AMOSTRA: Censo 2000, PNAD 2008 e TSE 2010.

- **NÚMERO DE ENTREVISTAS:** 2.002 entrevistas em 141 municípios.
- **MARGEM DE ERRO:** O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.
- **COLETA DE DADOS:** Entrevistas pessoais com utilização de questionário elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa. As entrevistas são realizadas por uma equipe de entrevistadores do IBOPE, devidamente treinada para abordagem deste tipo de público.
- **CONTROLE DE QUALIDADE:** Há filtragem em todos os questionários após a realização das entrevistas. Fiscalização em aproximadamente 20% dos questionários.

Perfil da amostra	%
Sexo	
Masculino	48
Feminino	52
Idade	
16 a 24	20
25 a 29	13
30 a 39	22
40 a 49	19
50 e mais	26
Grau de instrução	
Até 4ª série do fundamental	28
5ª a 8ª do fundamental	21
Ensino Médio	35
Superior	16
Região	
Norte/Centro-Oeste	15
Nordeste	27
Sudeste	43
Sul	15

Perfil da amostra	%
Renda familiar (em salários mínimos)	
Mais de 10	2
Mais de 5 a 10	11
Mais de 2 a 5	36
Mais de 1 a 2	33
Até 1	13
Não respondeu	5
Condição do município	
Capital	27
Periferia	13
Interior	60
Porte do município (em número de habitantes)	
Até 20 mil	19
Mais de 20 a 100 mil	28
Mais de 100 mil	53

OBSERVAÇÃO: As perguntas cujas somas das porcentagens não totalizam 100% são decorrentes de arredondamentos ou de múltiplas respostas.

Lista de publicações RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA:

- 1 - Educação – Agosto 2010
- 2 - Meio Ambiente – Dezembro 2010
- 3 - Qualidade dos Serviços Públicos e Tributação – Março 2011
- 4 - Locomoção Urbana – Agosto 2011
- 5 - Segurança Pública – Outubro 2011
- 6 - Saúde Pública – Janeiro 2012
- 7 - Meio Ambiente – Maio 2012
- 8 - Inclusão Financeira – Junho 2012
- 9 - Hábitos de Consumo e Endividamento – Novembro 2012

CNI

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade - GPC

Renato da Fonseca

Gerente-Executivo

Isabel Mendes de Faria

Edson Velloso

Analistas

DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO - DIRCOM

Carlos Alberto Barreiros

Diretor

Gerência Executiva de Publicidade e Propaganda - GEXPP

Carla Cristine Gonçalves de Souza

Gerente-Executiva

Carla Regina P. Gadêlha

Alisson Augusto Costa dos Santos

Produção Editorial

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Área de Administração, Documentação e Informação – ADINF

Marcos Tadeu

Gerente-Executivo

Gerência de Documentação e Informação – GEDIN

Fabíola de Luca Coimbra Bomtempo

Gerente de Documentação e Informação

Claudia Valentim

Normalização

IBOPE Inteligência

Elaboração da Pesquisa



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA