



RELISE

INFLUENCIADORES DIGITAIS NO MERCADO DE CAPITAIS: UM ESTUDO SOBRE O AUMENTO DE INVESTIDORES NA B3¹

*DIGITAL INFLUENCIERS IN THE CAPITAL MARKET: A STUDY ON
INCREASING INVESTORS AT B3*

Danilo da Conceição Nascimento²

Antonio Jose Marinho Ribeiro³

Fernando de Araujo⁴

Bruno D'Assis⁵

RESUMO

Na economia de um país, a sociedade toma decisões que envolve consumir mais do que poupar, ou poupar mais do que consumir. São os chamados Pouparadores e Tomadores, e é no Sistema Financeiro que ocorrem as transações de recursos financeiros. É no mercado de capitais que se concentram os estudos, analisando se os Influenciadores Digitais vêm impactando no número de investidores que atuam no segmento, por meio da bolsa de valores onde são negociados ativos como: ações, debêntures, fundos imobiliários e outros produtos financeiros. o número de CPFs cadastrados na Bovespa tem crescido exponencialmente, e os brasileiros estão conhecendo cada vez mais outras oportunidades de investimento, é o que aponta uma pesquisa feita pela Bovespa (2019). Com isso, cabe investigar se os Influenciadores Digitais estão relacionados a esse crescimento.

Palavras-chave: mercado de capitais, Bovespa, influenciadores digitais.

¹ Recebido em 28/09/2020. Aprovado em 30/09/2020.

² Faculdade Reunidas da ASCE. daniloconceicao99@gmail.com

³ Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio/Faculdade Reunidas da ASCE. antoniomarinho2018@gmail.com

⁴ Faculdade Reunidas da ASCE. fernando.araujo2@hotmail.com

⁵ Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. bruno.dassis@gmail.com



RELISE

187

ABSTRACT

In a country's economy, society makes decisions that involve consuming more than saving or saving more than consuming. We call them Savers and Borrowers, and it is in the Financial System that financial resources transactions occur. It is in the capital market that our studies focus, analyzing whether Digital Influencers have been affecting the number of investors operating in the segment, through the stock exchange where there are assets such as stocks, debentures, funds, and other financial products that are traded. The number of CPFs registered on Bovespa has grown exponentially, and Brazilians are increasingly knowing other investment opportunities, this is what shows the survey by Bovespa (2019). With this, it is relevant find out whether Digital Influencers are responsible for this growth.

Keywords: capital market, BOVESPA, digital influencers.

INTRODUÇÃO

Na economia de um país, a sociedade toma decisões que envolve consumir mais do que poupar, ou poupar mais do que consumir. São os chamados Poupadores e Tomadores, e é no Sistema Financeiro que ocorrem as transações de recursos financeiros.

Conforme os autores Lund et al. (2012, p.22), “o Sistema Financeiro Nacional (SFN) é composto por um conjunto de instituições financeiras que têm por objetivo intermediar o fluxo de recursos entre tomadores e poupadores”. Os autores complementam em seguida que o SFN viabiliza a relação entre os agentes que precisam de recursos financeiros para consumo e investimento (agente econômico deficitário), e os agentes que poupam seu dinheiro (agente econômico superavitário), conseqüentemente, essa relação impacta o crescimento da economia.

[...] as famílias oferecem os insumos necessários para a produção das empresas, como o trabalho, o capital e os imóveis, em troca de rendimentos em salário, juros, lucros e aluguéis o que em conjunto forma a renda dessas famílias. Com essa renda, as famílias adquirem produtos e serviços ofertados pelas empresas. O governo, por sua vez, recolhe os impostos e taxas dessas famílias e empresas, e



RELISE

188

devolve para sociedade em forma de projetos sociais ou serviços básicos não ofertados pelas empresas (PEREIRA ET AL. 2014, p.27).

Segundo Fortuna (2013, p. 16), o mercado financeiro é considerado um processo dinâmico para o crescimento de uma economia por permitir a elevação das taxas de poupança e investimento. Com outras palavras, o mercado financeiro é um ambiente em que seus participantes podem comprar ou vender produtos financeiros. Produtos financeiros são os ativos comercializados pelas instituições financeiras, ou seja, pelos bancos, corretoras de valores, cooperativas, e adquiridos pelos investidores. Entre os diversos tipos de produtos financeiros encontramos os títulos públicos, ações, CDBs, fundos imobiliários, debêntures etc. Os participantes são os emissores de títulos, os investidores e os intermediários.

Na estrutura do SFN, existem as instituições normativas que são responsáveis por definir políticas e diretrizes e apoiar na tomada de decisão de diversas regras da economia nacional, que serão regulamentadas e supervisionadas pelas autarquias supervisoras, são elas: Banco Central (BACEN), Comissão de Valores Mobiliários (CVM), Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) e Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC).

As instituições operadoras são instituições financeiras que operam diretamente com o público e são responsáveis pelo funcionamento do Sistema Financeiro Nacional. Diversas instituições operam no mercado financeiro (Sistema Financeiro Nacional) que, por sua vez, é dividido em quatro ramificações: o mercado de crédito, o mercado de câmbio, o mercado monetário e o mercado de capitais.

É no mercado de capitais que o estudo se concentra, analisando se os influenciadores digitais vêm impactando no número de investidores que atuam



RELISE

189

no segmento, por meio da bolsa de valores onde são negociados ativos como: ações, debêntures, fundos imobiliários e outros produtos financeiros.

Segundo os dados disponibilizados pela BM&FBovespa – formada em 2008 a partir da integração da Bolsa de Mercadorias e Futuros e Bolsa de Valores do Estado de São Paulo. No Brasil o mercado de capitais ainda tem uma atuação tímida, enquanto que, nos Estados Unidos, por exemplo, a atuação da bolsa de valores representa a grande fatia de investidores ativos.

De acordo com a última pesquisa feita pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima, 2019), menos da metade da população investe em alguma aplicação financeira (42%), dessas pessoas, cerca de 88% dos investidores ainda preferem investir na caderneta de poupança por acreditarem que é a melhor opção de investimento em longo prazo.

Essa realidade acontece devido a fatores que influenciam diretamente na cultura da sociedade brasileira, como por exemplo: o desconhecimento do Sistema Financeiro e o prejulgamento de que para investir é necessário obter alto valor monetário. Outro fator que ocasiona o desconhecimento dos brasileiros de outros investimentos é o cenário nacional, em que mais de treze milhões de brasileiros estão desempregados, cerca de 12% da população, segundo dados coletados pelo IBGE em abril de 2019.

No entanto, desde o início de 2018, o número de CPFs cadastrados na Bovespa tem crescido exponencialmente, e os brasileiros estão conhecendo cada vez mais outras oportunidades de investimento, é o que aponta uma pesquisa feita pela Bovespa (2019).

Com isso, se faz necessário entender de que forma os brasileiros estão conhecendo o mercado de capitais. O que nos leva a seguinte pergunta: Influenciadores Digitais formam opiniões de investidores no mercador de capitais?



RELISE

190

O presente estudo tem como objetivo geral analisar se os Influenciadores Digitais Impactam nas decisões dos investidores.

Para o atendimento do objetivo geral, os objetivos específicos: Identificar o perfil do investidor; verificar se houve crescimento percentual de investidores que investem no mercado de capitais nos últimos dez anos; investigar quais os produtos financeiros com maior procura nos cinco últimos anos; demonstrar se ocorreu evolução quanto ao número de investimentos na Bolsa de Valores.

O motivo pelo qual foi estabelecido buscar resultados tendo como base a faixa temporal de cinco anos é justificada pela análise da tendência dos resultados ao longo desses períodos.

JUSTIFICATIVA

O mercado de capitais, como já dito, está sendo um tema cada vez mais discutido pelos investidores brasileiros, é o que aponta uma pesquisa feita pela Bovespa (2019). As fontes de conteúdo que abordam este tema são as mídias digitais, como o Youtube, blogs, Facebook (e outras redes sociais), que são guiados por Influenciadores Digitais, tais como economistas especialistas e estudiosos da bolsa e curiosos.

O trabalho se justifica porque pretende identificar o motivo pelo qual a bolsa de valores tem recebido novos entrantes, ademais evidenciar o quão abrangente pode ser esse impacto para o desenvolvimento macroeconômico brasileiro.



RELISE

191

REFERENCIAL TEÓRICO

Tipos de Mercado

Segundo os autores Lund et al. (2012, p.20), “o mercado monetário envolve as operações de curtos e curtíssimos prazos (prazos de vencimento geralmente inferior a um ano)”, em seguida os autores dizem que nesse mercado são negociados títulos públicos emitidos pelo governo e algumas instituições privadas com o objetivo de controlar a liquidez da economia.

O mercado de crédito visa fundamentalmente suprir as necessidades de curto e médio prazo dos vários agentes econômicos, seja por meio da concessão de crédito às pessoas físicas, seja por empréstimos e financiamentos às empresas LUND et al. (2012, P.21).

Com outras palavras, a pessoa física deposita seu superávit em uma instituição financeira, que cobra uma taxa à empresa (spread), que por sua vez aumenta sua capacidade produtiva. É um ciclo em que todas as partes são beneficiadas.

Para o autor, o mercado de câmbio é composto pelas operações de troca de moeda de um país pelo outro.

O mercado de câmbio brasileiro compreende as operações de compra e venda de moeda estrangeira e as operações com ouro-instrumento cambial realizadas com instituições autorizadas pelo BC a operar no mercado de câmbio [...]. FORTUNA (2013, p. 485).

Na concepção dos autores Lund et al. (2012, p.21), “o mercado de capitais engloba as operações financeiras de médios e longos prazos, como as emissões de debêntures, e as de prazo indeterminado, como as operações com ações”.

Além disso autores relatam que o mercado de capitais é extremamente importante no processo de desenvolvimento da economia, pois é o que estabelece o elo entre os que tem capacidade de poupar – os investidores – e os que precisam de recursos financeiros – as empresas.



RELISE

Conforme Fortuna (2013, p. 23), a CVM (Comissão de Valores Monetários) tem poder fiscalizatório sobre a Bolsa de Mercadorias e Futuros, as entidades do mercado de balcão e as entidades de compensação e liquidação de operações com valores mobiliários, bem como a Bolsa de Valores. Todos esses órgãos estão inseridos no Mercado de Capitais, dessa forma, toda entidade que pretende abrir capital (agentes deficitários) deve se submeter a procedimentos jurídicos e administrativos exigidos pela CVM.

De acordo com os autores Lund et al. (2012, p. 15), o mercado de capitais tem extrema relevância para as economias do novo milênio pois impulsiona o crescimento e desenvolvimento de uma sociedade, porque permitem que as empresas realizem seus projetos de investimentos com recursos capitados junto ao público em geral.

Para Fortuna (2013, p. 285), a caderneta de poupança é uma das poucas aplicações que se podem aplicar pequenas somas e obter liquidez, é considerada a aplicação mais simples e comum, apesar da perda da rentabilidade em caso de resgate da aplicação antes a data de vencimento.

A Caderneta de Poupança, ou somente Poupança, é o tipo de investimento considerado mais tradicional e seguro. Permite que investidores mais conservadores apliquem seus recursos sem correr grandes riscos, embora eles existam. Quase todos os bancos comerciais oferecem essa modalidade de investimento e não é preciso ser correntista para investir PEREIRA et al. (2014, p.89).

Perfil do investidor

Pereira et al. (2014, p. 347) citam que existem diferentes tipos de investidores no mercado, com características e objetivos próprios, uns investem com o foco no curto prazo, e outros investem em horizontes mais distantes. Há investidores que são mais conservadores com relação aos riscos, outros mais moderados, isto é, que avaliam os riscos, as oportunidades de investimentos antes de um fechamento de contrato, enquanto alguns são mais



RELISE

193

agressivos, ou seja, investidores que aplicam seus recursos em ações e debêntures, por exemplo.

Para realizar um investimento, é preciso conhecer as diversas possibilidades existentes a fim de reunir elementos que permitam escolher aquela que melhor se adapta à sua necessidade ou é mais conveniente LUND et al. (2012, p.36).

Não é recomendado investir no mercado de capitais se o investidor é um novo participante do mercado financeiro, pois tal prática exige conhecimento técnico e analítico que seja capaz de estudar as respostas (oscilações) dos papéis emitidos pelas empresas através dos gráficos desse mercado.

Ações

As ações são negociadas na bolsa de valores chamada Bovespa (ou B3) e a negociação de ações são feitas por meio de um homebroker de uma determinada corretora de valores.

Ação é a menor parcela do capital social das companhias ou sociedades por ações. É, portanto, um título patrimonial e, como tal, concede aos seus titulares, os acionistas, todos os direitos e deveres de um sócio, no limite das ações possuídas PEREIRA et al. (2014, p. 71).

No Brasil as ações possuem duas classes, são elas: Ações ON (Ordinárias) são as mesmas ações que os sócios majoritários possuem, ou seja, quando o investidor compra uma ação de uma empresa o mesmo se torna um sócio minoritário em que é concedido o direito ao voto nas assembleias da empresa. Ações ON são negociadas na bolsa com uma sequência de 4 letras e em seguida o número “três” no final.

Ações PN (Preferenciais) segundo Fortuna (2013, p. 581), “atribuem a seus titulares certas vantagens ou preferências que se diferem no caso das ações serem ou não negociadas no mercado de valores mobiliários”. Diferentemente das ações ON, não torna o investidor um sócio minoritário.



RELISE

194

Fundos de Investimentos

Fundos de investimentos são compostos por um conjunto de ativos financeiros que são geridos por profissionais especializados.

Fundo de Investimento é uma comunhão de recursos, captados de pessoas físicas ou jurídicas, com o objetivo de obter ganhos financeiros a partir da aplicação em ativos financeiros, bens e direitos de qualquer natureza, que são de todos os investidores, na proporção de seus investimentos. Seu objetivo, portanto, é promover a aplicação coletiva dos recursos de seus participantes PEREIRA et al. (2014, p. 78).

Os fundos de investimentos podem ser divididos em: Fundos de Ações, Fundos de Investimentos Imobiliários, Fundos de Renda Fixa, Fundos Multimercados etc, como podemos ver a seguir.

Fundo de Índice – ETFs

Os fundos de índice, ou ETFs (Exchange Traded Funds), são fundos de investimentos compostos de ações da bolsa de valores, que têm o objetivo de acompanhar um determinado índice de referência registrado na CVM, e, dessa forma, replicar a carteira e a rentabilidade desse índice através da medição desse fundo, conforme menciona a Comissão de Valores Mobiliários (2019).

Fundo de Investimento em Direitos Creditórios – FIDC

De acordo com a Comissão de Valores Monetários (2019), FIDC é um tipo de fundo de investimento em que uma empresa emite títulos de créditos, cujo objetivo é antecipar um pagamento de um devedor por meio da compra de um investidor. Dessa forma, a empresa abre mão de uma fração do valor a receber do devedor para que esse seja o lucro do título emitido para o investidor que realizar a compra do título.



RELISE

Fundo de Investimento em Participações (FIP)

Tipo fundo de investimento cujo grupo é constituído sob condomínio fechado e composto por investidores qualificados. Esse tipo de fundo tem sua carteira voltada para compras de títulos como ações, debêntures, bônus de subscrição, dentre outros valores mobiliários. De acordo com a CVM (2019), essas aquisições propiciam ao fundo o direito de participar nas reuniões da empresa, tendo grande influência na tomada de decisão estratégica.

Fundos de Investimentos Imobiliários (FII)

Os Fundos Imobiliários são investimentos em que o investidor compra cotas de aluguéis imobiliários e se torna “dono” do tal imóvel, com isso ele recebe o direito de receber um rendimento de acordo com proporção que foi investida.

A administração de um FII deve ser realizada por instituição financeira, autorizada pela CVM a prestar esse serviço, que é responsável pelo funcionamento e pela manutenção do fundo, e a quem incumbe as principais atividades administrativas e de gestão, como as obrigações legais e regulamentares, a escolha e aquisição dos bens e direitos que irão compor o seu patrimônio, a gestão dos ativos, a divulgação de informações aos acionistas (periódicas ou eventuais), a distribuição dos resultados, a organização e a realização das assembleias, entre outras CVM (2019).

Debêntures

Tipo de ativo que é emitido por instituições não financeiras com o objetivo de captar recursos de seus participantes para fins de crescimento, lucratividade, expansão e pagamento de dívidas.

Ao adquirir debêntures, o investidor não está virando sócio da companhia, como acontece com as ações. Na verdade, o debenturista está emprestando dinheiro para a companhia, que se compromete a devolver os valores emprestados e pagar juros por esta operação, conforme prazos e condições previamente combinados PEREIRA et al. (2014, p. 74).



RELISE

Derivativos

Basicamente, derivativos são operações financeiras que derivam da variação de preço de outros ativos e com vencimento e liquidação estabelecidos para uma data futura e por um preço determinado.

Os derivativos, em geral, são negociados sob a forma de contratos padronizados, isto é, previamente especificados (quantidade, qualidade, prazo de liquidação e forma de cotação do ativo-objeto sobre os quais se efetuam as negociações), em mercados organizados, com o fim de proporcionar, aos agentes econômicos, oportunidades para a realização de operações que viabilizem a transferência de risco das flutuações de preços de ativos e de variáveis macroeconômicas CVM (2019).

O uso de derivativos pode ser feito de diversas formas, mas as duas mais comuns são Hedge (Proteção) ou Alavancagem.

Quando o investidor opta por usar o Hedge, isso significa que esse investidor procura proteção contra as oscilações do mercado, ou seja, busca se proteger desde a variação dos ativos, taxas de juros até a variação de câmbio.

E quando utilizado para alavancagem, o investidor utiliza o derivativo para especular que um determinado ativo pode estar em alta (ou em baixa) na data futura, e caso a especulação se concretize o investidor é remunerado.

Formas de negociação

Em conformidade com a CVM (2019), existem dois tipos de negociações que podem ser praticadas no mercado: operações a vista ou a prazo. As operações a vista são ativos comprados e vendidos dentro de um período D+3, ou seja, o comprador faz a aquisição de um ativo e vende dentro de um prazo de até três dias úteis. As operações a prazo são aquelas em que o investidor/comprador faz a compra de um determinado ativo que tem um prazo de liquidação que varia entre D+4 até D+999. Ou seja, são dois tipos de investimentos em que sua liquidação difere substancialmente da outra. As operações a prazo podem ser realizadas em três diferentes mercados:



RELISE

mercado a termo, futuro e de opções, de acordo com características específicas de cada um deles.

Mercado a Termo

Para Fortuna (2013, p. 600), o investidor se compromete a comprar ou vender determinada quantidade de uma ação – ação objeto –, por um preço fixado e dentro de um prazo predeterminado. A liquidação desse ativo só ocorrerá no vencimento estabelecido, e o comprador só receberá rendimentos daquele ativo caso o valor do mesmo tenha valorizado em comparação ao valor de face.

Mercado Futuro

No mercado futuro a operação não se difere muito do mercado a termo. Nesse contexto, existe um comprometimento de compra e venda de determinada quantidade de um ativo que tem o preço fixado de liquidação a uma data futura. A principal diferença é a liquidação do compromisso, pois no mercado futuro é possível vender o ativo antes do vencimento previamente estabelecido.

Cada uma das partes envolvidas, em um contrato no mercado futuro de ações da Bovespa, se relaciona com a CBLC, e não diretamente com a outra parte do contrato. Tal fato permite que ambas tenham o direito de liquidar financeiramente sua posição, a qualquer momento entre o registro e o vencimento do contrato FORTUNA (2013, p. 605).

Mercado de Opções

No mercado de opções, como o próprio nome sugere, o investidor tem o direito de comprar ou vender um ativo (moedas e ações, por exemplo) por um preço predeterminado a uma data futura.

Esse valor prefixado é conhecido como preço de exercício ou, na sua expressão em inglês de *strike price*. Já o valor do contrato negociado entre as partes, ou seja, o preço do contrato, é chamado de prêmio. Então, prêmio é o preço pago pelo comprador da opção para ter o



RELISE

198

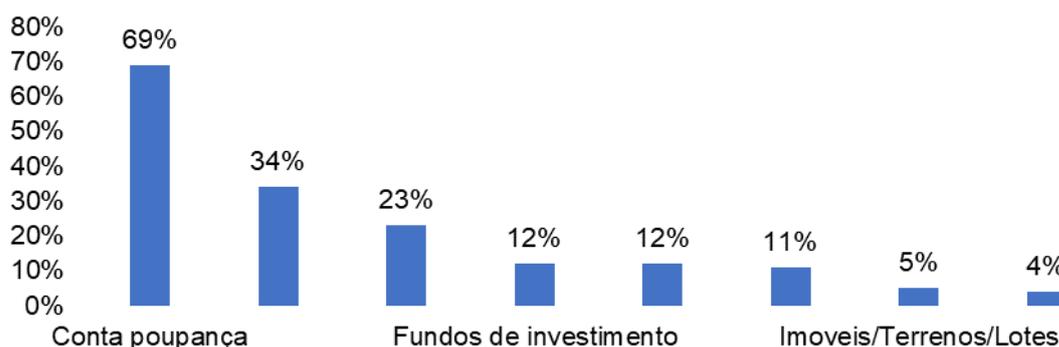
direito de comprar (opção de compra ou *call*) ou vender (opção de venda ou *put*) determinada quantidade de ações ao preço estipulado em contrato (preço de exercício) durante certo período de tempo (até o vencimento da opção) Comissão de Valores Mobiliários (2019).

De acordo com Fortuna (2013, p. 609), a operação é finalizada quando a operação é feita inversamente, ou seja, quando uma das partes está comprada na opção de venda ou está vendida na opção de compra, envolvendo a mesma quantidade de ações da mesma série.

FUNDAMENTAÇÃO

Uma pesquisa feita em 2018 pela CVM em parceria com a Word Invest Week, CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Logistas) e SPC Brasil (Serviço de Proteção de Crédito Brasil), indica que dos 680 participantes entrevistados, 81% dos brasileiros têm seu dinheiro investido em alguma aplicação financeira. Em que mais da metade desse grupo prefere a poupança como principal aplicação financeira.

Gráfico 1 – Forma que o brasileiro guarda reserva financeira



Fonte: Elaboradores pelos autores, adaptado com dados da CVM, 2018.

Ao analisar o gráfico 1 nota-se que 69% dos brasileiros têm como sua preferência a caderneta de poupança, o que pode representar que a população brasileira desconhece outros ativos, os quais podem gerar um retorno maior no ato do resgate do capital investido. Para o grupo de pessoas que não tem



RELISE

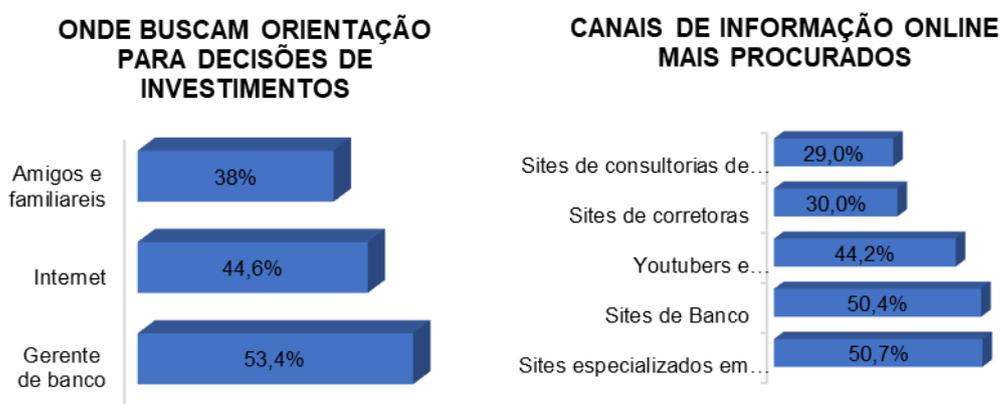
199

nenhuma aplicação investida, ou seja, que mantém o dinheiro em conta corrente ou em casa, é representado pelo percentual de 34% dos entrevistados. Para os poupadores que investem em renda fixa, ou seja, produtos financeiros como Tesouro direto, CDB, LCI e LCA tem representatividade de 23%, ao passo que 11% das pessoas têm sua reserva aplicada em renda variável.

Onde o brasileiro busca orientação de como investir

Segundo a CVM (2018), apenas 30% dos investidores procuram orientação para decisões de como e onde investir.

Gráfico 2 – Onde buscam orientação para decisões de Investimentos e canais de informação online mais procurados



Fonte: Elaboradores pelos autores, adaptado com dados da CVM, 2018.

De acordo com os dados expostos no gráfico 2, 53,4% dos entrevistados disseram informar-se junto ao gerente de banco (aumentando para 74,1% entre os mais velhos e 70,7% na Classe A e B), 44,6% buscam na internet (aumentando para 63,1% entre os mais jovens) e 38% buscam ajuda de amigos e familiares (aumentando para 50,6% entre os mais jovens e 45,5% na Classe C/D/E). Para os que buscam informações em canais online, os mais procurados são os sites especializados em educação financeira 50,7%, os sites



RELISE

200

de bancos 50,4%, os Youtubers e influenciadores digitais 44,2% e os sites de corretoras 30,0%.

O perfil do investidor na Bolsa de Valores

Uma pesquisa realizada em outubro de 2019 pela B3 informa o número de investidores cadastrados em sua maioria é composto pela faixa etária entre 26 a 35 anos. No entanto o investidor de até 66 anos compõe a maior representatividade da carteira (R\$117,62 Bi contra R\$16,55 Bi). Os jovens de até 15 anos compõem a classe de menores investidores da bolsa.

Os homens representam 77% dos investidores, ou seja, 1.168.041 pessoas. Já a população feminina tem 23% de representatividade de pessoas cadastradas na bolsa, portanto, 342.896 pessoas. Com relação ao valor aplicado por homens contabiliza o total de R\$ 226,41 bilhões. Por outro lado, as mulheres investiram um montante total de R\$ 70,37 bilhões. É possível observar esses dados na tabela 1.

Tabela 1: Perfil pessoa física por faixa etária e segmentada por gênero (masculino e feminino)

Perfil PF por Faixa etária	Contas			%
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	
Até 15 anos	3.227	2.559	5.786	0,59%
De 16 a 25 anos	126.665	26.620	153.285	0,75%
De 26 a 35 anos	373.216	95.657	468.873	5,58%
De 36 a 45 anos	307.716	83.713	391.429	13,62%
De 46 a 55 anos	152.048	51.057	203.105	17,66%
De 56 a 65 anos	110.239	44.405	154.644	22,18%
Maior de 66 anos	94.930	38.885	133.815	39,63%
TOTAL	1.168.041	342.896	1.510.937	

Fonte: Bolsa de Valores (B3) – 2019

De acordo com as informações presentes no gráfico 3, fica claro que a região de São Paulo e Rio de Janeiro são regiões que mais se destacam na Bolsa de Valores em função do seu desenvolvimento econômico. Enquanto as regiões Norte e o Nordeste têm uma participação muito tímida nos

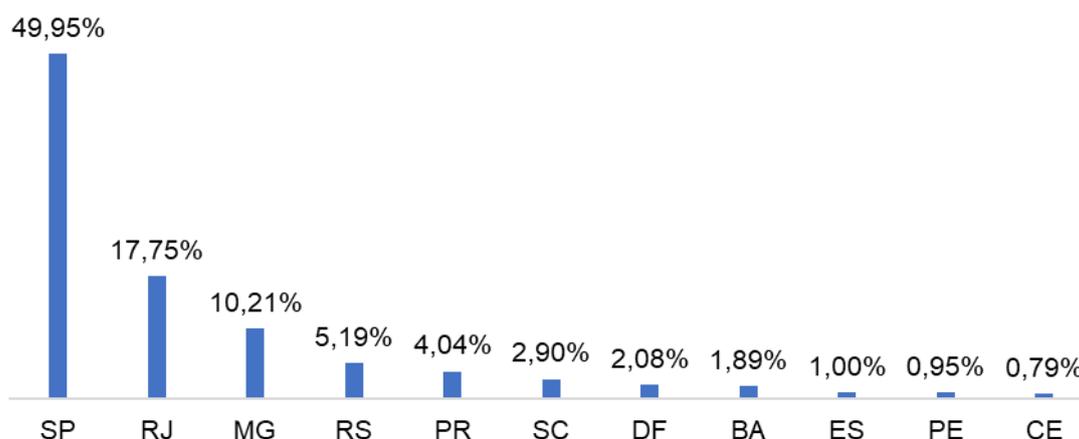


RELISE

201

investimentos não apenas em poupança, mas nos produtos financeiros de forma geral.

Gráfico 3 – Números de investidores por Região (UF)



Fonte: Elaboradores pelos autores, adaptado com dados da B3, 2019.

Mudanças no cenário da B3

No Brasil, pouco se fala em assuntos inerentes a investimentos financeiros, mesmo que atualmente com tanta informação disponível em diversas modalidades de investimentos para cada tipo de perfil de investidor, o brasileiro não tem o hábito de se aprofundar em assuntos cujo tema é o mercado de capitais.

No entanto, uma pesquisa mensal feita pela B3 indica que no mês de outubro de 2019 o crescimento de pessoas físicas cadastradas na Bolsa tem atingido resultados inéditos, tendo alcançado a marca de mais de 1,500 milhões de pessoas investindo ativamente. O que representa cerca de mais de 95% quando comparamos com o mesmo mês do ano antecessor.



RELISE

Gráfico 4 – Evolução de Pessoas Físicas cadastradas na B3



Fonte: Elaboradores pelos autores, adaptado com dados da B3, 2019.

Pode-se dizer que esse resultado se justifica pelas manutenções que a taxa de juros do Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC) tem sofrido com o passar dos períodos, que hoje (Outubro, 2019) está em 5% ao ano, fato esse que motiva investidores da caderneta de poupança conhecerem novos produtos financeiros e investidores em ativos de renda fixa saírem da “zona de conforto” e optarem por alternativas mais arrojadas de investimentos mais rentáveis.

De acordo com as pesquisas feitas pela revista digital “Diário do Nordeste” (2019) os investidores cearenses mesmo não sendo equivalente ao desenvolvimento econômico e social da região sudeste, teve sua participação elevada, saltou 60,22% entre janeiro de 2018 e janeiro de 2019, representando um total de 12.382 investidores pessoa física no fim de dezembro. E em outubro de 2019 a participação de pessoas do Ceará que investe na Bolsa foi de 26.842 CPFs cadastrados, ou seja, um aumento de 24% da população cearense.



RELISE

203

Elísio Medeiros, sócio da Conceito Investimentos, aponta que o mercado tem sido um influenciador das tomadas de ação do investidor, visto que:

Como a Bolsa está muito em ascensão, tem notícia o tempo todo falando da Bolsa, automaticamente, o investidor começa a procurar mais informações para fazer alguma alocação, ou em um fundo de ações, ou montar sua própria carteira (MEDEIROS, 2019 *apud* CABRAL, 2019).

Esse aumento tem impacto nos resultados que vimos anteriormente, em que os dados mostram que cerca de 45,5% na Classe C/D/E buscam informações com amigos/familiares e 40,2% das pessoas procuram orientação por meio dos Influenciadores Digitais.

Em uma entrevista com o diretor da B3, Gilson Finkelstein ele destaca o aumento da participação de novas ferramentas de acesso ao mercado de ações e derivados.

Os bancos e corretoras passaram a atuar de forma muito mais arrojada junto aos clientes, nos canais digitais, com agentes autônomos de investimento, e isso tem surtido um efeito muito grande para atender essa demanda crescente por assessoria de investimento (FINKELSTEIN *apud* ALVARENGA, 2019).

De acordo com a pesquisa feita pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) “Raio X do Investidor Brasileiro”, feita junto ao Instituto Datafolha (2019), em que compara resultados obtidos em 2017 com dados de 2018, coletados por meio de entrevistas com 3,4 mil pessoas – população amostral superior a pesquisa feita pela CVM, conforme dito anteriormente – de norte a sul do país, a poupança continua sendo o produto preferido entre os investidores: 88% dos brasileiros guardam dinheiro na caderneta.

Todavia, esse cenário está apresentando mudanças e futuramente mais pessoas estarão conhecendo novos produtos financeiros com o propósito de aumentar o rendimento de seus investimentos, uma vez que a taxa Selic



RELISE

204

(5% em outubro de 2019) não atrai mais novos investidores com a mesmo entusiasmo como nos últimos anos. É o que aponta Elísio Medeiros, sócio da Conceito Investimentos:

O investidor está começando a acompanhar seus investimentos. Quando você tinha a Selic a 14%, qualquer investimento no banco rendia mais de 1% ao mês. Mas essa realidade já mudou há dois anos. Agora, a gente tem uma Selic muito baixa. Quando o investidor começa a acompanhar seus investimentos e ver que a rentabilidade dele diminuiu muito, ele começa a procurar alternativas para melhorar essa rentabilidade", avalia Medeiros, sócio da Conceito Investimentos (MEDEIROS *apud* CABRAL, 2019).

Conforme o estudo da Anbima (2019), no ano de 2017, o número de investidores que não conheciam nenhum tipo de investimento era de 54%, mas em 2018 esse número teve uma queda considerável para 2%.

As armadilhas das mídias digitais

De acordo com os dados anteriormente citados, se torna inegável o fato de que o número de investidores ativos na Bolsa de Valores tem crescido nos últimos meses, tendo como sua principal causa a queda da taxa Selic (5% em outubro, 2019). Essa realidade traz desconforto para investidores que buscam rendimentos maiores.

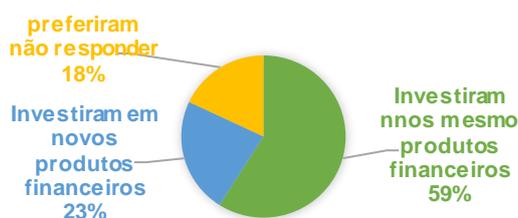
Conforme a pesquisa da Anbima (2019), entre os 33% dos brasileiros que economizaram em 2018, 48% aplicaram em produtos financeiros – em 2017 esse percentual era de 42%. Considerando a população brasileira, essa alta representa 1,9 milhão de pessoas a mais investindo no mercado.



RELISE

205

Gráfico 5 – Aplicou o dinheiro em um produto financeiro que já tinha conta?



Fonte: Anbima, 2019.

Conforme o gráfico 5, de 2017 para 2018, o número de investidores que aplicaram nas mesmas aplicações que possuíam representa 59% desse grupo, em contrapartida, em 2018 23% dos brasileiros que economizaram e aplicaram em produtos financeiros afirmaram ter aplicado em novos produtos financeiros.

De acordo com a revista digital RI (Relações com Investidor, 2019), devido às publicações na internet, houve aumento de ofertas irregulares que apresentou um alcance maior aos cidadãos em 2018. Além disso, de acordo com a revista, o número de denúncias registradas pela CVM de julho de 2019 quando comparamos ao ano anterior também obteve um maior resultado.

Com esse cenário em mudança, a CVM destacou que o Mercado Marginal (Preços Irregulares), teve maior abrangência com ofertas que surgiram fora do tradicional.

Novos tipos de manipulação de preço surgiram como consequência do avanço da tecnologia. O crescimento do mercado marginal (ofertas irregulares) em função da manutenção de taxa de juros básica da economia em patamar mais baixo é outra mudança de cenário a ser considerada e que demanda atenção e ação por parte da CVM (CVM *apud* BORGES, 2019).

Com o avanço da tecnologia, o marketing tem sido o canal para propagandas enganosas, o que tem gerado um grande público de pessoas que procuram maiores rentabilidades, tal efeito tem chamado a atenção da Conar



RELISE

(Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária), que começou a agir nesse sentido.

De acordo com especialistas, os Influenciadores Digitais que divulgam conteúdo relacionado a produtos de renda variável também preocupam as entidades do mercado, uma vez que não possuem certificação e preparo para isso. Para Aquiles Mosca, presidente do Grupo Consultivo de Educação da Anbima, atualmente é difícil um usuário acessar o “Youtube”, sem uma propaganda que atraia os olhares (RI, 2019).

Para Mosca, essa manipulação pela mídia digital pelos “profetas de investimentos” também é orquestrada por entidades que oferecem conteúdo que não está dentro do mercado regulado, auditado e que não apresentam performance comprovada.

São empresas que se escondem atrás de uma figura jurídica de uma editora ou publicadora que, exatamente por ser deste segmento, pode falar o que quiser sem ter um controle dos reguladores como CVM ou Banco Central (MOSCA *apud* BORGES, 2019).

Segundo o Presidente da Anbima, existem três características em que, quando aparecem em conjunto, é possível identificar o “falso profeta”. A primeira delas é chamada de “efeito Halo”, em que o ser humano julga, analisa e chega a conclusões sobre a características de uma pessoa. Nesse caso, os Influenciadores Digitais falam bem e transmitem segurança. Já a segunda característica se chama “Es”, ou seja, primeiras letras da palavra “Especialização”, em que o influenciador se apresenta como conhecedor expert do que está falando sem ter nenhuma comprovação. E em terceiro lugar está a percepção de “investidor de escassez”, em que o investidor acredita que deve seguir por tal caminho porque essa é a única e última chance que ele terá para “aproveitar a oportunidade”.

Você nunca viu um grande investidor de sucesso recorrer a este tipo de artifício e nem verá. Quem precisa é aquele que é mais vulnerável. É necessário estar atento aos falsos profetas, vistos por muitos como uma forma alternativa de buscar um caminho, um guia na sua vida



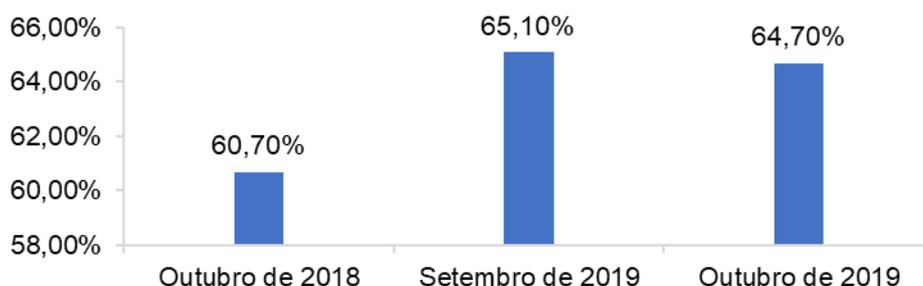
RELISE

207

financeira, sem que nada comprove que isso gera resultados (MOSCA *apud* BORGES, 2019).

Uma pesquisa realizada em outubro de 2019 pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), uma entidade sindical que representa os direitos e interesses dos quase cinco milhões de empreendedores do comércio brasileiro, através da PEIC (Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor) demonstra que mais da metade da população brasileira está endividada.

Gráfico 6 – Total de endividados



Fonte: Elaboradores pelos autores, adaptado com dados da CNC, 2019.

Conforme o gráfico 6 indica, o percentual de famílias que relataram ter dívidas alcançou 64,7% em outubro de 2019, o que representa uma queda em relação aos 65,1% observados em setembro de 2019. Houve alta em relação a outubro de 2018, quando o indicador alcançou 60,7% do total de famílias. São mais de 130 milhões de pessoas endividadas no país, em que as principais dívidas são referentes a cartão de crédito, o cheque especial e financiamento de automóveis (CNC, 2019).

Conforme os autores DELGADO, VALERETO (2019), existe um motivo psicológico econômico que justifique a razão pelo qual a maioria das pessoas se mantém endividadas. “Bom, a psicologia econômica explica o processo de negação que as pessoas têm com seus problemas financeiros, o que continuam levando a vida. Mas os altos índices de endividamento colaboram para a crença nessas crenças”.



RELISE

208

Conhecimento dos brasileiros sobre os variados produtos financeiros

Segundo a pesquisa realizada pela Anbima (2019), no ano passado a maioria da população brasileira (54%) não conhecia nenhum produto de investimento. Esse percentual não teve alternância de 2017 a 2018 e abrange principalmente as mulheres 51% as pessoas com renda de até dois salários mínimos 27% e os moradores das regiões sudeste 45% e sul 24% o grande destaque a menção da caderneta de poupança apontada por 31% dos entrevistados.

A pesquisa (Anbima, 2019) revela que os títulos públicos e privados tiveram alta de um ano para o outro no conhecimento popular. Os fundos de investimento, entretanto, apresentaram queda. Em 2017, ano de queda da Selic, maior busca por rentabilidade, conseqüentemente houve aumento de captação do produto, com isso os fundos foram citados por 9% dos entrevistados enquanto em 2018 caíram para 7%.

O estudo (Anbima, 2019) também aplicou perguntas aos entrevistados com opções de alternativas chamadas de perguntas estimuladas. Nesse caso, o conhecimento dos produtos de investimento aumentou significativamente em relação às respostas espontâneas. Em média foram selecionados sete produtos por pessoa. A poupança, por exemplo, passou de 31% para 90%; seguida da compra e venda de imóveis com 83% que subiu cinco posições. A previdência privada também mudou de patamar chegando a 67% de conhecimento principalmente entre pessoas com idade entre 45 e 59 anos maior escolaridade e poder aquisitivo.

A parcela da população que não conhece nenhum investimento caiu consideravelmente, de 54% para 2%.

Apesar das pessoas citarem em média sete produtos de investimento que conhecem há ainda uma diferença grande entre os que conhecem e investem considerando os 42% da população que têm



RELISE

209

investimentos por exemplo: ações foram mencionadas por 73% enquanto apenas 1% da população aplica nesses papéis. A poupança conhecida por 90% e utilizada efetivamente por 37% dos brasileiros. Essa discrepância não exclusiva desses dois produtos e acontece em menor escala com todos (ANBIMA, 2019).

METODOLOGIA

O público-alvo da pesquisa se caracteriza por investidores da bolsa de valores ou conhecedores do assunto. O estudo foi aplicado a pessoas de um grupo de investidores formado através de uma rede social (*WhatsApp*), composto por diferentes perfis de investidor, de diferentes níveis de conhecimento e domínio no assunto.

O tipo de metodologia utilizada foi quantitativo e descritiva, em que foi elaborado um questionário *online* a cunho quantitativo, com isso foram levantados dados a serem analisados com o objetivo final de compreender o tema aqui proposto. Foram analisados, também, dados estatísticos por meio de fontes secundárias com intuito de trazer maior embasamento sobre o mercado de capitais.

Por fim, a pesquisa descritiva foi útil para que haja melhor interpretação dos dados, bem como das percepções que teremos sobre a análise da investigação.

Abordagem metodológica

Pesquisa categorizada como quantitativa e descritiva.

A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade pode ser compreendida com a análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa qualitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre as variáveis, etc. (FONSECA, 2002, apud SILVEIRA, CORDOVA, 2009, P. 33).

De acordo com Vergara (2013, p. 47), “a pesquisa descritiva expõe características de uma determinada população ou de determinado fenômeno. E



RELISE

também pode estabelecer correlações entre variáveis e definir sua natureza” O autor adiciona que esse tipo de pesquisa não tem a intenção de explicar os fenômenos, apesar de servir de base para tal explicação.

O método de coleta foi feito por meio de um questionário estruturado em ambiente virtual e foi aplicado aos usuários do grupo de *WhatsApp* destinado exclusivamente a investidores e conhecedores sobre investimentos. Ao todo, foram 50 questionários respondidos contendo um total de 12 perguntas fechadas divididas em três seções, na primeira seção identificou-se o perfil do participante; na segunda seção, verificou-se o quão os participantes são responsáveis com dinheiro, e se os mesmos tem foco com seus objetivos financeiros; na terceira seção o objetivo foi identificar o conhecimento dos investidores sobre o mercado capitais; através da última seção averiguou-se o grau de confiabilidade sobre renda variável e a frequência com que os participantes estudam sobre investimentos.

Universo e amostra

Segundo Vergara (2012, p.50), Universo e pesquisa “trata-se de definir toda a população amostral” Ou seja, as pessoas envolvidas na pesquisa. Um conjunto de elementos (empresas, produtos e pessoas, por exemplo.), e não indivíduos de um local.

O grupo somava um total de 150 pessoas, no entanto, não foi possível atingir todos os usuários, com isso, o estudo abrangeu cerca de 34% dessa população amostral. A pesquisa envolve investidores de diferentes níveis de conhecimento, em sua maioria investidores de renda variável e abrangeu pessoas de diferentes regiões do Brasil. Para a aplicação da pesquisa foi considerado homens e mulheres com idade igual ou acima de 18 anos, de todas as classes econômicas (exceto analfabetos).



RELISE

211

Tratamento de dados

A ferramenta de pesquisa utilizada para a coleta dos dados da população amostral foi um questionário estruturado. Em uma segunda fase, foram utilizadas fontes secundárias como: livros, artigos, publicações, pesquisas e internet para obtenção de dados estatísticos que contribuiriam para melhor interpretação do tema.

Para o diagnóstico dos dados obtidos da pesquisa, foi feita a tabulação em software estatístico, após tabular, foram utilizados gráficos e, por fim, análises descritivas dos resultados obtidos.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Conhecendo o perfil dos participantes

Registrando 84% dos entrevistados os homens ganharam destaque na pesquisa, 85% das pessoas que responderam trabalham, 10% não exercem função remunerada e 5% são autônomas. As que investem em sua maioria pertencem a classe C (37%). Sendo que 77% atuam no setor privado e 21% no setor público, 2% trabalham em ONGs. A pesquisa também mostrou que 64% dos participantes representam a atividade econômica terciária, 25% são do setor secundário e 7% do setor primário, apenas 4% dos que responderam são empresários.

Onde você costuma fazer suas aplicações?

De acordo com o gráfico 7, as ações são os ativos de maior preferência dos participantes: 34% dos entrevistados investem nesse produto.

A aplicação tem maior aderência aos participantes de classe A e B (45%), com relação a renda, o destaque fica entre aqueles que têm renda mensal familiar de três a cinco salários mínimos.

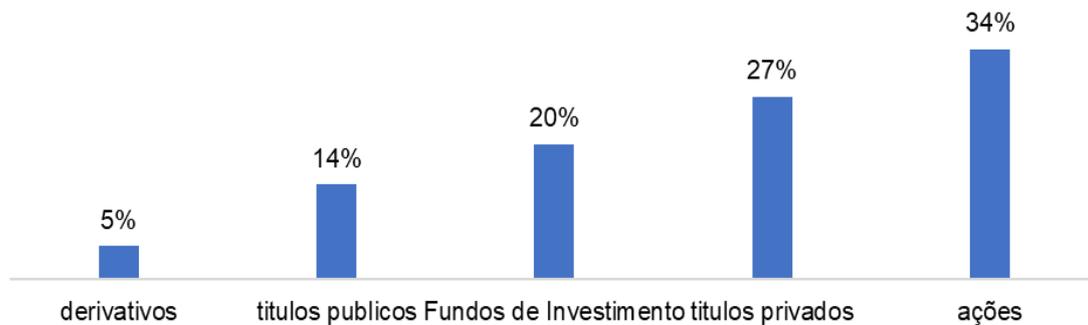


RELISE

212

Depois das ações, a segunda opção de investimento entre os investidores estão os títulos privados (CDBs, LCI, LCA, dentre outros), com 27%, e em terceiro lugar estão os fundos de investimento com 20%. Nas últimas posições estão os títulos públicos, citado por 14% dos participantes e as debêntures com 5%.

Gráfico 7 – Produtos financeiros mais escolhidos



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Onde você conheceu a bolsa de valores?

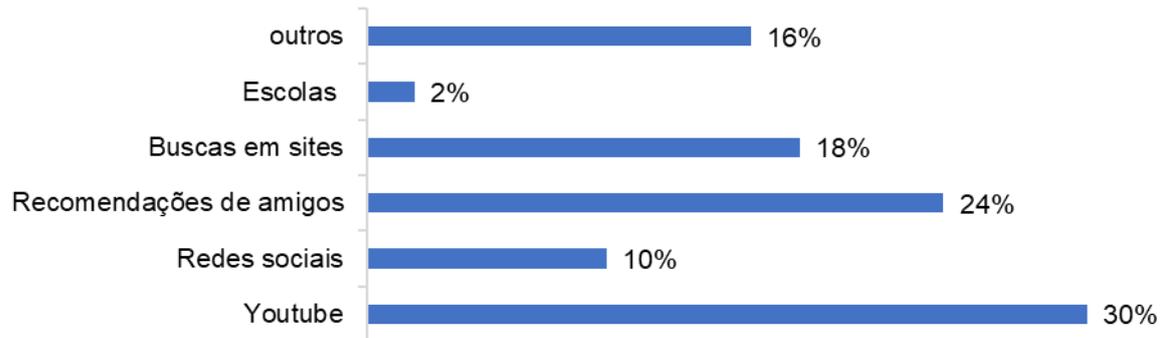
No gráfico 8 é possível observar que o *Youtube* é o canal em que 30% dos entrevistados alegaram ter visto conteúdo referente a B3 pela primeira vez. Não muito além disso, 24% dos participantes disseram ter conhecido a Bolsa de Valores através de recomendações de amigos. Em seguida está a *internet* (18%) e redes sociais com 10%. Ainda assim, participantes disseram ter conhecido a BM&FBovespa por outros meios (Livros de finanças, Jornal, Trabalho, Televisão, Faculdade e Rioprevidência), representando 16% como opção. A escola foi uma das opções menos mencionadas no estudo categorizando apenas 2%.



RELISE

213

Gráfico 8 – Onde conheceu a bolsa de valores



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Se formos consolidar todas as fontes online aqui usadas como opção de pesquisa (*Youtube*, redes sociais e buscas em sites), temos um total de 58% dos resultados, isso demonstra que as pessoas estão tendo acesso a informações de diferentes meios de canais online.

Na segunda seção da pesquisa, buscamos identificar o quão os participantes são responsáveis com dinheiro, e se os mesmos têm foco com seus objetivos financeiros. Vejamos as perguntas a seguir:

Você atinge seus objetivos de investimentos?

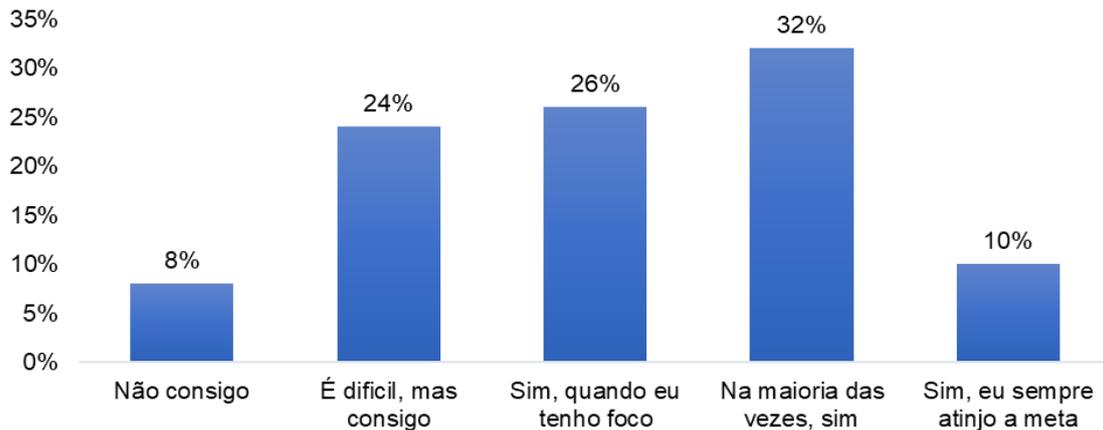
A maior parte dos participantes demonstraram ter foco em atingir seus objetivos, analisando o gráfico 9, notamos que 32% dos investidores disseram que atingem seus objetivos na maioria das vezes. Alguns participantes (26%) afirmaram atingir objetivos apenas quando estão focados em suas análises e também os participantes que afirmaram ter dificuldade em atingir metas obteve soma de 24%. Nesse quesito 10% dos participantes disseram sempre atingir suas metas, a classe A é predominante com 60%, por outro lado, 8% dos entrevistados disseram não atingir metas. Essa opção foi escolhida por 100% de pessoas de Classe C (25%) e D (75%).



RELISE

214

Gráfico 9 – Frequência com que os investidores atingem objetivos de investimento

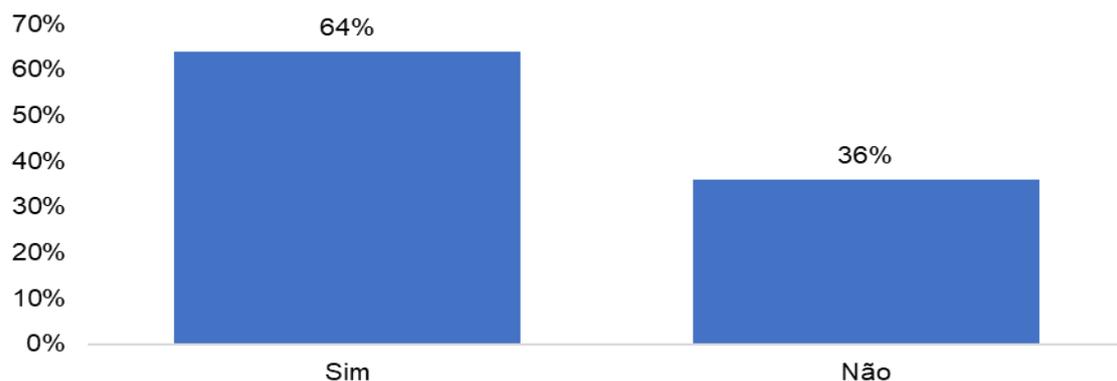


Fonte: Elaboradores pelos autores.

Você tem facilidade em poupar dinheiro?

Conforme observamos o gráfico 10, 64% dos investidores tem hábito de poupar dinheiro, enquanto 36%, não. Dos que não poupam dinheiro destacasse os homens com 81%, que recebem de três a cinco salários mínimos (61%).

Gráfico 10 – Facilidade em poupar dinheiro



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Pessoas mais próximas a você apoiam quando o assunto é: investir dinheiro?

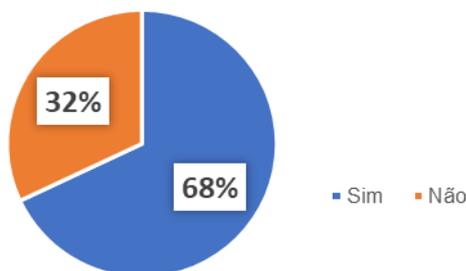
Conforme verificamos no gráfico 11, mais que a metade dos investidores recebem apoio de pessoas próximas (68%), em contrapartida 32%



RELISE

declararam não ter esse apoio (Essa classificação aumenta para 60% considerando apenas pessoas da classe C e D).

Gráfico 11 – Recebe apoio das pessoas ao investir o dinheiro

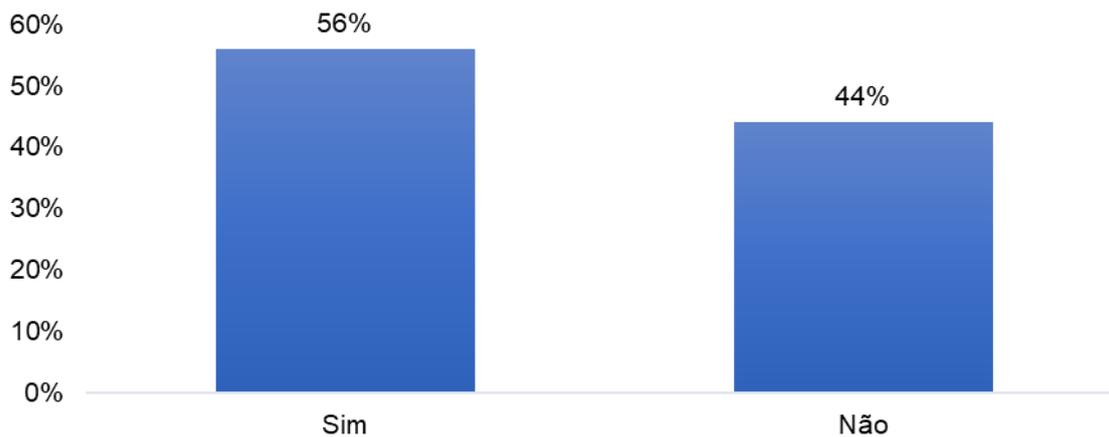


Fonte: Elaboradores pelos autores.

Você tem o costume de planejar os gastos do mês?

Segundo o gráfico 12, 56% das pessoas afirmaram elaborar um plano para os gastos mensais, embora esse resultado não se distinga muito dos que não tem esse costume (44%).

Gráfico 12 – Plano mensal de gastos



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Você se considera uma pessoa controlada com dinheiro?

Ao verificarmos os resultados obtidos conforme o gráfico 13, identificamos que 74% dos integrantes tem autocontrole. Dos que responderam

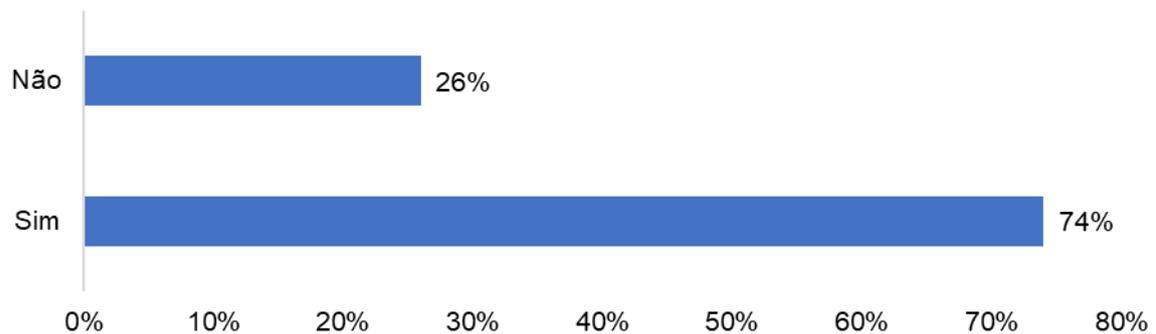


RELISE

216

o contrário, ou seja, 26% dos participantes, destacam-se aqueles de classe C (46%), e que não tem hábito de poupar dinheiro (80%).

Gráfico 13 – Autocontrole com dinheiro



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Em uma terceira seção, foram feitas perguntas cujo objetivo era identificar o conhecimento dos investidores sobre o mercado capitais.

O Youtube é a fonte em que você mais procura conteúdo sobre mercado de capitais, ou investimentos em geral?

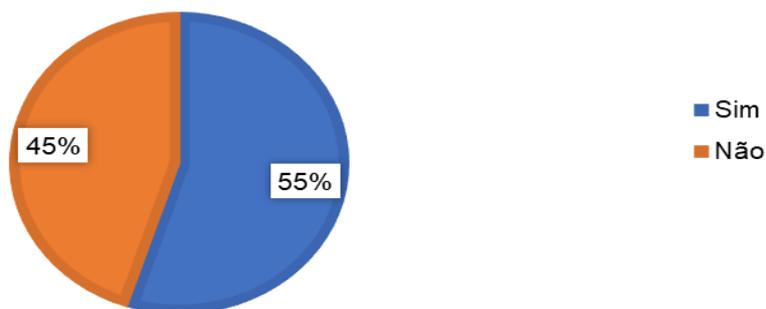
Como observamos no gráfico 14, o *Youtube* é a fonte mais usada por 55% dos participantes quando se trata de conteúdos referentes ao mercado de capitais. Enquanto 45% disseram não utilizar essa mídia digital como principal canal de conteúdo. Dos entrevistados que disseram existir fontes mais importantes que o *Youtube*, destacam-se aqueles que tem renda mensal familiar acima de três salários mínimos (68%).



RELISE

217

Gráfico 14 – O Youtube é o principal canal de informações sobre mercados de capitais

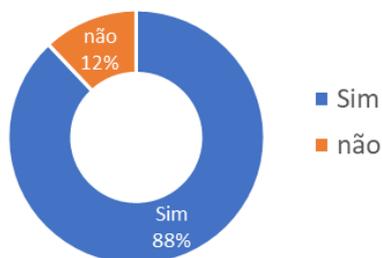


Fonte: Elaboradores pelos autores.

Você acredita que o conteúdo publicado por Youtubers (ou Influenciadores Digitais em geral) sobre mercado de capitais contribui para melhor compreensão da bolsa de valores?

Conforme varemos no gráfico 15 a seguir, os Influenciadores Digitais obtiveram a maior pontuação dos participantes: 88% dos entrevistados disseram: 'sim'. Dessa forma, podemos dizer que o conteúdo publicado por Youtubers e outros influenciadores digitais tem importância para os que buscam informações sobre o mercado acionário de forma geral.

Gráfico 15 – Influenciadores digitais são importantes para compreensão da Bolsa de Valores



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Outra reflexão que podemos considerar é que existe uma parcela que não usa o *Youtube* como principal fonte de conhecimento, conforme o gráfico



RELISE

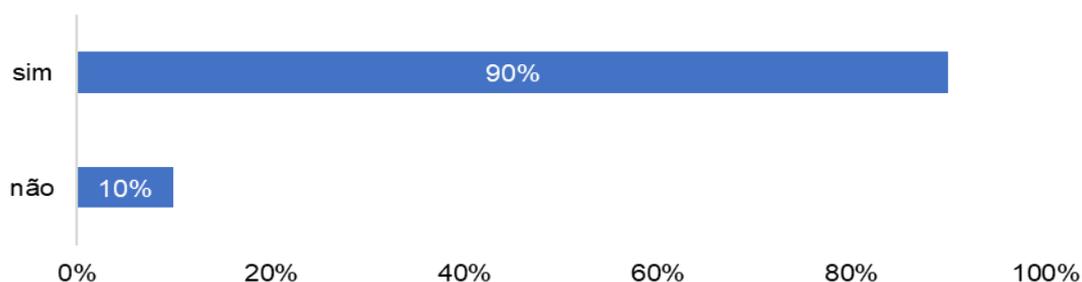
218

14 (45%), no entanto concordam que o conteúdo publicado é importante, já que apenas 12% dos entrevistados foram contra.

Você tem uma conta para investir na bolsa de valores?

Conforme o gráfico 16, as maiorias dos participantes disseram ter uma conta registrada em uma corretora (90%). Dessa parcela, 65% disseram que investem ativamente e 35% que, por mais que estejam registrados em uma corretora de valores, não investem, mas que estudam sobre como investir na bolsa de valores.

Gráfico 16 – Resultado de pessoas que possuem conta em uma corretora de valores



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Essa informação é muito importante para o estudo, pois esse dado revela que há pessoas que tem o CPF cadastrado na B3, embora não sejam ativos efetivamente. Dessa forma, consolidando os resultados que identificamos no estudo até então, nas quais 55% das pessoas usam o Youtube como principal ferramenta, 88% consideram o Youtube e outras mídias digitais importante para a disseminação de conteúdo relacionados ao mercado de capitais, podemos dizer que há uma atuação por parte dos Influenciadores Digitais que faz com que pessoas, mesmo que não invistam, se cadastrem em uma corretora. Além disso, esse resultado revela uma oportunidade que as corretoras de valores têm em formar parcerias com esses Influenciadores, a fim de captar novos clientes.



RELISE

219

Na última seção da pesquisa o objetivo foi identificar qual o grau de confiabilidade sobre renda variável e a frequência com que os participantes estudam sobre investimentos.

Esse dado é relevante, pois visa identificar se os investidores buscam orientações relativas a operações diretamente pelo homebroker, uma plataforma disponibilizada pela corretora de valores, em que lista ativos da bolsa de valores geridas pela BM&FBovespa. Vejamos as perguntas a seguir:

Você se sente confiante em investir na bolsa?

Marcando 38% das respostas, maioria dos participantes disseram ser confiantes em investir na bolsa, mas sempre estar bem informados com fatores que podem impactar seus investimentos. Já 28% afirmaram ser bem confiantes em aplicar seus recursos na Bolsa de Valores, embora 18% revelaram ter preocupações em aplicar seu dinheiro no mercado acionário. A estatística também mostra que tiveram otimistas e pessimistas em que ambos os extremos marcaram 8% no grau de confiança.



Fonte: Elaboradores pelos autores.

Você costuma aprimorar seus conhecimentos sobre investimentos financeiros?

Segundo os dados da estatística, o gráfico 17 mostra que existe preponderância por parte daqueles que se preocupam em aprender mais sobre investimentos financeiros (86%). Entretanto o gráfico 18 demonstra que, no total, 14% dos participantes estudam uma vez ou outra, ou quase nunca sobre

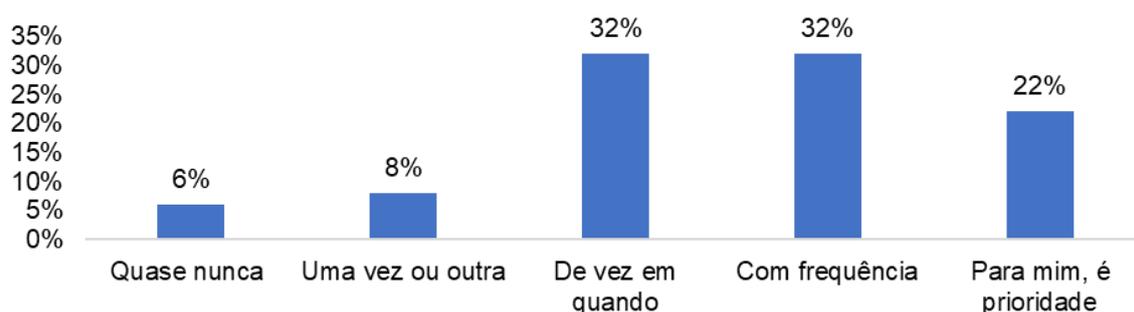


RELISE

220

investimentos financeiros. Nessa classificação destacam-se mulheres (57%) de classe C e D.

Gráfico 18 – Frequência em que o investidor estuda sobre investimentos financeiros



Fonte: Elaboradores pelos autores.

CONCLUSÃO

O objetivo da pesquisa foi identificar se a atuação de Influenciadores Digitais e mídias digitais em geral tem impacto sobre as decisões de pessoas que já investem ou pensam em investir na bolsa de valores.

Apesar do fato de que o brasileiro se caracterize um investidor conservador, ao longo do artigo descobrimos que em virtude do avanço tecnológico, cada vez mais o acesso à informação se dissemina, em função disso, conteúdos referentes ao tema aqui estudado estão ganhando espaço gradativamente, abrangendo todas as classes sociais.

Nessa pesquisa comprova-se que a maioria dos participantes tendem a buscar mais informações através das mídias digitais, seja para impulsionar seus investimentos, ou para se proteger das quedas da Bovespa. Além disso, outro resultado revelado pela pesquisa é que os participantes em sua maioria têm o hábito de estudar mais sobre o mercado de capitais. Esse fato é importante porque quanto mais as pessoas que investem nesse mercado conhecerem o conceito e estratégias, menor será a probabilidade de falhas e riscos.



RELISE

No entanto, as pesquisas institucionais mostram que as pessoas estão preocupadas em onde investir, e lidar com isso pode ser preocupante se o investidor não tomar decisões financeiras estratégicas. Conforme as entrevistas com investidores e economistas, a necessidade pela procura de investimentos mais rentáveis desencadeia o surgimento de propagandas enganosas e falsas promessas de investimentos em curto prazo, com alta liquidez e de baixo risco.

De acordo com o estudo, 55% dos entrevistados disseram que toda a informação que adquirem é por meio do Youtube, sendo que 88% afirmaram que o Youtube é uma fonte importante de conteúdo. Muitos influenciadores digitais que abordam esse tema publicam todo seu conteúdo por meio dessa plataforma, com isso, existe uma estratégia utilizada por empresas que é a divulgação através do patrocínio de canais do Youtube, além disso existem as propagandas que estão diretamente atreladas ao conteúdo que o usuário está à procura.

É através desses anúncios que existe a possibilidade de surgimento de propagandas maliciosamente manipuladas com a finalidade de atrair usuários iniciantes (ou não), por isso é importante observar que as mídias digitais não são um “mar de rosas”, logo o risco não se limita em apenas oscilações da bolsa.

A dificuldade para lidar com finanças pessoais e a perspectiva de que para começar a investir na bolsa de valores é necessário muito dinheiro é uma realidade para a população. Dessa forma, não apenas as instituições financeiras, mas também os que versam conteúdos inerentes ao mercado de capitais – especialistas, influenciadores digitais e imprensa – podem colaborar na disseminação de informações. Com isso, entender as limitações de quem investe é um passo para a implementação de iniciativas capazes de aumentar o número de investidores no Brasil.



RELISE

222

Ainda nesse sentido, o papel da CVM (Comissão de Valores Monetários) é garantir que o investidor brasileiro seja resguardado, garantindo a confiança em investir no Mercado de Capitais brasileiro, outrossim, esse mercado somente cumprira sua função alocativa com eficiência se todos os participantes acreditarem no seu funcionamento impessoal e sensato.

Apesar dos fatos, nota-se na pesquisa que existe uma tendência otimista em desenvolvimento, por mais que o campo amostral não abranja a população nacional o estudo é reflexo de um futuro em que existirão mais pessoas investindo seus recursos em diferentes produtos de investimento.

Para que o mercado de capitais se desenvolva é necessário estratégia e diferentes prontidões.

Ao longo da apresentação desse artigo, foi citado que a maioria das pessoas investem na poupança. Em segunda posição está a aposentadoria como opção de investimento mais aplicado entre os brasileiros. Como esse investimento é objetivo de longo prazo, outros produtos financeiros em geral precisam ser pensados da mesma forma. É preciso falar sobre diversificação, sobre riscos e benefícios e, principalmente, sobre como utilizar os investimentos para maximizar suas economias e seus ganhos ao longo do tempo.

Quanto mais pessoas investirem em diferentes produtos financeiros, particularmente de renda variável, maiores serão as possibilidades que as empresas têm de impulsionar sua produtividade, e quanto maior a produtividade, maiores são os impactos positivos à economia de um país.

Com base nas informações adquiridas ao longo dessa leitura, é possível responder as questões que foram impostas ao introduzir o tema.

Conforme os objetivos específicos da pesquisa, o primeiro passo foi identificar o perfil do investidor. De acordo com as pesquisas, as pessoas têm



RELISE

223

um perfil conservador, logo, a poupança é o investimento que mais recebe aplicação dos investidores.

Através dos estudos, verificou-se que o número de CPFs cadastrados na B3 apresenta altas periódicas a partir de 2018, o que responde ao segundo objetivo específico (verificar se houve crescimento percentual de investidores que investem no mercado de capitais nos últimos dez anos).

Em seguida, o terceiro objetivo específico a ser abordado foi: “investigar quais os produtos financeiros com maior procura nos cinco últimos anos”, para esse, viram-se que os títulos públicos e fundos de investimentos foram os produtos mais aplicados, no entanto, quando a taxa de juros sofre uma redução drástica, os investidores reagem a esse cenário com a finalidade de alocar seus recursos em ativos de maior rentabilidade, mesmo que isso represente um risco maior.

Atendendo ao último objetivo específico (demonstrar se ocorreu evolução quanto ao número de investimentos na Bolsa de Valores), os gráficos indicam que no período entre 2002 à 2016, não houve mudanças expressivas, por outro lado, podemos notar que número de investidores cadastrados na Bovespa começou a elevar a partir de 2017, ano em que a taxa Selic obteve queda, conforme dito anteriormente. De acordo com o gráfico 5, em 2018 podemos notar a quebra de uma tendência contínua, devido à elevação comparando com os anos anteriores. Foi em 2019 que a B3 registrou dois marcos históricos, o primeiro foi o registro de mais de um milhão de CPFs cadastrados, e em seguida a instituição atinge 100 mil pontos de acordo com o Índice Bovespa.

No que tange o objetivo geral proposto (analisar se os Influenciadores Digitais impactam nas decisões dos investidores), após a análise das informações expostas, é possível afirmar a veracidade do objetivo central levantado.



RELISE

224

O estudo mostrou de forma objetiva que os brasileiros estão criando o hábito de pensar em qual o melhor destino final de suas economias. Para aqueles que preferem poupar seu dinheiro, independentemente se for por meio da renda variável ou renda fixa, a atuação dos Influenciadores Digitais é de grande relevância, visto que o tema 'mercado de capitais' pode se tornar um estudo menos complexo de ser compreendido para pessoas de classe C e D – que compõe grande parte populacional brasileira – através das mídias digitais, por serem fontes gratuitas e fáceis de acesso, o que pode causar grandes reflexos na economia brasileira à longo prazo.

Assim, conclui-se o artigo respondendo à pergunta norteadora exposta inicialmente. Sim, podemos afirmar que Influenciadores Digitais formam opiniões de investidores no mercado de capitais.

REFERÊNCIAS

ABDALA, V. **Endividamento e inadimplência do consumidor têm alta em agosto.** Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-09/endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-tem-alta-em-agosto>. Acessado em: 12/11/2019

ANBIMA. **Raio X do investidor brasileiro.** Disponível em: https://www.anbima.com.br/data/files/25/50/2D/8C/0BBB96109FF4F696A9A80AC2/RaioX_investidor_2019.pdf. Acessado em: 09/11/2019.

ALMEIDA.G. **B3 chega a mais de 1,4 milhão de investidores em setembro** Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/noticias/b3-chega-14-milhao-investidores-setembro/> Acesso em: 11/11/2019.

BACEN. **Sistema Financeiro Nacional.** Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/sfn>. Acesso em: 29/05/2019.

BORGES, A. **Investimentos Alternativos:** nem tudo que reluz é ouro! Disponível em: <http://www.revistari.com.br/235/1526>. Acesso em: 11/11/2019.



RELISE

B3. **Ecosistema do investidor brasileiro.** Disponível em: 225
http://www.b3.com.br/pt_br/noticias/relacionamento.htm. Acessado em:
26/05/2019

CABRAL, B. **Número de investidores do Ceará na Bolsa de Valores salta 60,22%.** Disponível em:
<https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/negocios/numero-de-investidores-do-ceara-na-bolsa-de-valores-salta-60-22-1.2060514> . Acesso em:
11/11/2019.

CVM. **Sobre a CVM.** Disponível em:
http://www.cvm.gov.br/menu/acesso_informacao/institucional/sobre/cvm.html.
Acesso em: 11/05/2019.

CVM. **Cenário da poupança e dos investimentos dos brasileiros.** Disponível em:
file:///C:/Users/danil/Downloads/Arquivos%20Diversos/20181002_estudo_spc_cenario_da_poupanca_e_dos_investimentos_dos_brasileiros.pdf. Acesso em:
11/11/2019.

FERREIRA, G. R. **Como funciona o mercado financeiro?** Disponível em:
<https://www.Youtube.com/watch?v=llzOggL1xUI>. Acesso em: 19/05/2019.

FONSECA. **A pesquisa científica.** Disponível em:
<https://docplayer.com.br/21969526-Unidade-2-a-pesquisa-cientifica.html>.
Acesso em: 02/11/2019.

FORTUNA, E. **Sistema Financeiro: Produtos e Serviços.** 19. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora , 2013.

G1.**Em meio a recordes, número de brasileiros que investem na Bolsa chega a 858 mil.** Disponível em:
<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/02/06/em-meio-a-recordes-numero-de-brasileiros-que-investem-na-bolsa-chega-a-858-mil.ghtml>. Acesso em:
09/05/2019.

SARAIVA, A; PERET, E. **Desemprego sobe para 12,7% com 13,4 milhões de pessoas em busca de trabalho.** Disponível em:
<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24283-desemprego-sobe-para-12-7-com-13-4-milhoes-de-pessoas-em-busca-de-trabalho>. Acesso em: 29/05/2019.



RELISE

226

LOUND, O. M.; SOUZA, P. C.; CARVALHO, S. L. **Mercado de capitais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

MINAYO, M. S. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ORDONES, A. **Tem mais brasileiros na cadeia do que na bolsa: Por que tanta aversão ao mercado acionário?** Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/blogs/fora-do-mercado/blog-da-redacao/post/3071109/tem-mais-brasileiros-na-cadeia-do-que-na-bolsa-por-que-tanta-aversao-ao-mercado-acionario>. Acessado em: 27/05/2019.

PEREIRA et al. **Mercado de Valores Mobiliários Brasileiro**. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2014. Disponível em: <https://www.investidor.gov.br/portaldoinvestidor/export/sites/portaldoinvestidor/publicacao/Livro/LivroTOP-CVM.pdf>. Acesso em: 13/04/2019.

REIS, T. **Sistema Financeiro Nacional**. Disponível em: <https://www.sunoresearch.com.br/artigos/sistema-financeiro-nacional-parte-iii/>. Acesso em: 19/05/2019.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas S.A., 1998.