

A IMPORTÂNCIA DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS NA DECISÃO DE INVESTIMENTO DAS PESSOAS FÍSICAS NO MERCADO FINANCEIRO BRASILEIRO.

Quézia Rapozeiro Vicente
Fatec Americana
Marcos de Carvalho Dias
Fatec Americana

RESUMO

O presente artigo foi elaborado com o intuito de analisar o quanto os influenciadores digitais do nicho de investimento influenciam na decisão de aplicação de investidores pessoa física no mercado de ativos brasileiro. Este texto está dividido em duas partes, sendo que na primeira são abordados dois temas: investimento e influenciadores digitais. Para levantamento dos dados, sucedeu-se um estudo bibliográfico e uma análise documental de fontes secundárias, por meio de teses, dissertações, artigos, blogs e sites de notícias, visando parametrizar os assuntos abordados. E na segunda, é feita uma sondagem com uma amostra de 69 pessoas afim de comprovar a presente tese inicial abordada neste estudo. Os resultados encontrados mostraram que na prática, os influenciadores não interferem tanto na tomada de decisões de investimento, no entanto, possuem um papel importante de inserir novos investidores no mercado financeiro.

Palavras-chave: Investimento. Influenciadores digitais. Mercado financeiro.

ABSTRACT

This article was prepared with the purpose of analyzing how much the digital influencers of the investment niche influence the decision of individual investors to invest in the Brazilian asset market. This text is divided into two parts, and the first part discusses two themes: investment and digital influencers. For data survey, a bibliographic study and a documental analysis of secondary sources, through theses, dissertations, articles, blogs and news sites, aimed at parameterizing the issues addressed. And in the second, a survey is carried out with a sample of 69 people in order to prove this initial thesis addressed in this study. The results found showed that in practice, influencers do not interfere so much in investment decision making, however, they play an important role in introducing new investors to the financial market.

Keywords: Investment. Digital influencers. Financial market.

INTRODUÇÃO

A aumento no número de investidores pessoas físicas no mercado de capitais compreende o objeto de estudo do presente trabalho. Atualmente, cada vez mais, o mercado de capitais passou a integrar as economias do brasileiro, e à medida em que a pessoa física obtém conhecimento sobre o mercado de ativos no Brasil, se sente mais confortável em realizar investimentos, visando atingir seus objetivos financeiros.

Em nível nacional, a B3 (2022) contabilizou uma alta de 1,5 milhão de investidores no mercado de investimento, com base na análise dos dados, houve um aumento de 56% em relação ao ano anterior em dezembro de 2020. Arelado a esse crescimento, pode-se perceber um grande aumento em divulgação de conteúdo de investimentos.

Nos meios digitais há diversas formas de divulgação de conteúdos, tais como redes sociais, *blogs*, canais no *Youtube* e até mesmo por pessoas intituladas “influenciadores digitais”, que utilizam todas essas plataformas como ferramenta de divulgação. Karhawi (2017, p. 60) diz que “Influenciador digital dá nome a uma prática profissional que está atrelada a relações com marcas, empresas e pessoas convertidas em ganhos monetários.”, como o próprio nome já diz, essas pessoas têm uma grande capacidade de influência de boa parte dos seus telespectadores.

Os influenciadores digitais são grandes fontes de conteúdo, e por meio deles é possível adquirir muito conhecimento, seja para fins econômicos, estéticos e diversos outros assuntos.

Deste modo, o objetivo geral deste trabalho é analisar se os influenciadores digitais contribuem para a entrada de pessoas físicas no mercado de investimentos do Brasil. Para atingir o objetivo geral, foi necessário formular os seguintes objetivos específicos: identificar o perfil dos investidores brasileiros em renda fixa e variável; analisar se os conteúdos são completos e dão a possibilidade de tomada de decisão para os investidores e analisar o mercado de influenciadores digitais de investimentos e a relação entre seus telespectadores. Com base na pesquisa metodológica, a hipótese levantada é de que os novos investidores influenciados possuem conhecimento o suficiente para investimento no mercado atual.

A metodologia utilizada foi uma revisão bibliográfica e análise documental de fontes secundárias, por meio de teses, dissertações, artigos, *blogs*, sites de notícias. Em seguida, foi realizada uma pesquisa do tipo *survey*, por meio da aplicação de um questionário utilizando

um formulário via *Google Forms* visando verificar a veracidade da presente hipótese levantada inicialmente.

1. O QUE É INVESTIMENTO

Compreender o que de fato é investimento constitui-se como fator essencial para o desenvolvimento do conteúdo do presente trabalho. O investimento pode ser definido de diversas formas e aplicado em diversos aspectos em nossa vida, Bodie, Kane e Marcus (2014, p.2) dizem que:

Investimento é o comprometimento de dinheiro ou de outros recursos no presente com a expectativa de colher benefícios futuros. Por exemplo, uma pessoa pode adquirir uma cota de ações prevendo que os futuros resultados monetários dessas ações justificarão tanto o tempo durante o qual seu dinheiro ficou retido quanto o risco de investimento.

O conceito do investimento compreende tanto dinheiro quanto aspectos intelectuais, sociais e naturais. Nós podemos investir em nossa carreira, investir em um relacionamento, e em diversos outros fatores. O fato de nos empenharmos para realizarmos uma tarefa em busca de um retorno, já se caracteriza como investimento.

No mercado financeiro não é diferente, neste aspecto, o ato de investir financeiramente é caracterizado quando você aplica um montante em troca de um lucro, retorno financeiro ou patrimonial futuro.

1.1 Renda fixa e variável

O mercado de investimentos é muito amplo e traz diversas possibilidades de aplicações por parte dos investidores. Neste mercado existe o fundo de investimento, que pode ser caracterizado da seguinte forma:

Fundo de Investimento é uma comunhão de recursos, constituído sob a forma de condomínio, destinado à aplicação em ativos financeiros. Trata-se de uma estrutura formal de investimento coletivo, em que diversos investidores reúnem seus recursos para investir de forma conjunta no mercado financeiro. (CVM, 2022, np).

Entre os mais diversos tipos de fundos existentes no mercado, pode-se destacar o fundo de renda fixa e variável.

O fundo de investimento em renda fixa é conhecido por ser mais seguro, o tipo de investidor em renda fixa possui um perfil mais conservador visto que essa modalidade permite uma previsibilidade dos ganhos. Neto, Santos e Mello (2019) dizem que “Renda fixa é um tipo de investimento em que rendimentos reais, nominais ou indexados às taxas flutuantes são recebidos em intervalos de tempo regulares e definidos em documentos formais”.

Ao contrário da renda variável, o fundo de investimento em renda fixa já possui um valor de retorno pré-determinado no momento em que o investidor faz a aplicação, permitindo mais segurança no ato da aplicação de valores. Assim, é possível prever os valores devido ao fato de que os produtos possuem data de vencimento preestabelecidas e uma taxa de juros específica: a taxa Selic¹, IPCA² ou taxa de juros pré-fixada (NETO, SANTOS E MELLO, 2019).

De outro modo, os investimentos em renda variável são caracterizados por terem um retorno imprevisível no momento da aplicação. O montante está sujeito à variação conforme as condições de mercado e em consequência o retorno que as aplicações trazem seguem esse mesmo pressuposto, é totalmente o contrário da renda fixa. Quem compra um título de renda fixa, "empresta" o dinheiro para alguém, seja o governo ou instituição pública. Já quem aplica em papéis de renda variável, de certa forma entra no capital do emissor direta ou indiretamente.

Há inúmeros produtos disponíveis para investir em renda variável, e a escolha dos produtos é feita diretamente pelo investidor com base na análise de riscos e viabilidade do produto visto que cada um deles tem uma característica própria de risco e liquidez e que pode

¹ A Selic é a taxa básica de juros da economia. É o principal instrumento de política monetária utilizado pelo Banco Central (BC) para controlar a inflação. (Banco Central do Brasil, 2022).

² Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA que tem por objetivo medir a inflação de um conjunto de produtos e serviços comercializados no varejo, referentes ao consumo pessoal das famílias. (IBGE, 2022).

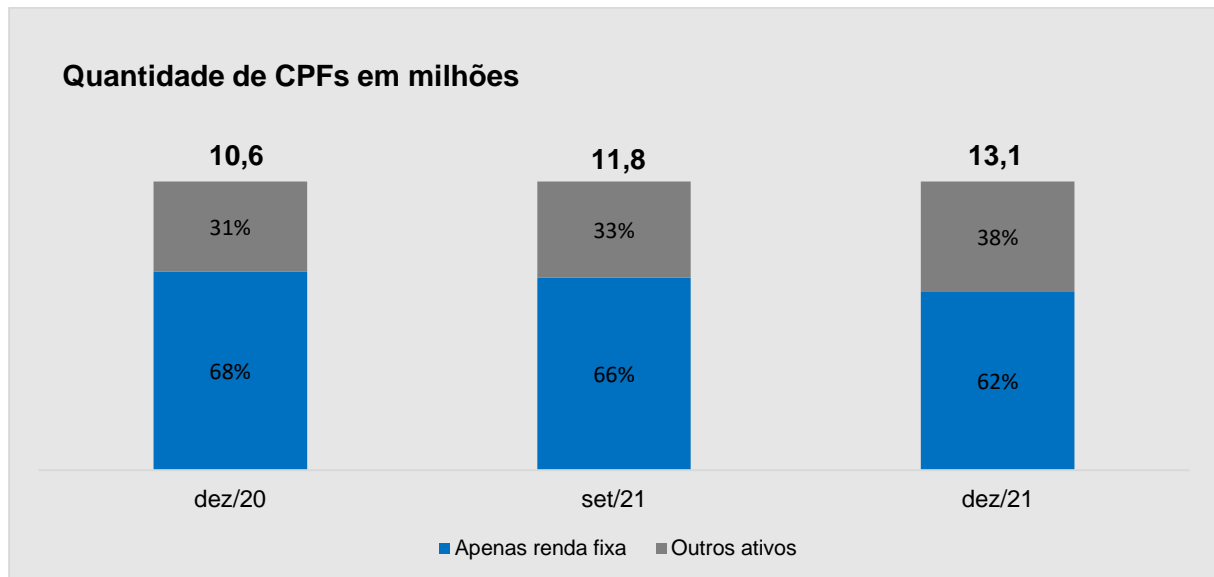
variar do mais simples ao mais sofisticado. A principal vantagem deste tipo de investimento é a possibilidade de obtenção de um retorno maior do que o investimento em renda fixa. No entanto, há um grande risco de perda de dinheiro (NETO, SANTOS E MELLO, 2019).

1.2. O investidor pessoa física no Brasil

Com a evolução da tecnologia e a facilidade no acesso às informações, era esperado de que o ser humano obtivesse mais conhecimento em diversos aspectos que antes não eram tão facilmente acessados. O investimento compreende e faz parte de um desses aspectos, antes, não se obtinham muitas informações a respeito, mas hoje há uma série de conteúdos relacionados a esse tema publicados.

Contudo, notou-se um evidente aumento na quantidade de investidores pessoa física no Brasil. Conforme dados divulgados pela B3 (2021), houve um crescimento expresso de 43% no número de investidores no primeiro semestre de 2021, ante o mesmo período no ano de 2020.

Gráfico 01 - Investidores pessoa física



Fonte: Adaptado da B3, 2021.

A partir dos dados referentes ao ano de 2021, pode-se perceber que o número de investidores pessoas físicas cresceu 23% em relação a dezembro/2020, com base na análise na carteira de investidores em renda fixa, 62% do total de pessoas físicas possui apenas títulos em fundos de investimento dessa modalidade, devido ao fato de a aplicação em ativos de

renda fixa oferecer mais rentabilidade, é esperado que os investidores possuam a maior parte de investimento no fundo de renda fixa.

Os estudos mostram que cada vez mais as pessoas estão investindo valores menores no mercado de ativos, fazendo com que essa modalidade de investimento seja acessível para todas as classes. A B3 (2020, p.11) diz que “Os investidores mais jovens estão entrando na bolsa com valores menores ainda. Em outubro de 2020, o valor médio era de R\$ 225 entre os investidores de 16 a 25 anos de idade.”

Conforme mostram os dados, o número de investidores pessoas físicas estão aumentando gradativamente com o passar dos anos, a tendência é que esse número seja cada vez mais ainda maior, com a divulgação de materiais a respeito e mais conhecimento na área, a estimativa é que cresça ainda mais as quantidades demonstradas nas pesquisas.

2. INFLUENCIADORES DIGITAIS

Podemos dizer que atualmente estamos consolidados na era das mídias sociais. Divulgações que antes eram feitas através de rádio, panfletos ou revistas, hoje são feitas através das mídias sociais. Apesar do grande aumento do número de consumidores de conteúdos digitais, a única plataforma que se sobressai a este tipo ainda é a televisão. No entanto, levando em consideração a grande alta do público da web digital, parece ser por pouco tempo.

Com base nesse aumento, a divulgação de conteúdos pelos meios digitais se tornou mais diversificada, o acesso à internet e redes sociais mudou completamente a publicidade. Diante desse novo cenário, surgiram os novos divulgadores de conteúdos: influenciadores digitais, que são definidos como pessoas que possuem a habilidade de divulgar marcas, estabelecer tendências, produzir conteúdo e promover engajamento através das redes sociais para os seus telespectadores (KARHAWI, 2017). O Sebrae (2021) pontua que o trabalho do influenciador digital é falar sobre coisas do cotidiano, de modo a adquirir novos seguidores.

O escopo de influenciadores digitais é dividido em nichos, e há diversos deles: existem influenciadores de tecnologia, investimento e mercado financeiro, dentre outros. Há diversas áreas de atuação e muitos conteúdos publicados a respeito, que permitem que o público tenha bastante diversidade para acompanhar e se dedicar, se assim for do seu interesse (ANBIMA, 2021).

Maurício, Gerolis e Medeiros (2017) dizem que a forma para os avaliar e realmente identificá-los como influenciadores, é analisar estritamente o número de compartilhamentos em suas publicações, comentários dos seguidores, curtidas e marcações que obtém de retorno do público. Quanto mais engajamento e maior número de pessoas o influenciador digital promover em suas redes sociais, mais alto o retorno que obtém de suas divulgações.

Devido à grande área de abrangência e alcance de visualizações, as empresas brasileiras identificaram os influenciadores como uma oportunidade de divulgação de suas marcas. As empresas que precisam que suas marcas sejam promovidas, pagam pelas publicações dos influenciadores. Antes, as publicações que ficavam no mesmo padrão de divulgação, hoje, são descontraídas e diversificadas de acordo com o perfil de cada influenciador e sua forma de escolha de divulgação daquele conteúdo. Assim, criou-se até mesmo novas empresas que analisam os influenciadores, como por exemplo, quem atinge mais contas e produz conteúdos significativos para aquele nicho, duas empresas desse segmento são as empresas brasileiras Stilingue e Scup, como propõe Maurício, Gerolis e Medeiros (2017).

De fato, os estudos do Sebrae (2021) destacam a importância da parceria das empresas e influenciadores especialmente para as micro e pequenas empresas devido a possibilidade de conseguir um alcance mais amplo, seguidores segmentados, permitir que tenham um melhor sistema de medição e mais opções de divulgação. As parcerias são muito positivas para as organizações, pensando nisso, é notória cada vez mais as empresas buscando ser mais ativas através dos canais sociais com seus telespectadores. Manter uma imagem ativa socialmente é essencial para a divulgação da sua empresa.

Falando no nicho de investimento e mercado financeiro, que compreende o tema deste trabalho, o papel dos influenciadores se tornou essencial. Este assunto antes não era muito divulgado e não era de fácil acesso para a população, no entanto, agora se tornou muito mais acessível ao público graças aos influenciadores digitais, acompanhada o fácil acesso aos meios de comunicação digital (KARHAWI, 2017).

Os influenciadores digitais possuem um papel muito importante na divulgação dos conteúdos relacionados ao nicho de investimento. Desde dicas sobre como poupar, mercado de ações até tutoriais de como realizar um investimento desde o zero. Esse conteúdo é muito importante, pois permitem que as pessoas tenham noção sobre o funcionamento do mercado

financeiro, possibilitando o acesso a um volume considerável de informações sobre o funcionamento desse mercado.

A ANBIMA (2021, p. 4) pontua que:

A atuação dos influenciadores é abrangente: alcança desde brasileiros que só querem colocar as contas em dia até investidores experientes. Com dicas, análises, mentorias e cursos, esses players viram crescer a base de seguidores de maneira avassaladora ao abordar temas que despertam mais o interesse do brasileiro a cada ano.

Essa atuação faz com que o número de pessoas alcançadas pelos influenciadores só aumente, gerando ainda mais engajamento para os influenciadores, e consequentemente, para o tema abordado em suas postagens.

Em relação a forma de atuação desses influenciadores, eles podem ser divididos em vários tipos, conforme ANBIMA (2021):

- a) produtores de conteúdo: as figuras que compõem esse tipo, são caracterizadas por disseminar temáticas constituídas, na grande parte dos casos, com foco profissional;
- b) analistas: este perfil se enquadra em figuras que possuem uma personalidade mais aplicada, podendo se dedicar em trabalhos em casas de análise de aplicação quanto em análises técnicas e até mesmo indicações de investimentos;
- c) *traders*: os *traders* são caracterizados por exibirem seus hábitos profissionais e aconselharem sobre transações no mercado de ações;
- d) investidor independente: o investidor independente utiliza seu perfil para dividir experiências e dar conselhos aos seguidores a partir de seus investimentos;
- e) especialistas: já os especialistas são profissionais da área financeira que utilizam de seus conhecimentos para disseminar conteúdos sobre a área financeira em seus perfis;
- f) assessoria/corretora: esse perfil é composto pelas equipes de corretoras e gestoras de investimento;
- g) portal especializado: são sites de informação focados na área financeira;
- h) casas de análise: são compostas por empresas independentes que oferecem consultoria aos telespectadores a respeito dos investimentos;
- i) portal de educação: o portal de educação reúne instituições com foco na educação financeira;

- j) educador financeiro: são influenciadores que promovem cursos sobre os investimentos com objetivo de lucrar e vender os conteúdos;
- k) empresa de *software*: as empresas de *software* representam os criadores de software utilizado para análise de aplicações e automações de operações na bolsa de valores;

Cada perfil destacado acima possui uma série de telespectadores, todos estão destacado em ordem de maior abrangência para menor, é importante destacar a diferença de influenciadores dentro do mesmo nicho para mensurar o tamanho de diversificação que esse novo mercado digital nos possibilita ter.

Analisando melhor o cenário atual, as vantagens de parceria com os influenciadores e o quanto é possível alcançar através de suas divulgações, nota-se uma grande vantagem em realizar uma parceria. Mauricio, Gerolis e Medeiros (2017, p. 6) afirmam que:

[...] O custo/benefício de trabalhar com influenciador digital é considerado melhor do que o do investimento em mídias tradicionais, pois quando se trata do influenciador, o anunciante só precisa fechar a parceria com ele, não há custo de mídia.

Contudo, os influenciadores digitais são um sucedido afluyente no Brasil. Seus conteúdos publicados sobre os todos os nichos – especialmente – o do mercado financeiro e de investimento só destaca a importância da divulgação dos conteúdos a respeito para a população. Essa divulgação, as vezes sofre até desafios de tornar a linguagem técnica acessível para o público em geral, superando as expectativas para tal categoria da web é notável o quanto soma o conhecimento dos telespectadores de diversos conteúdos expostos a respeito na internet.

3. SOBRE A PESQUISA

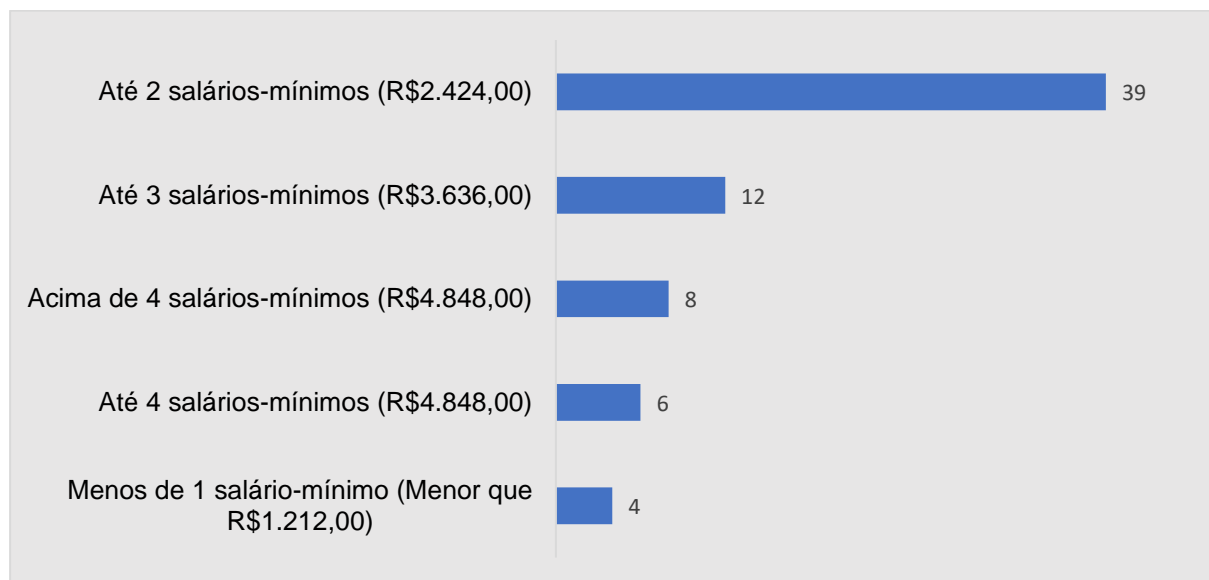
A pesquisa realizada no início do segundo semestre de 2022 por meio de um questionário, elabora pela plataforma *Google Forms*, com questões fechadas sobre a relação entre os influenciadores digitais e os investidores. A amostra pesquisa é caracterizada a seguir.

3.1 Características da amostra pesquisada

A pesquisa foi realizada por meio de uma amostragem aleatória, composta por 69 pessoas residentes na região Metropolitana de Campinas (SP), sendo a maioria (88%) com idade entre 18 e 35 anos.

Quanto à renda dos componentes da amostra pesquisada, os dados mostram que 39 pessoas (56%) possuem renda de até 2 salários-mínimos, e 12 pessoas (17%) de até 3 salários-mínimos, e uma pequena parte da amostra, 8 pessoas ou 11%, possuem renda acima de 4 salários-mínimos, conforme mostra o gráfico a seguir.

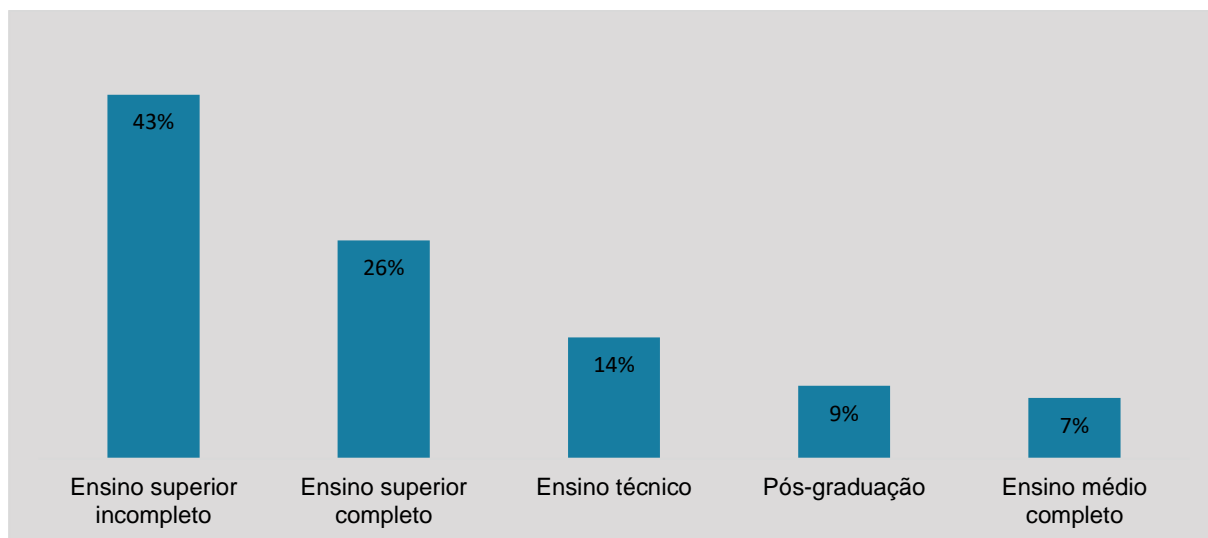
Gráfico 02 - Rendimento da amostra pesquisada



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir da pesquisa.

Já em relação ao grau de instrução dos pesquisados, 78% da amostragem possuem nível superior, seja completo, incompleto ou pós-graduação e apenas 7% ensino médio completo, conforme gráfico 03:

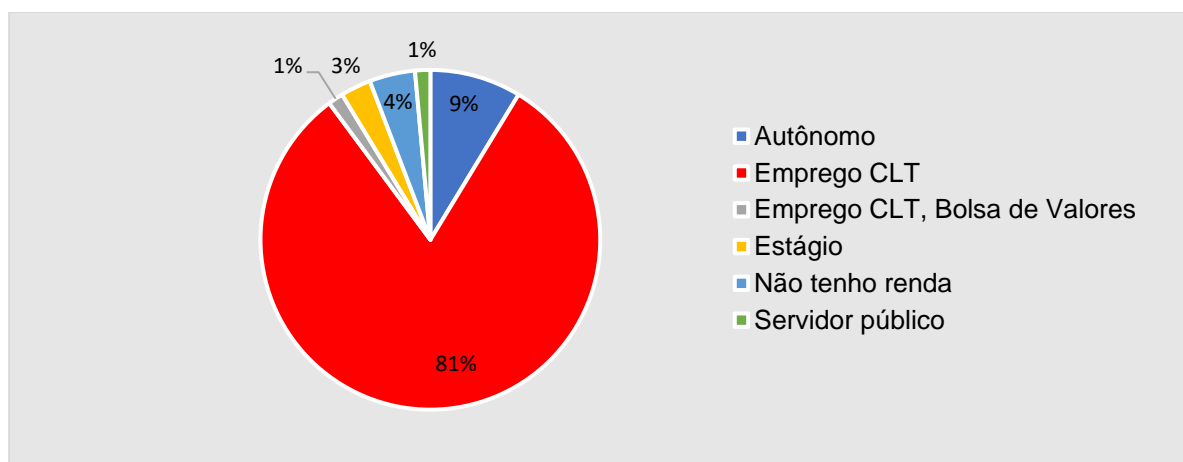
Gráfico 03 – Grau de instrução da amostra



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir da pesquisa

Quanto a origem da renda dos entrevistados, 81% têm sua renda originada de emprego formal, 9% são autônomos e 4% não possuem renda comprovada. Analisando o gráfico a seguir, nota-se que 1% da amostragem possui renda através da bolsa de valores, indicando que é possível adquirir rendimento através de aplicações.

Gráfico 04 – Origem da renda da amostra



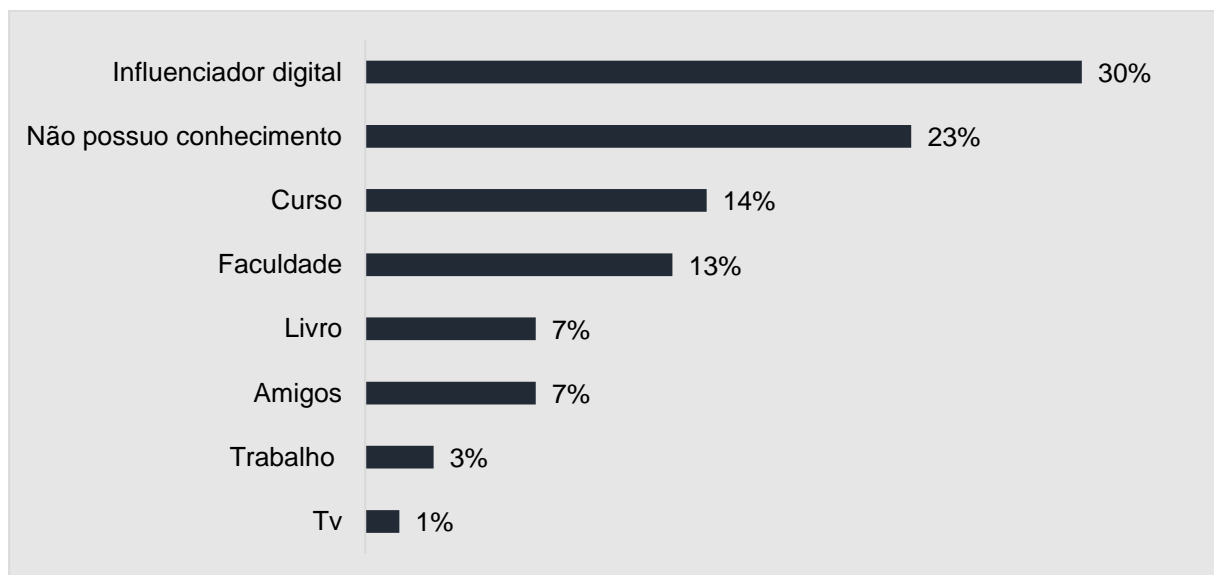
Fonte: Elaborado pelos autores, a partir da pesquisa.

3.2 Resultados e discussão

Em relação ao conhecimento dos entrevistados sobre bolsa de valores, a pesquisa mostrou que das 69 pessoas que responderam ao questionário, apenas 16 não tinham conhecimento sobre a bolsa de valores brasileira, correspondendo a 23% do percentual total.

Outro parâmetro analisado foi a forma com que o público obteve conhecimento sobre investimento, houve dados expressivos correlacionados aos influenciadores digitais, ressaltando ainda mais como os conteúdos relacionados à investimentos estão presentes no nosso dia a dia, vide gráfico a seguir:

Gráfico 05 – Meio de obtenção de conhecimento sobre o mercado de ativos brasileiro.



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir da pesquisa.

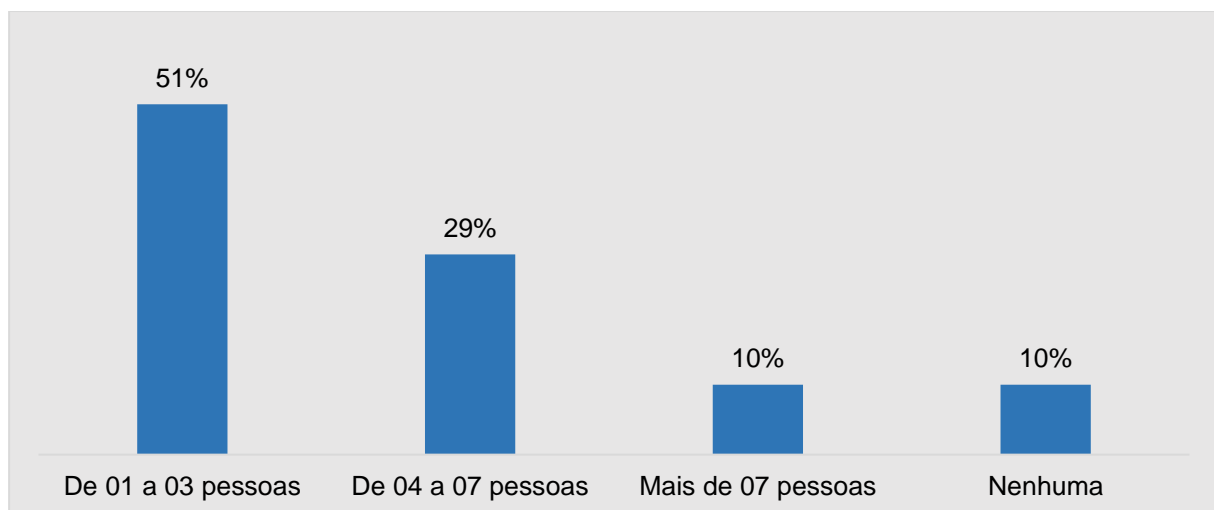
Com o intuito de saber um pouco mais sobre o perfil investidor de cada um, foi questionado se já haviam feito algum investimento na bolsa, sendo em renda fixa ou variável. Conforme respostas do questionário, 54% do público já realizou algum investimento na bolsa e 46% nunca investiram. Observa-se que 23% dessa amostragem mesmo tendo conhecimento sobre a bolsa de valores nunca realizou uma aplicação, indicando que conhecer a bolsa de valores brasileira não é um fator determinante para fazer com que alguém faça uma aplicação, seja em renda fixa ou variável.

Nesse sentido, visando qualificar ainda mais as informações da pesquisa, foi questionado quantas pessoas seguem influenciadores digitais de investimento, e 68% da amostragem segue algum influenciador digital do ramo de investimentos. Do total, 59% da amostragem considera que os conteúdos de investimento postados nas redes sociais de investimento são completos e de grande valia para obter conhecimento sobre o assunto, 1% acompanha por outros meios e 39% afirmam que os conteúdos disponíveis não são suficientes para obter conhecimento sobre o mercado de ativos.

Destaca-se que apesar de 59% das pessoas concordarem que os conteúdos expostos sobre o assunto são de grande valia para obter conhecimento, 58% da amostragem não toma decisões de investimento com base no conhecimento que adquiriu de um influenciador digital.

No entanto, os influenciadores estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano, uma prova disso são as porcentagens demonstradas no gráfico 6:

Gráfico 06 – Número de pessoas que seguem influenciadores digitais de investimentos



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir da pesquisa.

Pode-se perceber que mais de 50% da amostragem possui ao menos uma pessoa em seu círculo social que segue algum influenciador digital do nicho de investimento, 29% possuem de 04 a 07 pessoas, e 10% possuem mais de 07 pessoas em seu círculo social que seguem algum influenciador, o que indica um número bem expressivo.

Os dados indicam que os influenciadores digitais são figuras presentes em vários momentos do nosso cotidiano, com o nicho de investimento não seria diferente. Através da

pesquisa foi possível entender esse dimensionamento e concretizar ainda mais o fato de que possuem um grande papel na entrada de novos investidores, ou até mesmo apenas novos telespectadores do mercado financeiro brasileiro, contribuindo para o conhecimento e desenvolvimento da sociedade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo aborda a relação entre o aumento do número de investidores pessoa física com o número crescente de influenciadores digitais de investimento. É notável que a internet e as redes sociais foram uma ponte para novos conhecimentos de boa parte da população Brasileira, com a área de investimentos não seria diferente.

Após a pesquisa bibliográfica, pode-se perceber que com a evolução tecnológica e o acesso mais facilitado à conteúdos expostos na internet, houve também um crescimento gradual de investidores pessoa física no mercado de ativos em renda fixa e variável.

Os dados levantados na pesquisa mostram que a maior parte dos investidores pesquisados obteve conhecimento da bolsa de valores através de um influenciador digital.

Embora 58% da amostragem não tome decisões de investimento baseadas em conteúdos adquiridos pelos influenciadores digitais, 59% da amostragem considera que os conteúdos de investimentos publicados nas redes sociais são de grande valia para obter conhecimento sobre o tema, o que sugere que por mais que os influenciadores sejam uma ponte para adquirir conhecimento sobre investimento no mercado de ativos, não influenciam o bastante para fazer com que as pessoas tomem decisões de investimento baseadas nas informações expostas nas redes sociais.

Apesar desses fatores não serem determinantes para decisão de investimento, os influenciadores digitais são em grande parte responsáveis por introduzir novos investidores pessoa física no mercado de ativos. É importante ressaltar que embora a pessoa física não faça investimento com o conhecimento obtido através dos influenciadores, tal relação permite que essa pessoa adquira conhecimento sobre o funcionamento do mercado financeiro, possibilitando que ela amplie o leque de escolhas sobre a forma de utilização de seus recursos.

Contudo, é notável o papel que os influenciadores digitais possuem sobre o público brasileiro vai muito além de falar sobre o ato de investir, já que os conteúdos publicados sobre o assunto contribuem muito para a educação financeira dos telespectadores. Mesmo sem ter o

poder de influenciar a decisão de investimento, é uma ponte para conhecimento sobre o mercado financeiro e reforça que a educação financeira é para todos.

REFERÊNCIAS

ANBIMA. **Influenciadores de investimento:** Descubra quem são os players que arrastam multidões falando de finanças. Rio de Janeiro, set.- fev. 2021. Disponível em: anbima.com.br/pt_br/especial/influenciadores-de-investimentos.htm. Acesso em: 01 mai. 2022.

ANBIMA. **FInfluence – quem fala de investimentos nas redes sociais.** Rio de Janeiro, fev. – dez. 2021. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/influenciadores-de-investimentos-2.htm. Acesso em: 01 mai. 2022.

B3. Uma das principais empresas de infraestrutura de mercado financeiro do mundo. São Paulo, 2022. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/b3/institucional/quem-somos/#:~:text=A%20B3%20%C3%A9%20uma%20das,IBrX%20e%20Itag%2C%20entre%20outros. Acesso em: 20 mar. 2022.

B3. B3 atinge 5 milhões de contas de investidores em renda variável em janeiro. São Paulo, fev. 2022. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/noticias/5-milhoes-de-contas-de-investidores.htm#:~:text=Nos%20%C3%BAltimos%2012%20meses%2C%20a,e%20renda%20vari%C3%A1vel%202D%20na%20B3. Acesso em: 27 mar. 2022.

B3. Total de investidor pessoa física cresce 43% no primeiro semestre, mostra estudo da B3. São Paulo, ago. 2022. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/noticias/porcentagem-de-investidores-pessoa-fisica-cresce-na-b3.htm. Acesso em: 27 mar. 2022.

B3. B3 divulga estudo sobre os 2 milhões de investidores que entraram na bolsa entre 2019 e 2020. São Paulo, dez. 2020. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/noticias/investidores.htm. Acesso em: 27 mar. 2022.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Taxa Selic. Brasília, 2022. <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/taxaselic>. Acesso em: 27 mar. 2022.

BODIE, Zvi; KANE, Alex; MARCUS, Alan J. **Fundamentos de investimentos.** Trad. Beth Honorato. 9ª ed. São Paulo: AMGH Editora Ltda, 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=LLgLBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=o+que+%C3%A9+investimento&ots=-ukwt6etoj&sig=LldRWd7SZsanW81menI3KkRd8cg#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 mar. 2022.

CVM. **Fundos de investimento**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: https://www.investidor.gov.br/menu/Menu_Investidor/fundos_investimentos/introducao. Acesso em: 27 mar. 2022.

IBGE. **IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo: O que é**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 27 mar. 2022.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. *In.*: **Revista Comunicare**. São Paulo/SP, v. 17, p. 47-61, jan. 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Issaaf-Karhawi-2/publication/341983923_Influenciadores_digitais_conceitos_e_praticas_em_discussao/links/5edc396245851529453facb9/Influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf. Acesso em: 27 fev. 2022.

MAURÍCIO, Patrícia; GEROLIS, Bruna; MEDEIROS, Maria Gabriela. **Influenciadores digitais como parte da disrupção do modelo de negócios do jornalismo**. In: XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Curitiba, 2017. p. 4-9.

NETO, José Monteiro Varanda; SANTOS, José Carlos de Souza; MELLO, Eduardo Morato. **O mercado de renda fixa no Brasil: Conceitos, precificação e risco**. 1ª ed. São Paulo: Saint Paul Editora, 2019. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/O_mercado_de_renda_fixa_no_Brasil/LAqUDwAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0. Acesso em: 27 mar. 2022.

SEBRAE. **Por que as empresas estão investindo em influenciadores digitais?**. Santa Catarina, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/por-que-as-empresas-estao-investindo-em-influenciadores-digitais>. Acesso em: 01 mai. 2022.

**APÊNDICE A –
Formulário de pesquisa – Questões gerais**

1. Qual sua idade?

- De 18 a 25 anos
- De 26 a 30 anos
- De 31 a 35 anos
- De 36 a 40 anos
- Mais de 41 anos

2. Qual cidade você mora?

- Americana
- Santa Bárbara d' Oeste
- Nova Odessa
- Sumaré
- Piracicaba
- Campinas
- Outras _____

3. Qual o seu grau de instrução?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação

4. Qual sua renda mensal?

Assinale apenas uma alternativa:

- Menos de 1 salário-mínimo (Menor que R\$1.100,00)
- 1 salário-mínimo (R\$1.100,00)
- Até 2 salários-mínimos (R\$2.200,00)
- Até 3 salários-mínimos (R\$3.300,00)
- Até 4 salários-mínimos (R\$4.400,00)
- Até 5 salários-mínimos (R\$5.500,00)
- Acima de 5 salários-mínimos (R\$5.500,00)

5. Sua renda é proveniente de qual local? Assinale apenas uma alternativa.

- Não tenho renda
- Estágio
- Emprego formal
- Autônomo
- Aposentadoria
- Outro

- 6. Você conhece a bolsa de valores brasileira?**
 Sim
 Não
- 7. Você já fez algum investimento no mercado de renda fixa ou variável?**
 Sim
 Não
- 8. Por qual meio você obteve conhecimento sobre o mercado de ativos brasileiro?**
 Curso
 Livro
 Faculdade
 Influenciador digital
 Outro, especifique.
- 9. Você segue algum influenciador digital de investimentos?**
 Sim
 Não
- 10. Você considera os conteúdos de investimentos postados nas redes sociais completos e de grande valia para adquirir conhecimento sobre o assunto?**
 Sim
 Não
 Outro, exemplifique.
- 11. Você já tomou alguma decisão de investimento baseada nos conhecimentos que adquiriu de um influenciador digital?**
 Sim
 Não
- 12. No seu círculo de amigos, você conhece quantas pessoas que seguem influenciadores digitais de investimentos?**
 Nenhuma
 De 01 a 03 pessoas
 De 04 a 07 pessoas
 Mais de 07 pessoas