

Produtos financeiros: a influência da internet na decisão dos investidores por investimentos de maior risco

Financial products: the influence of the internet on investor's decision for higher risk investments

Leandro Alexandre dos Santos, Thiago Soares Nunes, Jurema Suely de Araújo Nery Ribeiro, Wagner Luiz Silva¹

¹ Universidade FUMEC, Belo Horizonte, MG, Brasil

RESUMO

O presente trabalho foi realizado com o objetivo de descrever a influência da internet sobre os investidores, fazendo com que deixasse os investimentos tradicionais a fim de procurar novas maneiras de investir o seu dinheiro. E quais são os meios que os levam a procurar investimentos de maior rentabilidade e de maior risco. A pesquisa é quantitativa e descritiva para a análise dos dados coletados, foi utilizada estatística descritiva. A pesquisa foi realizada por meio de um questionário online respondido por 20 investidores ativos no mercado de capitais, sendo 95% investidores pessoa física. Os resultados demonstraram que a internet, além de incentivar o interesse e entendimento dos investidores sobre o mercado financeiro, foi o meio responsável pelo aumento de investidores que fazem a opção por investimentos de maior rendimento e maior risco. No entanto, acredita-se que os conteúdos oferecidos por redes sociais e sites, geram conhecimento de mercado e uma melhor prospecção de futuros rendimentos.

Palavras-chave: mercado financeiro, investimentos, investimento de maior risco, redes sociais

ABSTRACT

The present work was carried out with the objective of describing the influence of the internet on investors, making them leave traditional investments in order to look for new ways to invest their money. And what are the means that lead them to seek investments with greater profitability and greater risk. The research is quantitative and descriptive for the analysis of the collected data, descriptive statistics were used. The research was carried out through an online questionnaire answered by 20 active investors in the capital market, 95% of which were individual investors. The results showed that the internet, in addition to encouraging investors' interest and understanding of the financial market, was responsible for the increase in investors who opt for investments with higher yields and greater risk. However, it is believed that the contents offered by social media and websites generate market knowledge and a better prospect of future income.

Key words: financial market, investments, higher risk investment, social media



Autor correspondente. TSN. R. Cobre, 200 - 30.310-190 - Belo Horizonte - MG, Brasil.

E-mail: adm.thiagosn@gmail.com

Recebido: Fevereiro de 2023

Aceito: Agosto de 2023

GESTÃO, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO ISSN 2595-5861

© Faculdade Metropolitana.

INTRODUÇÃO

O investidor brasileiro sempre optou por um perfil mais conservador com suas economias, buscando um rendimento constante e de baixíssimo risco, alocando seu dinheiro na maioria das vezes em imóveis e na famosa caderneta de poupança que os grandes bancos tinham a oferecer. (ANBIMA, 2021)

Atualmente a poupança ainda é o investimento mais utilizado no Brasil, mas segundo a pesquisa Raio X do investidor 2021, feita pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (ANBIMA, 2021), a caderneta de poupança vem perdendo espaço nos últimos anos, tendo uma queda de 5% desde o início da pesquisa, em 2017.

Outro levantamento feito em 2021 pela Bolsa de Valores do Brasil (B3, 2021c), mostra um crescimento de 43% no número de novos investidores no Brasil, comparado ao mesmo período do ano anterior, dessa forma a bolsa brasileira fechou o mês de junho de 2021 com o total de 3,8 milhões de contas.

Partindo da hipótese de que alguns acontecimentos incentivaram os novos investidores nos últimos anos, Ferrari (2021), explica o cenário da seguinte forma:

O grande aumento de investidores na Bolsa também tem relação direta com a explosão das redes sociais e o surgimento de influencers de finanças. É possível observar uma onda de pessoas que tiveram, por esses meios, informações e estímulos para participar do mercado de renda variável. Os influencers mostram que qualquer um pode se tornar investidor (FERRARI, 2021, p. 1).

Por conseguinte, não há dúvida que, no Brasil, os novos investidores estão passando por um processo de mudança em seu perfil, possibilitando questionarmos sobre o que está influenciando essas pessoas a investir o seu dinheiro em ativos de maior risco. (ANBIMA, 2021).

Diante dessa contextualização, este artigo tem como objetivo descrever como a internet influencia os investidores a deixarem os investimentos tradicionais a fim de procurar novas maneiras de investir o seu dinheiro. E quais são os meios que os levam a procurar investimentos de maior rentabilidade e de maior risco.

Outro ponto lembrado por Savoia, Saito e Santana (2007) é a falta de conhecimento da população brasileira sobre quais tipos de investimentos irão investir, que somado ao baixo nível de educação financeira, a população acaba por prejudicar um investimento que poderia ser realizado de forma mais eficiente, trazendo uma maior rentabilidade ao investidor.

Este artigo está estruturado em cinco seções a contar desta introdução. A seção seguinte trata do referencial teórico sobre mercado financeiro, perfil do investidor e as influências da internet. Em seguida, é exposto o método utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa. A quarta seção se refere a apresentação e análise dos resultados e, por último, são apresentadas as considerações finais.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção serão abordados os assuntos que embasaram a pesquisa, como mercado financeiro no Brasil, perfis de investidores e as influências que ocorrem na tomada de decisão dos investidores.

Mercado Financeiro no Brasil

O Sistema Financeiro Nacional (SFN) é composto por entidades e instituições responsáveis por intermediar o sistema financeiro através de encontros entre credores e tomadores de recursos. Por meio do SFN que as pessoas, instituições e o governo negociam a maior parte dos seus ativos, dívidas e investimentos, tendo o papel de regular os mercados, distribuir e circular os valores imobiliários e capitalizar recursos. (BACEN, 2018). As entidades gestoras operam para que os participantes do sistema financeiro sejam orientados para seguirem as normas estabelecidas pelos órgãos normativos e

reguladores. O Conselho Monetário Nacional (CMN) é o órgão máximo do sistema financeiro no Brasil, composto pelo Ministro da Economia, o Presidente do BACEN e o Secretário especial da fazenda do Ministério da Economia (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021a). O órgão tem o objetivo de regular e equilibrar as políticas de moeda e crédito no país, bem como autorizar a emissão de papel moeda e determinar taxas de operações ou serviços bancários. (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2021a).

O Banco Central (BACEN) tem como finalidade a formulação, execução e controle das políticas monetárias, cambiais e financeiras, além disso, é o órgão que faz a gestão do Sistema Brasileiro de Pagamentos (SBP) e autoriza o funcionamento das instituições financeiras no Brasil, orientado pelo CMN, o BC tem o objetivo de estabilizar os preços de mercado e manter as reservas internacionais em níveis convenientes. (BACEN, 2018)

Segundo o Portal do Investidor (2021), outra entidade vinculada a CMN, é o Conselho de Valores Mobiliários (CVM), o qual tem a finalidade de assegurar o funcionamento do mercado de valores mobiliários e apurar através de inquérito administrativo atos e práticas ilegais de mercado, além disso, o CVM tem o papel de disciplinar, fiscalizar e inspecionar as empresas abertas e fundos de investimentos.

O Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP) é composto pelo Ministério da Fazenda, Ministério da Justiça, Ministério da Previdência e Assistência Social, Superintendência de Seguros Privados, BACEN e CVM. É o órgão normativo responsável por estabilizar as diretrizes e normas da política de seguros privados, a Superintendência de Seguros Privados (SUSESP) supervisiona e executam as deliberações do CNSP, a autarquia tem o propósito de regular os setores de seguros, resseguros, previdência complementar aberta e capitalização e zelar pela liquidez das entidades que integram o mercado. (MINISTÉRIO DA FAZENDA, 2021b)

O Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPc) regula o regime de previdência complementar operado pelas

entidades fechadas de previdência, o conselho é presidido pelo ministro da Previdência Social e supervisionado pela Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC), que tem como objetivo fiscalizar e executar políticas no regime das organizações fechadas de previdência complementar e promover conciliações das entidades com os seus participantes ou patrocinadores. (MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA, 2021)

No mercado financeiro existem indicadores que são utilizados como benchmark – índice de referência usados para avaliar a rentabilidade de um investimento -. Assim, é necessário ressaltar os principais indexadores com o intuito de analisar o custo de oportunidade de cada investimento. (RICO, 2017) Segundo a autora existem vários indexadores que são usados como referências de rentabilidade:

- SELIC: Definida pelo Banco Central (BACEN), é um índice que representa a taxa básica de juros do mercado e tem o objetivo de manter a inflação estável. Assim, uma taxa Selic menor faz com que as aplicações de renda fixa fiquem menos atrativas;
- Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA): índice usado para mensurar a inflação de vários produtos e serviços relacionados ao mercado de varejo, relativo ao consumo da população;
- Índice Geral de Preços – Mercado (IGP-M): indicador de preços calculado pela FGV com o intuito de calcular a inflação através de três outros índices: Índice de Preços no Atacado (IPA), Índice de Preços ao Consumidor (IPC) e Índice Nacional do Custo de Construção (INCC), representando, respectivamente 60%, 30% e 10%;
- Certificado de Depósito Interfinanceiro (CDI): previsto pela CETIP, é um título negociado pelos bancos, baseado na média das taxas de juros estabelecidas diariamente no mercado. É também utilizado para medir a rentabilidade de outras aplicações.

Além do mais, incluímos o índice do IBOVESPA, principal indicador de desempenho

médio das ações negociadas na B3 (Bolsa de Valores), é composta pelas principais empresas do mercado de capitais brasileiro, como Itaú, Valle e Petrobrás. Também é conhecida como IBOV ou Bovespa no mercado de capitais, sendo considerado o principal benchmark do mercado de renda variável. (B3, 2021a).

Segundo B3 (2021b), além das ações, existem outras opções de investimentos em renda variável, como BDRs, ETFs e Fundos de Investimentos, que inclusive, vem sendo muito utilizado pelos investidores brasileiros nos últimos anos.

Os investimentos de renda variável possuem retorno imprevisível no momento do investimento, assim o valor oscila de acordo com as condições de mercado. Dessa forma, se a escolha do investimento for devidamente analisada, a aplicação pode proporcionar maiores rentabilidades em relação a aplicações de renda fixa.

Já nos investimentos em renda fixa o investidor tende a ter uma expectativa segura do retorno esperado, visto que não há alta volatilidade no mercado, ou seja, os produtos de Renda Fixa são uns dos mais seguros do mercado, podendo aplicar em Tesouro Direto, CDBs, LCI, LCA e etc. (RICO, 2021).

Segundo Cerbasi (2013, p 136) o melhor investimento em Renda Fixa são os CDBs, podendo escolher rentabilidades pré-fixadas, pós-fixadas ou híbridas. A taxa prefixada é definida no momento da aplicação, sendo possível projetar quanto o investimento renderá antes do vencimento do título, já na pós-fixada, a rentabilidade é projetada através de um percentual sobre um índice, como o CDI. Por fim, também é possível investir em taxas híbridas que são caracterizadas pela união do pré e pós-fixado. (XP, 2021)

Perfil do investidor brasileiro

Nos dias atuais, para aplicar seus investimentos é necessário que o investidor conheça o seu perfil, identificando os riscos que estão dispostos a correr. Com isso, os investidores são direcionados para os investimentos que condiz com o seu perfil (RAMBO, 2014). De acordo com o Blog BB

(2021) a Avaliação do Perfil do Investidor (API) é um estudo que as instituições financeiras fazem com seus futuros clientes a fim de identificar qual é o perfil do investidor, auxiliando-o na escolha de produtos financeiros que encaixam com o seus objetivos e expectativas de investimento.

De acordo com a Anbima (2010), os itens principais que compõem o questionário são idade, valor disponível para investir, horizonte e objetivos, tolerância ao risco e conhecimento prévio de mercado. Após a análise do API, o investidor poderá investir nos produtos financeiros adequados ao seu perfil. (CARNEIRO, 2019)

O perfil do investidor (API) é realizado através de um questionário que tem o objetivo de medir a tolerância a risco dos investidores (FERNANDES; PANGRACIO, 2016). Bem como, suas expectativas de investimento e qual será seu horizonte de tempo da aplicação desejado.

Segundo a ResearchXP (2019), existem várias oportunidades no mercado financeiro, visto isso, é normal que os investidores possuem diferentes perfis de investimento, podendo ser conservador, moderado ou agressivo.

O perfil Conservador é para os investidores que tem preferência por investimentos de baixo risco e rendimentos constantes. É comum que esse tipo de investidor utiliza a poupança como principal investimento. Já o perfil Moderado não deixa de investir com segurança, mas aproveita algumas oportunidades para obter maiores rentabilidades, assim prefere investir o seu dinheiro com mais versatilidade e o perfil Agressivo é daquele investidor que possui um vasto conhecimento de mercado e assume maiores riscos em busca de uma rentabilidade mais atrativa. (ResearchXP, 2019)

Influências da internet no comportamento dos investidores

Diferente dos dias atuais, a bolsa de valores tinha um cenário barulhento e de bastante euforia em relação ao modelo de trabalho dos operadores, trabalhavam sempre

se comunicando com berros e gestos estressantes. Com o passar do tempo, a bolsa renovou sua forma de operar, através da realização de transações via meio eletrônico, facilitando o fluxo de operações entre comprador e vendedor.

Atualmente, vivemos definitivamente na era digital, onde tudo ficou mais rápido e prático, muitos setores passaram por transformações inovadoras através da tecnologia, inclusive o mercado financeiro, que está em constante processo de transformação, sendo assim, os consumidores querem ser atendidos de maneira cada vez mais digital e eficiente. (MONEYLAB, 2020)

Segundo a FEBRABAN (2018, p. 16) os bancos estão atentos ao desenvolvimento de tecnologias, visto que os clientes estão cada vez mais adaptados com aplicativos mobile:

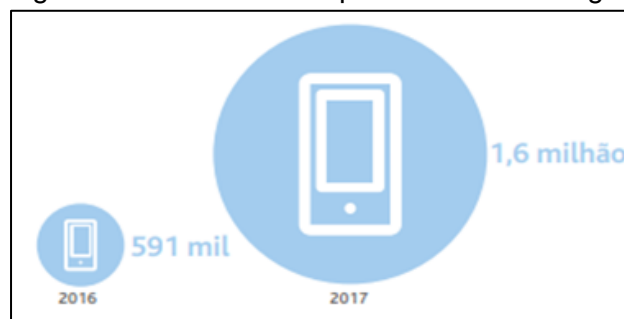
O número de contas movimentadas no canal mobile banking igualou-se ao de contas movimentadas por meio do internet banking, pela primeira vez, em 2017, totalizando 59 milhões em cada canal. Houve um grande salto de novos usuários: foram abertas 1,6 milhão de contas por meio do mobile no Brasil, quase três vezes mais do que em 2016. Já a preferência do consumidor entre os canais começa a se inverter: entre 2012 e 2017, o volume médio de transações por conta caiu 53,7%, no internet banking, enquanto cresceu 436% no mobile banking. [...] Com foco na oferta de novos serviços e experiências, e também na melhoria da jornada dos consumidores, 80% dos bancos investem em inteligência artificial e em computação cognitiva.

Entidade também mostra o crescimento de abertura de contas bancárias via smartphone (Figura 1), os aplicativos proporcionam um melhor contato com o seu banco, além da frequência e praticidade.

Segundo Artiaga e Brocchi (2020, p. 3), com a evolução tecnológica financeira, surgiram as fintechs como um novo modelo de negócio,

são novas empresas financeiras que tem o intuito de recriar, facilitar e modernizar a utilização dos serviços financeiros através da tecnologia.

Figura 1. Contas abertas pelo Mobile Banking.



Fonte: Febraban (2018).

O sucesso das fintechs proporcionou uma grande mudança no setor Financeiro, com a utilização da tecnologia, ela apresenta um modelo mais ágil e independente de lidar com os clientes com um menor custo, sendo uma grande concorrente dos grandes bancos. (REIS, 2018)

De acordo com a Forbes (2021) a internet popularizou os educadores financeiros e influenciadores digitais, a busca pelo assunto não para de crescer. Com isso as instituições como bancos, corretoras e casas de análise estão investindo cada vez mais em educação financeira.

Para demonstrar a importância da internet na expansão do mercado financeiro, Cerbasi (2013, p. 1) relata:

Com a internet interligando negociadores e bolsas, nada impede que um estudante de uma grande metrópole faça boas negociações com sacas de milho, assim como não há qualquer impedimento para que um morador do interior da selva amazônica opere na Bolsa de Valores de São Paulo. Basta o acesso à internet e a vontade de aprender.

Segundo pesquisa feita pela B3 (2020), o aumento dos investidores na bolsa não foi só pelo fato da redução da taxa de juros, pesquisa

aponta que 38% dos entrevistados aderiram à bolsa para aprender e aplicar em outra modalidade de investimento, além disso, 33% investiram para ter maior rentabilidade. Esta pesquisa também ressalta que as pessoas procuram cada vez mais se informar sobre o assunto, os principais meios de aprendizado são em sites, vídeos no YouTube e canais de influenciadores.

Para ressaltar as influências em relação ao mercado financeiro, em uma entrevista no site do UOL, Bevilacqua (2021) relata que devido ao otimismo nos mercados, é comum que os sentimentos dos investidores fiquem divididos entre euforia e ceticismo. E é preciso tomar cuidado com os sentimentos extremistas e se atentar ao que realmente está influenciando os mercados, de acordo com o analista da Levante Investimentos os brasileiros são diariamente influenciados na forma de investir.

Portanto, conclui-se pelo contexto apresentado que a internet revolucionou o mercado financeiro, tornando mais prático e acessível o aprendizado no mercado financeiro, isso reflete o crescimento do setor nos últimos anos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa foi classificada como quantitativa e descritiva. De acordo com Richardson (1989, p. 70) “o método quantitativo representa em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às inferências.” O pesquisador deseja obter um entendimento do comportamento de fatores e acontecimentos que motivam um determinado fenômeno.

O trabalho é do tipo descritivo, pois tem o propósito de descrever as influências que a internet proporciona na tomada de decisão dos investidores. Para Gil (2008, p. 28) a pesquisa descritiva tem como objetivo o levantamento de opiniões, atitudes e crenças de um determinado grupo, caracteriza-se pela utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

A pesquisa foi direcionada a investidores pessoa física e investidores profissionais do mercado financeiro, ambos da região metropolitana de Belo Horizonte (MG). Este grupo foi escolhido pelo fato do pesquisador manifestar interesse de aprendizado na área e conhecer diversos investidores. O grupo questionado foi composto por 20 pessoas que já estão inseridos no mercado financeiro.

Para a coleta de dados, foi elaborado um questionário online. A divulgação do instrumento ocorreu via redes sociais, como Instagram, Facebook e Whatsapp. O questionário incluiu perguntas sobre o perfil dos participantes e questões relacionadas às práticas no mercado financeiro, bem como as influências da internet em suas decisões. (APÊNDICE A).

Na análise dos dados, foi usada a estatística descritiva (em questões fechadas) e o processo de estudo das análises (em questões abertas) para o reconhecimento dos dados realizados no questionário. Mesquita (2005, p. 8) relata que a estatística descritiva é o conjunto de técnicas analíticas utilizadas para resumir o conjunto dos dados recolhidos numa pesquisa, que são demonstrados através de números, tabelas e gráficos. Para Castanheira (2008, p. 14) a estatística descritiva “é um número que, sozinho, descreve uma característica de um conjunto de dados, ou seja, (...) possibilita reduzir os dados a proporções mais facilmente interpretáveis.”

O estudo cumpriu as diretrizes, normas e padrões éticos especificados na garantia da legalidade e sigilo das informações retiradas dos entrevistados, da mesma maneira, respeitou as citações e referências dos autores utilizadas no trabalho. Os resultados da pesquisa serão públicos e ficarão descritos nos processos de análise e interpretação dos dados.

RESULTADOS

Antes de demonstrar os resultados observados pela pesquisa, serão apresentados os dados de maior relevância sobre os respondentes do questionário online.

Tabela 1. Caracterização dos participantes.

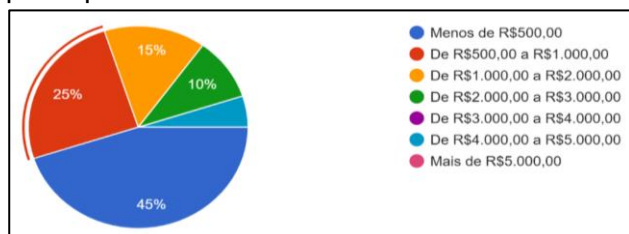
DADOS PARTICIPANTES		FREQ.	%
Idade	Até 25 anos	12	60
	Entre 26 e 40 anos	4	20
	Mais de 41 anos	4	20
Sexo	Masculino	14	70
	Feminino	6	30
Atividade	Investidor Pessoa Física	19	95
	Gestor Financeiro de organização	1	5
Tempo que investe	Menos de 1 ano	4	20
	Entre 1 e 2 anos	7	35
	Entre 2 e 3 anos	4	20
	Entre 3 e 4 anos	1	5
	Entre 4 e 5 anos	1	5
	Mais de 5 anos	3	15

Fonte: Elaborado pelos autores.

Na tabela 1, é importante notar que 60% dos participantes possuem menos de 25 anos, dado que comprova que este público mantém um contato direto com o meio digital, como redes sociais, sites e aplicativos. Por outro lado, o fato da maioria não ter concluído o ensino superior, faz com que esses participantes não tenham um alto poder aquisitivo, o que é bastante relevante em relação ao valor investido mensalmente.

Foi questionado aos participantes o valor investido mensalmente, conforme mostra a Figura 1.

Figura 1. Valor investido mensalmente pelos participantes.

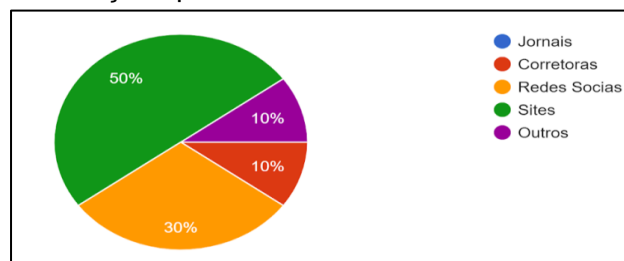


Fonte: Elaborado pelos autores.

A maioria dos participantes investem menos de R\$1.000,00, comprovando que a baixa média de idade dos respondentes, os levaram a esse percentual.

Para contribuir com o objetivo do trabalho e ter uma melhor compreensão no comportamento dos participantes, foi perguntado quais meios são utilizados com o intuito de obter informações sobre o mercado financeiro e notícias relevantes em relação a sua tomada de decisão nos investimentos. O Figura 2 apresenta quais são os meios mais utilizados pelos participantes da pesquisa.

Figura 2. Veículos utilizados para busca de informações pelos investidores.



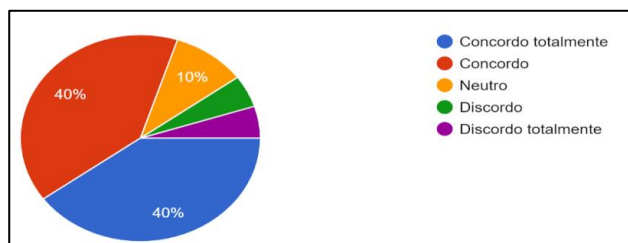
Fonte: Elaborado pelos autores.

O Gráfico 2 demonstra que Sites e Redes Sociais são os veículos mais utilizados para pesquisa de investimentos. Para Gláucio e Soares (2020), os canais de Youtube relacionados à área de finanças e educação financeira estão se expandindo gradativamente no cenário brasileiro.

Foi abordado no questionário quais formas esses veículos auxiliam nos investimentos, de modo geral, conclui-se de acordo com a percepção dos entrevistados que sites, redes sociais e corretoras ajudam os investidores a acompanharem o mercado financeiro, bem como informações setoriais e políticas, contribuindo para uma melhor análise – conforme as falas: “Me auxiliam entender os momentos das empresas e do mercado como um todo, além de evoluir meu conhecimento sobre mercado financeiro e de capitais.” (Participante 12) Além disso, os entrevistados relatam que essas ferramentas mantêm-os atualizados sobre a volatilidade do mercado e seus riscos – conforme as falas: “Eles auxiliam nas informações sobre o mercado, acontecimentos e notícias do mundo, geopolítica e economia.” (Participante 14)

Outro questionamento realizado foi se os influenciadores digitais afetam a decisão dos investidores, conforme exposto na Figura 3.

Figura 3. Influenciadores e a decisão dos investidores.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Expõe-se que 40% dos entrevistados concordam totalmente, 40% concordam, 10% ficaram neutros, 5% discordam e 5% discordam totalmente com a pergunta. Dados demonstram que grande parte dos participantes considera que os influencers podem incentivar os investidores na tomada de decisão de onde investir seu capital. Conforme Mota, de Melo e Andrade (2019, apud MARQUES, 2021, p. 10) “é no ambiente digital que estão contidos os produtores de conteúdo virtual, que são denominados influenciadores digitais por associarem sua característica educadora, a sua reputação midiática e ao conhecimento científico.”

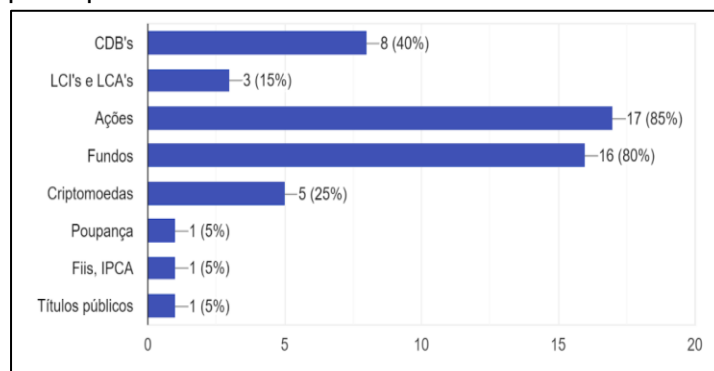
Além disso, Marques (2021) relata que os influencers são capazes de interferir na tomada de decisão de compra de um indivíduo, possuem a capacidade de promover discussões e o poder de modelar as ideias de seus seguidores.

Para entender a migração de recursos para ativos de maiores riscos, foi questionado na pesquisa, quais tipos de investimentos estão sendo mais utilizados pelos participantes nos dias atuais, conforme exposto no Figura 4.

Nota-se que o produto financeiro mais lembrado foram as ações (renda variável) negociadas em bolsa, esta foi marcada por 85% dos participantes. Logo em seguida, um produto também de renda variável foi lembrado por 80% dos respondentes, trata-se dos Fundos. Outro produto que nos últimos anos vem sendo bastante utilizado são os CDB's, lembrado por

40% da amostra. Números que demonstram a preferência de ativos de mais riscos como investimento atual.

Figura 4. Investimentos mais utilizados pelos participantes.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Na sequência, pela ascensão do Bitcoin nos últimos anos, as criptomoedas foram representadas por 25% dos respondentes. Os LCI's e LCA's, correspondendo a 15%, foram outro tipo de investimento escolhido pelos entrevistados. Outros investimentos como: Poupança (renda fixa), Títulos Públicos, Fii's e IPCA também foram representados no momento da pesquisa, totalizando 5% cada um. Isso demonstra que o mercado está passando por um processo de mudança, visto que os investidores estão preferindo se expor em ativos de maior risco e retorno.

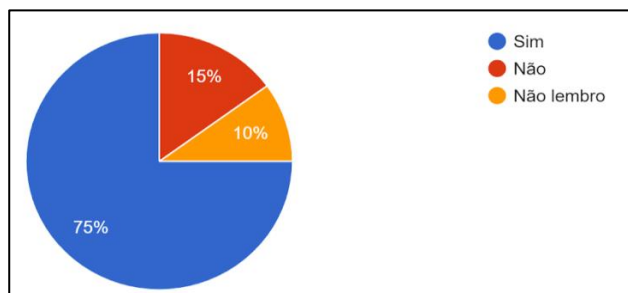
Em relação ao mercado de criptomoedas, Ulrich (2014) argumenta que para compreender melhor o Bitcoin, é preciso pensar que ele não é necessariamente um "substituto às moedas tradicionais", mas pode ser considerado um novo sistema de pagamentos.

Além disso, é possível concluir que além da internet influenciar diretamente no aumento dos investimentos em renda variável, existe também outro fator que pode incentivar, como a queda da taxa SELIC. Segundo Costa (2021, p. 24), “quando as taxas de juros são reduzidas, alguns investidores vendem seus investimentos de ativos de renda fixa para comprar no mercado de ações”.

Neste cenário, foi realizada uma pergunta acerca das finanças pessoais quando

relacionadas às mídias digitais a fim de compreender se há uma relação direta das redes sociais em relação ao aprendizado e interesse sobre assuntos do mercado financeiro (Figura 5).

Figura 5. Percentual dos investidores que foram influenciados.



Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com os dados analisados no Gráfico 5, 75% dos participantes foram incentivados a investirem em um determinado ativo conforme a opinião de um influencer digital. Para Marques (2021, p. 11) “os indivíduos seguem os influenciadores que mais lhes agradam e que, a partir de suas opiniões formadas, lhes transmitem informações capazes de influenciá-los na decisão de compra”.

Após identificar o que influencia nas decisões dos investidores participantes, buscou-se entender quais plataformas utilizadas. De acordo com as respostas distribuídas, o principal meio são os aplicativos mobile das corretoras como, Rico, XP e Clear. Outra opção citada foi aplicativos mobile dos Bancos Tradicionais e fintechs, como Banco Inter.

Seguindo nesse panorama, foi realizado um questionamento na pesquisa com o propósito de constatar o que motiva os participantes a investirem. De acordo com as respostas, foi observado uma tendência dos investidores a aumentar e acumular patrimônio, além de visar uma boa segurança e qualidade de vida financeira para o futuro, conforme falas a seguir: “Quero construir um patrimônio para o futuro.” (Participante 8); “Invisto para ter mais segurança e qualidade de vida.” (Participante 3).

Para mais, os respondentes informaram a questão do risco inflacionário, podendo alocar seus recursos com o objetivo de protegê-lo da inflação, conforme fala: “Invisto para evitar perda inflacionaria e aumentar meu patrimônio.” (Participante 17).

Ainda com o objetivo de verificar o quanto os produtores de conteúdo influenciam as decisões de investimento dos participantes, em especial sobre a influência deles na transição de investimentos seguros (baixo rendimento) para os de maiores riscos (médio/alto rendimento), 80 % dos respondentes acreditam na importância dos influencers digitais, visto que eles oferecem informações importantes sobre o mercado financeiro, gerando mais segurança para os investidores, apresentando novos tipos de investimento para os indivíduos, dando previsão de rentabilidade para futuros investimentos, mostrando as situações políticas do país.

Além disso, contribui na tomada de decisão através de discussões abertas no Instagram, Youtube e Facebook. Segundo Tomaél, Rosecler e Guerreiro (2005 p. 102) “O direcionamento dos fluxos de informação pode fortalecer e delinear uma rede, propiciando sinergia às funções nela desdobradas, [...] mobiliza as redes e as torna um vetor estratégico importante e contumaz.” Em contrapartida, 10 % dos respondentes não concordam com o fato dos influencers opinarem sobre o mercado financeiro, pois nem todos têm capacidade de abordar os assuntos ou agem com o intuito de manipular o mercado. Por fim, os 10 % restantes não souberam avaliar a importância da influência nos meios digitais.

Através da análise e dos estudos realizados, é pertinente observar e compreender o impacto das mídias digitais relacionadas ao interesse e entendimento dos investidores sobre o mercado financeiro, interferindo na sua maneira de investir. O tema em questão está sendo cada vez mais presente, dado que é um meio relevante para o indivíduo obter informações sobre investimentos, servindo como uma alternativa para complementar o seu conhecimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal do trabalho foi descrever a influência que a internet proporciona sobre os investidores que deixam os investimentos tradicionais, com o intuito de procurar novas formas de investir o seu dinheiro. O trabalho dessa pesquisa foi analisar os impactos que a internet causa no mercado financeiro brasileiro, assim como a mudança comportamental dos investidores. Tais fatos foram demonstrados através da pesquisa realizada por meio de coletas de dados em sites de referência na economia brasileira, análises das informações prestadas em entrevistas com questionário, bem como nos referenciais teóricos, citados no trabalho.

O estudo demonstrou que a maioria dos entrevistados sofre a influência em suas decisões a respeito do mercado financeiro e de capitais através da internet. Eles relatam que os conteúdos oferecidos pelos influencers geram o conhecimento de mercado e uma melhor prospecção de futuros rendimentos, além de tranquilidade, nos períodos mais voláteis.

Também foi demonstrada uma preocupação por parte dos investidores relacionada às informações que recebem na internet, alguns participantes acreditam que a grande maioria dos influenciadores não tem capacidade e conhecimento suficiente para falar sobre o assunto. Além disso, o público ressalta que a manipulação do mercado com notícias e opiniões de influencers acontece constantemente.

As análises realizadas neste estudo foram importantes para apresentar de forma ilustrativa o impacto que a internet causa na tomada de decisão dos investidores presentes no mercado financeiro, fazendo com que estes tenham conhecimentos essenciais para fazer seus investimentos em ativos mais arrojados. É considerável salientar, com base nos resultados obtidos, que houve o aumento de investidores que fazem a opção por investimentos de maior rendimento e maior risco, tornando a pesquisa uma ferramenta para enaltecer a presença da internet no aprendizado dos investidores.

Para futuros estudos, pode ser considerada a realização de uma pesquisa com uma amostra maior de participantes no mercado financeiro, bem como profissionais atuantes no mercado de capitais. Além disso, podem ser realizados novos estudos para a descoberta de como dados demográficos de participantes podem influenciar na tomada de decisão dos investidores, dentro desse contexto mercadológico brasileiro.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Todos os autores participaram da concepção, delineamento, análise e interpretação dos dados, e redação do artigo.

CONFLITO DE INTERESSES

Os autores declaram não haver conflito de interesses.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. L. F.; CUNHA, D. P. A. **Estudo do mercado brasileiro de renda fixa e o perfil do investidor brasileiro**. Monografia de graduação. 100f. Curso de Engenharia de Produção da Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <http://repositorio.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10020143.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.
- ANBIMA. **Raio X do Investidor Brasileiro**, 3ª edição. Anbima, 2020. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2020.htm. Acesso em 19 set. 2021.
- ANBIMA. **Raio X do Investidor Brasileiro**, 4ª edição. Anbima, 2021. Disponível em: <https://www.anbima.com.br/ptbr/especial/raio-x-do-investidor-2021.htm>. Acesso em 19 set. 2021.
- ARTIAGA, G. N.; BROCCHI, R. L. P. T. A influência das novas tecnologias na abertura do mercado de investimentos. In: Congresso Internacional de Administração – ADM 2020. **Anais...** Ponta Grossa/PR, 2020. p. 1-16. Disponível em: https://admpg.com.br/2020/anais/arquivos/0814_2020_230829_5f374799dacc4.pdf. Acesso em: 15 out. 2021.
- B3. **A Descoberta da bolsa pelo investidor brasileiro**. B3, 20 dez. 2020. Disponível em: <https://www.b3.com.br/data/files/69/75/42/A0/3>

[6ECA71068C61CA7AC094EA8/Pesquisa%20P F vf%20 dez.20 .pdf](https://www.b3.com.br/pt-br/market-data-e-indices/indices/indices-amplos/ibovespa.htm). Acesso em: 19 out. 2021.

B3. **Índice BOVESPA – BOVESPA B3**. B3, 2021a. Disponível em:

<http://www.b3.com.br/pt-br/market-data-e-indices/indices/indices-amplos/ibovespa.htm>.

Acesso em: 01 out. 2021.

B3. **Renda Variável B3**. 2021b. Disponível em: <http://www.b3.com.br/pt-br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/>.

Acesso em: 04 out. 2021.

B3. **Total de investidor pessoa física cresce 43% no primeiro semestre, mostra estudo da B3**. 2021c. Book_PF-Agosto2021. Disponível em:

<http://www.b3.com.br/pt-br/noticias/porcentagem-de-investidores-pessoa-fisica-resce-na-b3.htm>>. Acesso em: 19 set. 2021.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Sistema Financeiro Nacional – SFN**. 2018. Disponível em:

<https://www.bcb.gov.br/estabilidade/financeira/sfn>. Acesso em: 24 set. 2021.

BEVILACQUA, F. **4 coisas que você precisa saber sobre o crescimento da Bolsa de Valores**. UOL, Economia, 2 jun. 2021. Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/mais/levante/carteira-recomendada/2021/06/02/por-que-a-bolsa-sobe-se-ainda-estamos-em-crise.htm?cmpid=copiaecola&cmpid=copiaecola>. Acesso em: 22 out. 2021.

CARNEIRO, M. S. **Perfil do investidor e investimentos financeiros: uma análise do mercado brasileiro**. Monografia de especialização. 54f. Curso de Especialização em Contabilidade e Finanças, Universidade Federal do Paraná. Curitiba/PR, 2019. Disponível em:

<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/71673/R%20-%20E%20-%20MATHEUS%20DOS%20SANTOS%20CARNEIRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Acesso em: 11 out. 2021.

CASTANHEIRA, N. P. **Estatística Aplicada a todos os níveis. 4 ed. rev. e atual**. Curitiba. Editora: IBPEX, 2008. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=qxufMH8vIJ4C&oi=fnd&pg=PA11&dq=estatistica+descritiva+&ots=df2-Jnw3m&sig=laRbx3bSqT9IHniTT-OANqp_hfA#v=onepage&q=estatistica%20descritiva&f=false. Acesso em: 20 set. 2021.

COSTA, M. R. **O Perfil dos pequenos investidores e os fatores determinantes para a entrada na bolsa de valores do Brasil**.

Monografia de Graduação. 59f. Curso de Graduação em Ciências Contábeis, Centro Socioeconômico, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2021. Disponível em:

[https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/227735/Trabalho de Conclusao de Curso - Versao Final -](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/227735/Trabalho%20de%20Conclusao%20de%20Curso%20-%20Versao%20Final%20-%20Pos%20aprovado%20vs%2004.pdf?sequence=1)

[_Pos aprovado vs 04.pdf?sequence=1](https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/227735/Trabalho de Conclusao de Curso - Versao Final - Pos aprovado vs 04.pdf?sequence=1).

Acesso em: 28 out.2021.

FEBRABAN. Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN. **Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária**. 2018. Disponível em: https://cmsarquivos.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/febraban_2018_Final.pdf.

Acesso em: 14 out. 2021.

FERRARI, W. **Pandemia aumenta o interesse em investir dinheiro**. Consumidor Moderno, 26 mar. 2021. Disponível em:

<https://www.consumidormoderno.com.br/2021/03/26/pandemia-interesse-investir-dinheiro-entenda-comportamento/>. Acesso em 27 set. 2021.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARQUES, F. L. **A participação de influenciadores financeiros digitais sobre as percepções e comportamentos dos indivíduos que investem em ativos na B3**. Monografia de Graduação. 46f. Departamento de Ciências Administrativas, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas Departamento de Ciências Administrativas, Universidade Federal de Ouro Preto. Mariana, MG, 2021. Disponível em:

[https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/3266/6/MONOGRRAFIA Participa%20de%20Influenciadores%20Financeiros.pdf](https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/3266/6/MONOGRRAFIA%20Participa%20de%20Influenciadores%20Financeiros.pdf).

Acesso em: 25 out. 2021.

MENDES, M. S. O impacto dos canais de investimento do youtube nos retornos das ações. In: Congresso ANPCONT, XIV. **Anais...** Foz do Iguaçu, 2020. Disponível em: http://anpcont.org.br/pdf/2020_CFF212.pdf.

Acesso em: 15 set. 2021.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Conselho Monetário Nacional - CMN**. 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/cmn>>. Acesso em: 24 set. 2021.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP**. 2021b. Disponível em:

<https://www.gov.br/fazenda/pt-br/assuntos/politica-microeconomica/atuacao-spe/conselho-nacional-seguros-privados/conselho-nacional-seguros-privados>. Acesso em: 29 set. 2021.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E PREVIDÊNCIA. **Conselho Nacional de Previdência Complementar – CNPC**. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-previdencia/pt-br/aceso-a-informacao/participacao-social/conselhos-e-orgaos-colegiados/conselho-nacional-de-previdencia-complementar>. Acesso em: 30 set. 2021.

MIRA, E. **A Bolsa de Valores é só para pessoas ricas?** Forbes, 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2021/07/eduardo-mira-a-bolsa-de-valores-e-so-para-pessoas-ricas/>. Acesso em: 19 out. 2021.

MONEYLAB. **As 5 tecnologias que estão mudando o mercado financeiro**. InfoMoney, 18 dez. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/economia/as-5-tecnologias-que-estao-mudando-o-mercado-financeiro/>. Acesso em: 13 out. 2021.

MORAIS, C. M. **Escalas de Medida, Estatística e Inferência Estatística**. Bragança: Escola Superior de Educação, 2005. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/7325/1/estdescr.pdf>. Acesso em: 11 set. 2021.

PORTAL DO INVESTIDOR. **Portal do Investidor. 2021**. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br>. Acesso em: 27 set. 2021.

RAMBO, A. C. **O Perfil do Investidor e melhores investimentos: da teoria à prática do mercado brasileiro**. Monografia de graduação. 64f. Curso de Ciências Econômicas, Centro Socioeconômico, Universidade Federal de Santa Catarina Florianópolis, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/123812/Monografia%20da%20Andrea%20Rambo.pdf?sequence=1>. Acesso em: 07 out. 2021.

REIS, T. **Fintechs: saiba como essas empresas estão revolucionando do mercado**. Suno Artigos, 15 jan. 2018. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/fintechs/>. Acesso em 15 out. 2021.

RESEARCHXP. **A importância de saber o seu perfil de investidor**. ExpertXP, 24 out. 2019. Disponível em:

<https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/perfil-de-investidor/>. Acesso em: 13 out. 2021.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

RICO. **Indexadores econômicos – O que todo investidor deve saber**. Riconnect, 27 nov. 2017. Disponível em: <https://riconnect.rico.com.vc/blog/indexadores-economicos>. Acesso em: 01 out. 2021.

RICO. **Renda Fixa – Invista de uma forma simples e com rentabilidade**. 2021. Disponível em: <https://www.rico.com.vc/renda-fixa/>. Acesso em 04 out. 2021.

SAVOIA, J.; SAITO, A.; SANTANA, F. Paradigmas da educação financeira no Brasil. **Rev. Adm. Pública**, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-76122007000600006>. Acesso em: 27 set. 2021.

TOMAÉL, M. R.; ALCARÁ, A. R.; CHIARA, I. G. C. Das redes sociais à inovação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ci/a/WTMRGVXjNdLNLdWGBD5HTXb/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 20 out. 2021.

XP. **CDB – Certificado de Depósito Bancário**. XP, Renda Fixa, 2021. Disponível em: <https://www.xpi.com.br/investimentos/renda-fixa/cdb/>. Acesso em: 04 out. 2021.

COMO CITAR ESSE ARTIGO (ABNT)

SANTOS, L. A. et al. Produtos financeiros: a influência da internet na decisão dos investidores por investimentos de maior risco. **Revista Gestão, Inovação e Empreendedorismo**. Ribeirão Preto, v. 6, n. 1, p. 88-99, 2023.