



ECOSSISTEMA DO INVESTIDOR BRASILEIRO

[B]³

BRASIL
BOLSA
BALCÃO

SUMÁRIO

Introdução	3
Sobre a pesquisa	4
Capítulo 1 – O importante é investir	6
Capítulo 2 – Quem poupa, investe	17
Capítulo 3 – Diversificar para conquistar	21
Capítulo 4 – A arte da conquista	26
Capítulo 5 – Mantendo a chama acesa	31

INTRODUÇÃO

A jornada de investimentos e todo o ecossistema que cerca as pessoas são temas cada vez mais presentes no nosso dia a dia. Cuidar dos investimentos deveria ser algo fácil, mas não é o que acontece. Na tomada de decisão, o emocional fala mais alto, e alguns *triggers* – como experiências já vividas, aproximação da linguagem e produtos que estão na mídia – costumam trazer uma sensação de segurança e acolhimento.

Foi pensando em ajudar os nossos clientes e parceiros que realizamos esta pesquisa sobre o Ecosistema do Investidor Brasileiro.

Dedicamos esforços de uma maneira mais efetiva para atingir o investidor Pessoa Física, demonstrando como o mercado brasileiro tem potencial para desenvolver estratégias com foco nesse público. Assim, viabilizamos o mercado financeiro e de capitais para que, juntos dos nossos clientes e da sociedade, seja possível impulsionar o crescimento do Brasil.

Foram entrevistadas 1.096 pessoas de todas as regiões, com idade entre 18 e 65 anos, a fim de mapear seus comportamentos e motivações na hora de investir.

Para entender melhor o que movimenta esses investidores, confira a seguir os detalhes da pesquisa B3.

SOBRE A PESQUISA

O presente relatório é fruto de um estudo quantitativo e qualitativo – encomendado pela B3 e realizado pela Talk em julho de 2018 – que abrange todo o território nacional. O desafio era entender a relação do brasileiro com o ecossistema de investimentos no País.

O estudo foi dividido em três fases:



Deep data dive

Imersão em relatórios do mercado e da B3 com dados sobre investidores no Brasil.



Hangouts qualitativos

Entrevistas online com 20 investidores engajados, os chamados “beta”: altamente envolvidos, são consumidores apaixonados pelo tema pesquisado. Todos os “beta” são clientes de corretoras e de bancos – homens e mulheres, entre 18 e 60 anos, das classes A e B, com diferentes níveis de experiência e de volume de dinheiro aplicado (até R\$ 300 mil).

Os “beta” foram escolhidos por serem bem informados, terem opinião própria sobre o tema e não usarem clichês. Além disso, eles costumam ser socialmente conhecidos como “especialistas”, ou seja, referência no assunto entre seus amigos. Os resultados foram *insights* mais ricos e aprofundados sobre o comportamento dos investidores brasileiros.



Mapeamento quantitativo

Questionário online aplicado para 1.096 brasileiros – homens e mulheres, entre 18 e 65 anos, das classes A e B e de todas as regiões do País – sobre a relação deles com investimentos.

Nossa conversa aconteceu em julho de 2018 com pessoas que declararam ser das **classes A e B**. O foco era avaliar os seguintes tópicos:



Como o brasileiro **enxerga o ecossistema de investimentos** em relação aos produtos e aos *players* (corretoras, bancos e bolsa).



Como ocorrem as **jornadas de investimento** ou a **busca de informações** (se são espontâneas, motivadas por influenciadores, experimentais etc.).



O que **influencia as decisões** de como e onde investir, incluindo o papel de cada *player* e influenciador.



Qual o **conhecimento que o brasileiro tem da B3** e como ela se encaixa dentro desse ecossistema de investimentos.

Os dados coletados nas conversas são um retrato da relação que os investidores brasileiros estabelecem com diversos produtos e *players*. E, diante disso, foram identificados desafios e oportunidades que vamos apresentar a seguir.



O IMPORTANTE
É INVESTIR

A partir da pesquisa, identificamos que os investidores brasileiros concentram seus recursos na poupança. Esse comportamento se dá, principalmente, pelos seguintes motivos:



Pouco conhecimento sobre **outros produtos.**



Sensação de **segurança.**



Facilidade de transferência para **conta-corrente e vice-versa.**



Confiança no banco.



Sensação de que **o dinheiro não desvaloriza.**



Facilidade de **saque do investimento.**



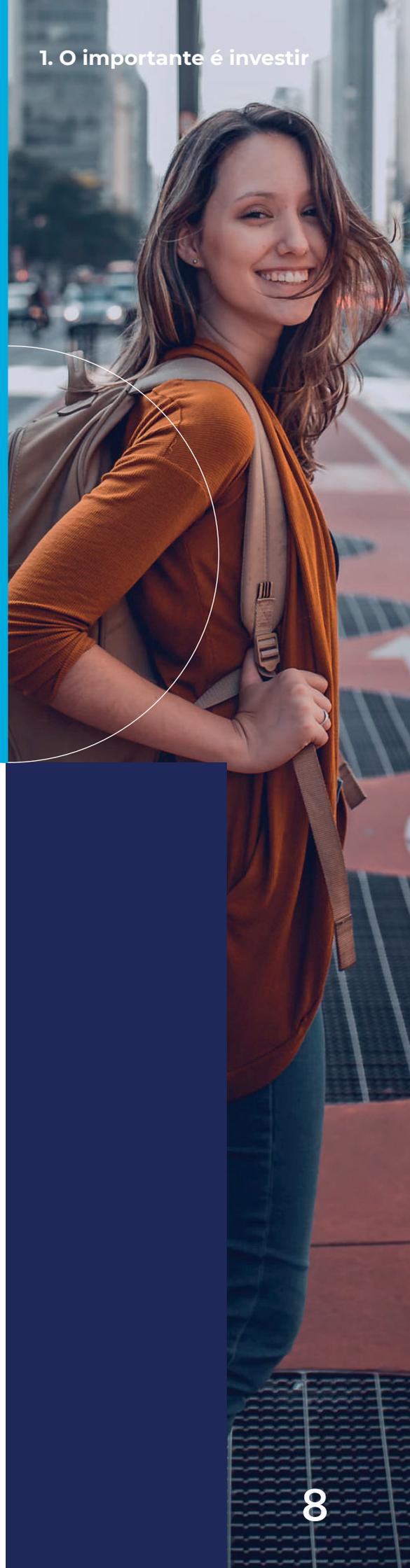
POR DENTRO DA PESQUISA

79%

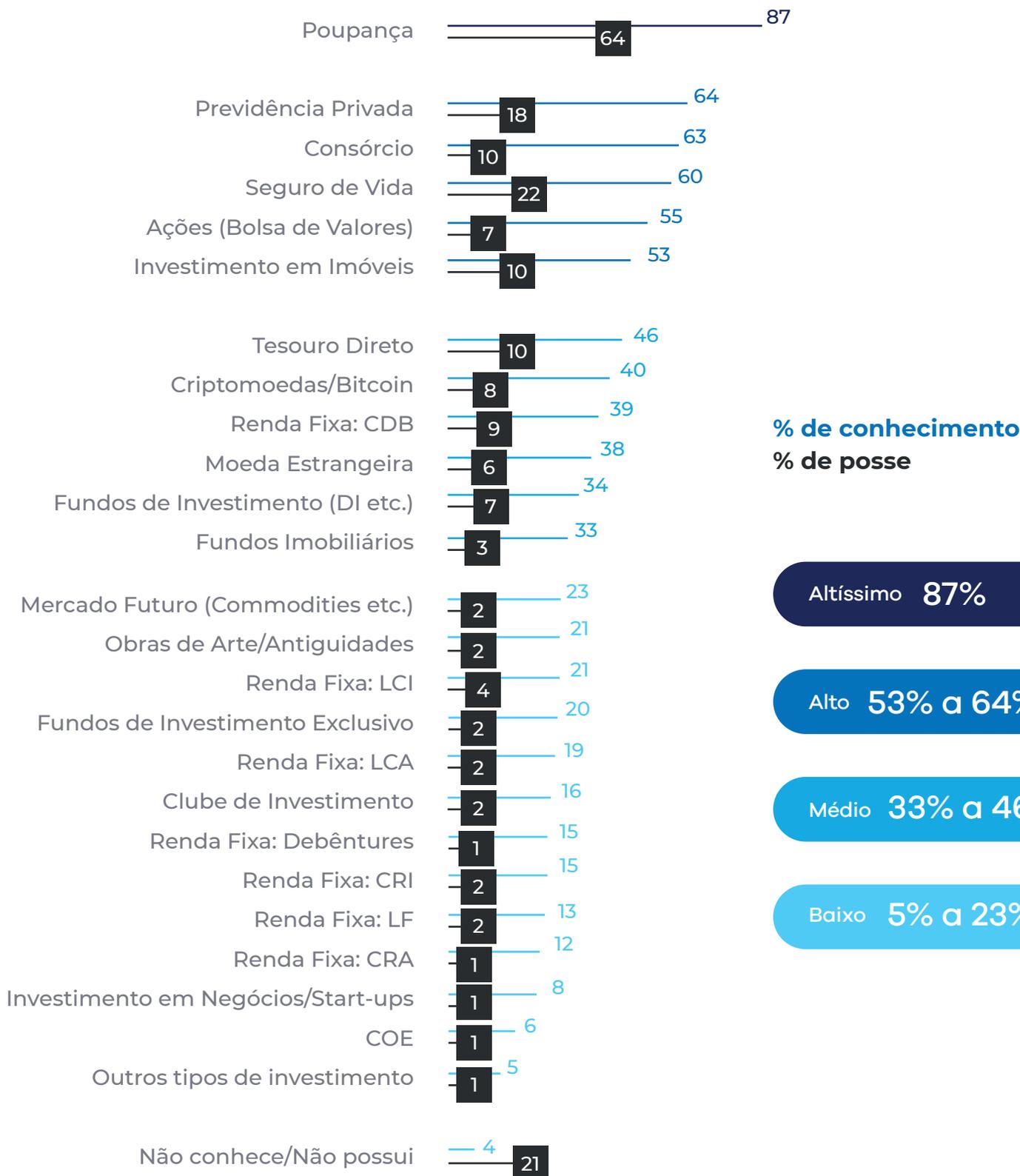
dos entrevistados tinham pelo menos um investimento.

A partir dessa amostragem, foi medido o nível de conhecimento que os investidores têm sobre as aplicações financeiras disponíveis no mercado.

A poupança é, sem dúvida, o produto com que o investidor brasileiro é mais familiarizado: **87% das pessoas declararam conhecer a aplicação.**



Assim, os produtos foram divididos em quatro níveis de conhecimento por parte do investidor. O gráfico a seguir mostra o percentual de entrevistados que diz conhecer e possuir o produto, demonstrando que há uma correlação entre conhecimento e posse:



% de conhecimento
% de posse

- Altíssimo **87%**
- Alto **53% a 64%**
- Médio **33% a 46%**
- Baixo **5% a 23%**

Diante desse retrato de popularidade e de posse dos produtos, foi possível identificar que:

O DESCONHECIMENTO AFASTA OS INVESTIDORES

A análise das entrevistas revela que os **investidores têm medo de colocar o dinheiro em produtos pouco (ou nada) conhecidos**. Essa falta de familiaridade faz com que algumas modalidades de aplicação pareçam não oferecer a segurança esperada.

Foi identificado também que as pessoas que mais investem – tanto em quantidade quanto em variedade de produtos – têm o hábito de aplicar periodicamente e o fazem há mais tempo. Ainda assim, grande parte desses investidores regulares e de

longa data tem a poupança como principal aplicação (mesmo entre quem diversifica, a maioria mantém parte do dinheiro na poupança).

Tal preferência e familiaridade com a poupança é um sinal de que há uma barreira a ser superada pelos investidores brasileiros: **a de experimentar o novo**. Para isso, precisam ter ciência de que os riscos de experimentar produtos menos conhecidos não é tão grande quanto parece.

CENÁRIO NACIONAL

Algumas situações têm afastado as pessoas dos investimentos:



dos entrevistados se declaram endividados.



têm dificuldades para pagar as dívidas.



são otimistas sobre o cenário econômico do Brasil.

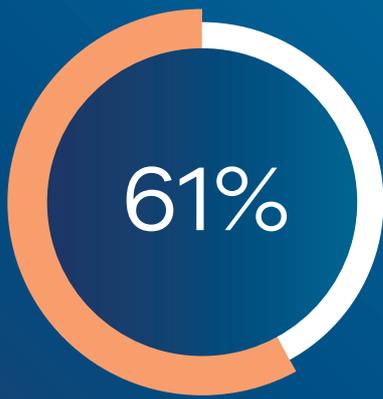


dizem não ter estabilidade financeira.



dependem, ainda que parcialmente, da renda de outras pessoas.





acreditam que é preciso ter **mais dinheiro para evoluir nos investimentos.**

Isso significa que a maioria dos entrevistados acredita que, para investir e diversificar, é necessário ter muito dinheiro. Essa visão deve ser desconstruída: as pessoas precisam aprender que:

É POSSÍVEL INVESTIR COM VALORES PEQUENOS

Receber uma quantia grande de dinheiro costuma ser a porta de entrada para os investimentos. Isso acontece, por exemplo, quando alguém recebe uma herança, tem um aumento de salário, tem o contrato de trabalho rescindido, ganha uma causa na justiça, conquista mais uma fonte de renda etc. Para manter esse patrimônio recém-adquirido, é comum se aconselhar com amigos e parentes, além de buscar informações sobre aplicações. Assim, essas pessoas se transformam naturalmente em investidores.



Apesar de todos os cenários listados anteriormente serem positivos – receber dinheiro extra sempre é bom –, esse padrão de comportamento representado pela equação **recebi uma bolada = virei investidor** cria um problema: uma cultura de investimento que só se concretiza a partir de grandes valores. Alimentar essa cultura reforça a noção equivocada de que não dá para investir com pouco dinheiro, o que limita a entrada de novos investidores no mercado.

É tarefa dos *players* trabalhar para desmitificar essa noção, estimulando as pessoas a iniciarem sua caminhada de investimentos com pequenos e regulares aportes. E que tal jornada não precisa necessariamente começar na poupança – e muito menos terminar nela.



A JORNADA DO INVESTIDOR

Há uma crença vigente e popularizada de que a trajetória de aplicações de uma pessoa se desenvolve conforme a seguinte lógica: **investir é como subir degraus de uma escada que naturalmente se inicia na poupança e vai ficando mais complexa e arriscada, passando pela Previdência Privada, Tesouro**

Direto, Renda Fixa, Fundos de Investimento e ações.

Nesse caminho, há degraus que deixam as pessoas mais receosas, como o degrau da Renda Fixa (CDB, LCI e LCA, por precisarem de um aporte inicial considerado alto), o degrau de fundos e o de ações (por terem baixa liquidez).

1
POUPANÇA

2
PREVIDÊNCIA

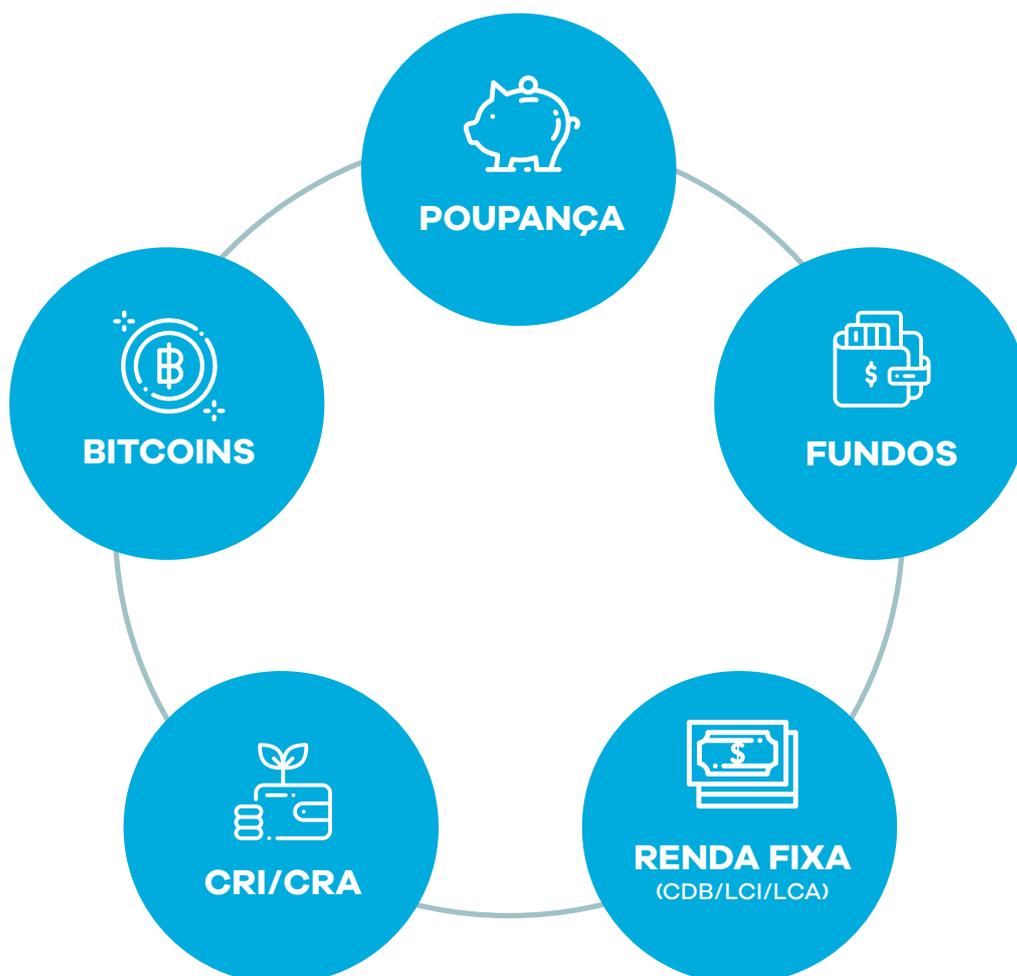
3
TESOURO

4
RENDA FIXA
(CDB/LCI/LCA)

5
FUNDOS

6
AÇÕES

Poucos entendem que iniciar a jornada diversificando é uma estratégia para solucionar necessidades como liquidez, baixo investimento inicial e bom rendimento – **nesse sentido, foi possível identificar que os jovens são mais propensos a começar investindo assim.**



Assim, é um desafio dos *players* educar tanto os investidores em potencial quanto os iniciantes, estimulando-os a:



Começar a investir **com pouco.**



Aplicar **além da poupança.**



Diversificar logo no início, sem esperar acumular dinheiro para isso.

Seguir esse roteiro fará o investidor deixar de enxergar sua jornada de investimentos como uma escada. Ele perceberá que a trajetória se parece mais com um mosaico em que é possível transitar livremente em múltiplas direções, sem níveis hierárquicos entre os produtos.



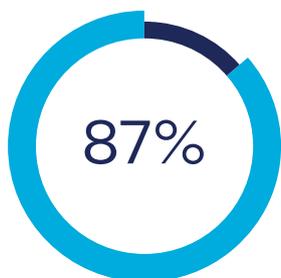


QUEM POUPA, INVESTE

Faz muito tempo que a poupança é o investimento preferido do brasileiro.

No capítulo anterior, foi demonstrado que isso é fruto de uma forte correlação: quanto mais o investidor é familiarizado com o produto, mais ele tende a concentrar seus recursos ali.

RECAPITULANDO OS DADOS



de quem investe está **familiarizado com a poupança.**



dos entrevistados **fazem aplicações em poupança.**

Ao observar esses dados, a primeira impressão é a de que a poupança monopoliza a carteira de investimentos do brasileiro. Uma segunda leitura, porém, permite avaliar essa preferência como uma oportunidade para estimular o investidor a diversificar.

Além disso, entre aqueles que investem em poupança, **60% mantêm outras aplicações.**





O vínculo do investidor brasileiro com a poupança é tão forte que somente 19% das pessoas que têm alguma aplicação não investem na poupança.

A fim de mudar esse quadro, os *players* estão se esforçando para convencer os adeptos dela a migrarem para outras opções. No entanto, descreditar a poupança como bom investimento e insistir que o cliente concentre o dinheiro em outras aplicações pode ser um caminho mais dispendioso.



Uma alternativa seria pôr em prática uma estratégia mais suave e **por meio de etapas:** primeiro, orientar quem aplica exclusivamente em poupança a acrescentar mais um investimento à sua carteira. Depois de familiarizar o investidor com a ideia de ter dois investimentos, sugerir outra aplicação para o portfólio. Uma vez que o cliente aprende a diversificar, fica mais fácil recomendar que concentre esforços em investimentos além da poupança.

O potencial de retorno para essa estratégia é promissor, uma vez que **53% das pessoas responderam que pretendem diversificar seus investimentos no futuro.** Também foi identificada uma disposição para investir com mais riscos em busca de maiores rendimentos, além de uma ampla compreensão de que há produtos com diferentes níveis de risco entre os extremos (poupança e ações).





DIVERSIFICAR PARA CONQUISTAR

No capítulo anterior, foi discutida a necessidade de desmitificar a ideia de que é preciso acumular muito dinheiro para começar a investir. Combater esse mito também vale para a diversificação, já que muitos investidores conhecem melhor novos produtos experimentando a partir de pequenos aportes. Ao testar aos poucos, podem sentir se a dinâmica de retorno é interessante para seu perfil de investidor.

Os investidores que revisam seus investimentos e transitam entre vários produtos preferem ter mais acesso a informações e investem suas finanças por meio de *players* com plataformas mais amigáveis.

Além dos dados e serviços oferecidos por esses *players*, outros fatores estimulam a diversificação da carteira, tais como:



Amigos mais experientes em investimentos.



Comentários e publicidade em **jornais televisivos**.



Sugestões de gerentes de bancos e de assessores financeiros.





E quais são os produtos da vez – aqueles de que as pessoas ouvem falar mesmo não sendo tão conhecidos, mas cujo *buzz* gera curiosidade e busca por mais informações? Quais são as aplicações mais atrativas na hora de diversificar e o que os investidores pensam delas?



Tesouro Direto

Esta é uma das modalidades mais presentes nas rodas de conversa, recomendada por seu nível de segurança. Além disso, o Tesouro Direto desperta curiosidade dos investidores menos experientes, já que é muito comentado em meios de comunicação – telejornais, programas de rádio e internet. Também é visto como um produto acessível e de entrada para o mundo dos investimentos.



LCI e LCA

Para alguns, o ápice dessas aplicações de Renda Fixa já passou – isso em razão da queda da Selic. Ainda assim, são consideradas bons produtos em termos de rentabilidade, sobretudo pela isenção do Imposto de Renda (informação que muitos investidores desconhecem).



Ações

A maioria já ouviu falar, mas acredita que se trata de uma modalidade para quem tem muito dinheiro e pode arriscar. As ações também são consideradas investimentos tensos por causa da volatilidade e oscilações do mercado. Essas duas características podem contribuir para que as ações não sejam vistas como aplicações de longo prazo – entre os entrevistados, geralmente elas correspondem ao menor percentual de suas carteiras.



Fundos de Investimento

Os fundos são vistos como investimentos de longo prazo, concentrando a maior parte dos recursos dos investidores mais experientes. Seja para estes ou para jovens investidores, os fundos foram a porta de entrada para o mundo das aplicações, assim como o Tesouro Direto.





Previdência Privada

Geralmente, quem aplica na previdência tem uma relação emocional com o produto, associando-o a uma segurança financeira para o futuro. Os investidores que se consideram controlados e organizados, por sua vez, entendem que é mais rentável fazer aplicações em produtos conservadores, como fundos e Renda Fixa. Apesar de ser a segunda modalidade mais popular de investimento (na carteira de 18% dos entrevistados) e de muitos investidores iniciantes já terem ouvido falar dela, grande parte não sabe explicar o seu funcionamento.



Bitcoin

A mais popular das criptomoedas despertou interesse, mas muitos investidores ainda hesitam em aderir. Alguns motivos são a falta de compreensão de seu funcionamento e o medo do risco relacionado às grandes flutuações de cotação.



A ARTE DA CONQUISTA

Como já foi visto anteriormente, a falta de familiaridade com produtos financeiros além da poupança é uma barreira significativa no imaginário do investidor brasileiro. Há uma noção popularizada de que **o mundo dos investimentos é apenas para entendidos do assunto.**

A pesquisa mostra que essa percepção pode ser encarada como uma oportunidade para desconstruir o receio do investidor e motivá-lo a experimentar novos produtos. **Em linhas gerais, é possível apresentar ao cliente noções alternativas ao pensamento comum:**

Os dados da pesquisa demonstraram que o *buzz* gerado por alguns produtos na mídia e o relacionamento com investidores mais experientes são fatores que **estimulam a experimentação de novos produtos**. A partir disso, os *players* têm um desafio claro à frente: criar uma forma horizontal, **peer to peer**, de aprendizado para quem ainda não entende as possibilidades do mercado financeiro.

Para iniciar esse esforço, é importante entender que a influência de pessoas próximas é o **trigger** mais relevante no **upgrade** da jornada do investidor. Qualquer mudança na jornada

- 1** O mundo dos investimentos não é só para quem entende do assunto.
- 2** O mundo dos investimentos é para quem não entende do assunto.
- 3** O mundo dos investimentos é para quem aprende experimentando.

de investimentos depende do endosso de pessoas conhecidas. A preocupação do cliente é minimizar erros, aprendendo com quem já passou pela mesma situação.

O fato é que o investidor procura um mentor com o qual tenha familiaridade e que o ajude a investir bem – sem interesses por trás dos aconselhamentos. Cabe aos *players*, portanto, criar um relacionamento mais estreito com o investidor, educando-o sobre os produtos de maneira descomplicada e oferecendo uma mentoria tão relevante e confiável quanto a dos influenciadores aos quais ele recorre.

Assim, é papel dos *players* satisfazer os clientes por meio de uma experiência que vá além do conhecimento técnico, estimulando-os a se aprofundarem no mundo dos investimentos. A satisfação do cliente é despertada por vários gatilhos:



Investir regularmente e por determinado período.



Realizar cursos sobre investimentos.



Ter conhecimento e ferramentas para analisar o mercado.



Acompanhar o crescimento do patrimônio investido.



Alguns *players* estão mais antenados com essas demandas, uma vez que os jovens investidores entrevistados afirmam ter começado a aplicar por meio deles. Esses jovens se identificam com uma linguagem mais simples e transparente, valorizando também o acesso digital aos produtos. Eles veem esses *players* como canais ágeis e confiáveis para acompanhar a evolução de suas carteiras e consumir informações e dicas sobre aplicações.

Além dos jovens, há muitos investidores em potencial esperando um estímulo para iniciar a jornada de investimentos.





QUEM SÃO E ONDE ESTÃO OS INFLUENCIÁVEIS?

Ambientes de lazer e de trabalho, bem como as redes sociais, estão repletos de pessoas nas seguintes situações:



Com vontade de investir, mas sem saber por onde começar.



Não sabem das possibilidades de investir além da poupança.



Gostariam de investir em produtos melhores, mas não sabem como.

Percebendo esse potencial, alguns *players* e influenciadores digitais estão aproveitando muito essa oportunidade. Isso não significa falar de cima para baixo, como uma entidade superior doutrinando o investidor. É preciso se aproximar do cliente como **mentor** e estabelecer uma relação horizontal que não passa apenas por ensinar, mas auxilia o investidor a cada momento da jornada, pegando pela mão se for preciso (oferecer tutoriais passo a passo sobre como aplicar em cada produto, por exemplo).

E depois de pegar na mão?

Como fazer o relacionamento prosperar?



MANTENDO A CHAMA ACESA

Uma vez quebradas as barreiras do desconhecimento dos produtos financeiros e do receio de investir com pouco, além de estabelecer uma relação de mentoria com o cliente, é preciso superar uma série de ruídos na comunicação, falta de intimidade e desconfianças – como acontece em qualquer relacionamento.

FALTA DE INTIMIDADE

Além da pouca familiaridade com os produtos financeiros, há um grau elevado de desconhecimento sobre a linguagem utilizada no mundo dos investimentos, como mostram os seguintes dados:



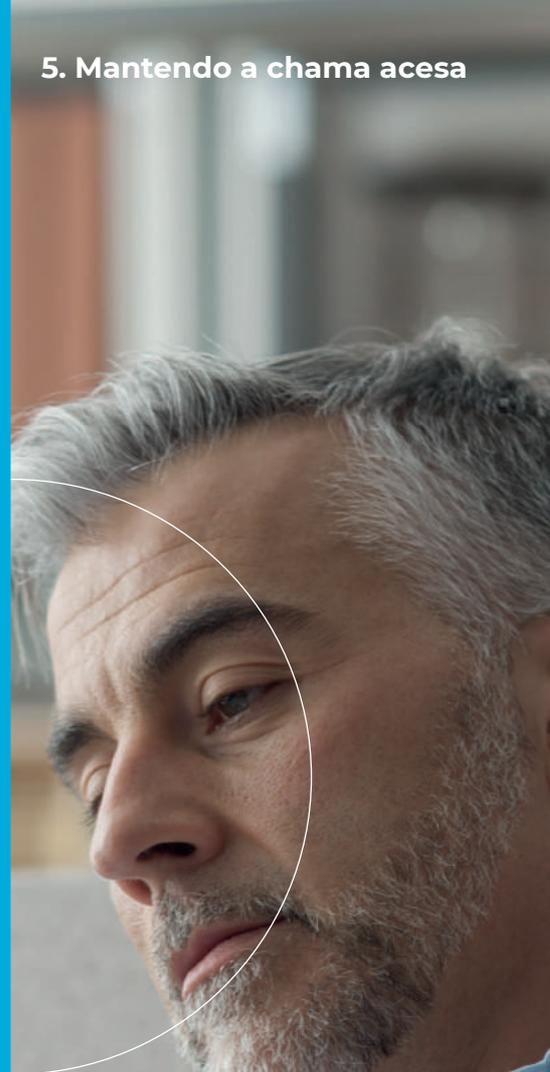
dos entrevistados acham que têm acesso a muitas informações sobre os produtos.



entendem claramente o que são os produtos disponíveis.



compreendem a linguagem das empresas que oferecem investimentos.



DESCONFIANÇAS

Outro desafio para estabelecer um bom relacionamento *peer to peer* é reforçar a confiança do investidor nos *players*, bem como um sentimento de maior conexão com eles:



dos entrevistados confiam nas recomendações dos assessores.



confiam muito nas instituições financeiras.



confiam nos gerentes de seus bancos.



estão satisfeitos com a periodicidade com que as instituições financeiras buscam contato.





RUÍDOS NA COMUNICAÇÃO

A insatisfação também aparece em relação ao tipo de conversa estabelecida entre os *players* e os investidores: 63% dos entrevistados gostariam de ter informações didáticas, simples e fáceis sobre como e onde investir.

Há inclusive aqueles que acreditam ter informação suficiente disponível a respeito dos produtos, mas que sentem falta de orientação sobre por onde começar a investir. A percepção é a de que o “financês” não transmite transparência, o que gera insegurança para iniciar ou mudar de investimento.

COMO RECUPERAR O RELACIONAMENTO?

Pouco mais da metade dos entrevistados (51%) admite que gostaria de algum *expert* em investimento apoiando suas decisões sobre como e onde investir. Essa necessidade, contudo, está longe de ser satisfeita, uma vez que apenas 24% afirmam ter um bom atendimento. Essa escassez de mentores faz com que um terço dos entrevistados acabe se virando sozinho em relação a seus investimentos.

Nessa busca solitária por informações, os investidores passaram a explorar **novos canais e formatos:**



procuram informações sobre investimentos em **redes sociais.**



confiam nas recomendações de **youtubers e canais de investimento online.**



gostam de receber informações financeiras em **forma de passo a passo ou de infográficos.**

Os dados indicam uma oportunidade preciosa para os *players*: há um público sedento por mentores que conversem sobre investimentos por meio de uma linguagem didática e menos técnica. Eis a chance para desconstruir a associação equivocada de alguns produtos

seguros e rentáveis com o risco – o que acaba afastando investidores menos informados. O didatismo também agiliza a curva de aprendizado do investidor menos experiente, facilitando a adesão a novos produtos.





DE OLHO NO FUTURO

Quase metade dos entrevistados (49%) afirmou manter seus investimentos para assegurar o futuro (deles ou da família). Analisando os depoimentos, verificamos que, emocionalmente, as pessoas investem para realizar sonhos, sejam de longo ou curto prazo. Esses dados indicam que os *players* precisam ajustar o discurso focado em termos como “aportes”, “rendimentos”, “prazos” e “riscos”.

É importante reconhecer que as pessoas fazem aplicações pensando em seus sonhos e, a partir disso, criam uma relação entre investimentos e objetivos de vida.

Os *players* têm um papel fundamental nesse novo jeito de se relacionar com o investidor: mais simples, didático e próximo. Quem já se destaca na educação de iniciantes tende a atrair os mais jovens, que costumam começar suas jornadas de investimento por eles. Esses clientes também possuem a carteira mais diversificada, com aplicações de curto, médio e longo prazos. Esperamos que os *players* aproveitem as oportunidades apresentadas neste documento para fazer esse tipo de investidor, mais consciente e confiante, se multiplicar, potencializando o ecossistema financeiro do Brasil.