



Raio X do INVESTIDOR BRASILEIRO

7ª edição





Dados gerais da pesquisa

5.814

pessoas entrevistadas

correspondem a

160,1 milhões de habitantes*

**CENSO 2022*

24%

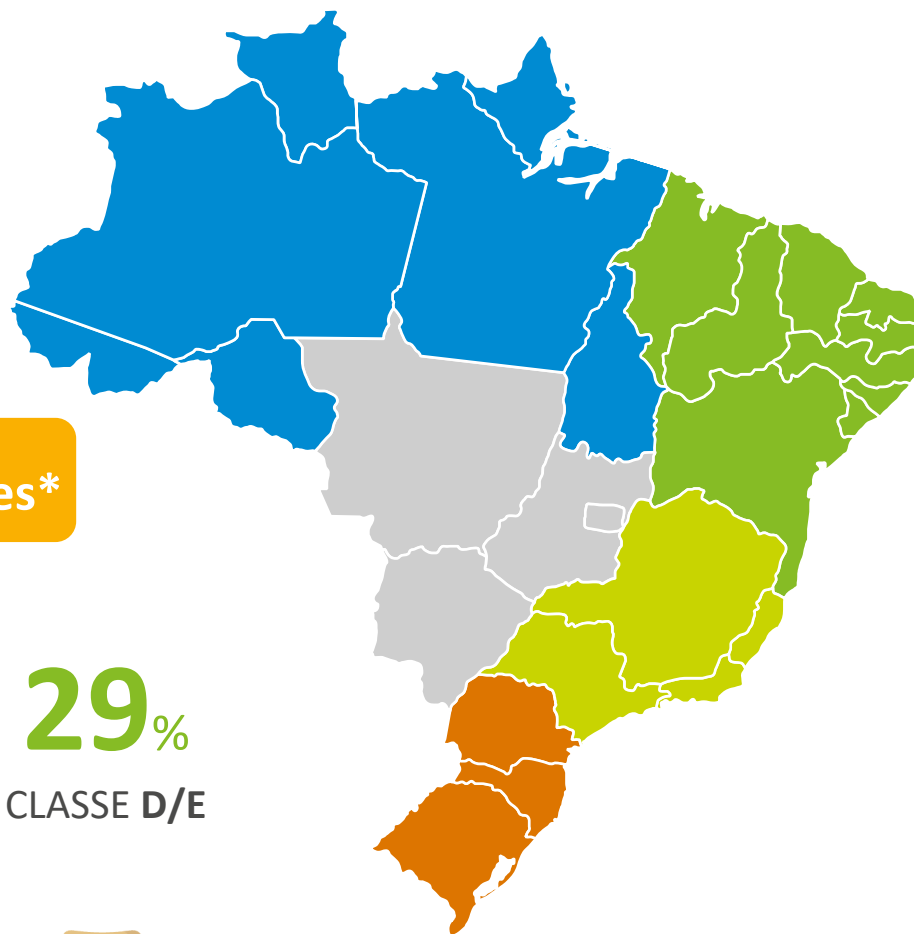
CLASSE A/B

47%

CLASSE C

29%

CLASSE D/E



População amostral:
pessoas com

16 anos ou +

5 regiões do Brasil

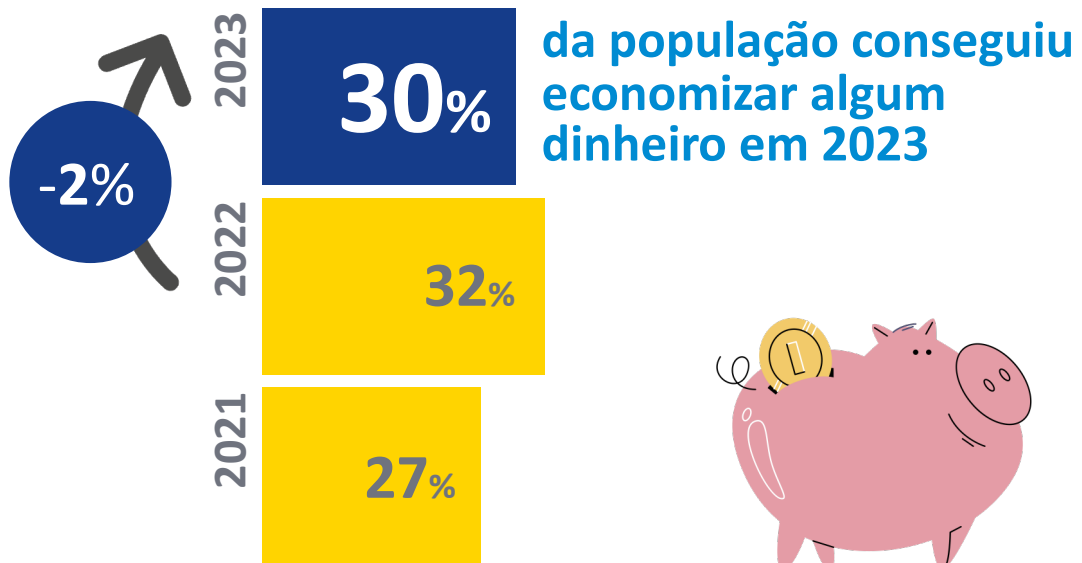
Margem de erro:
1 ponto percentual

Fase de campo
entre os dias **6 e 24 de novembro de 2023**





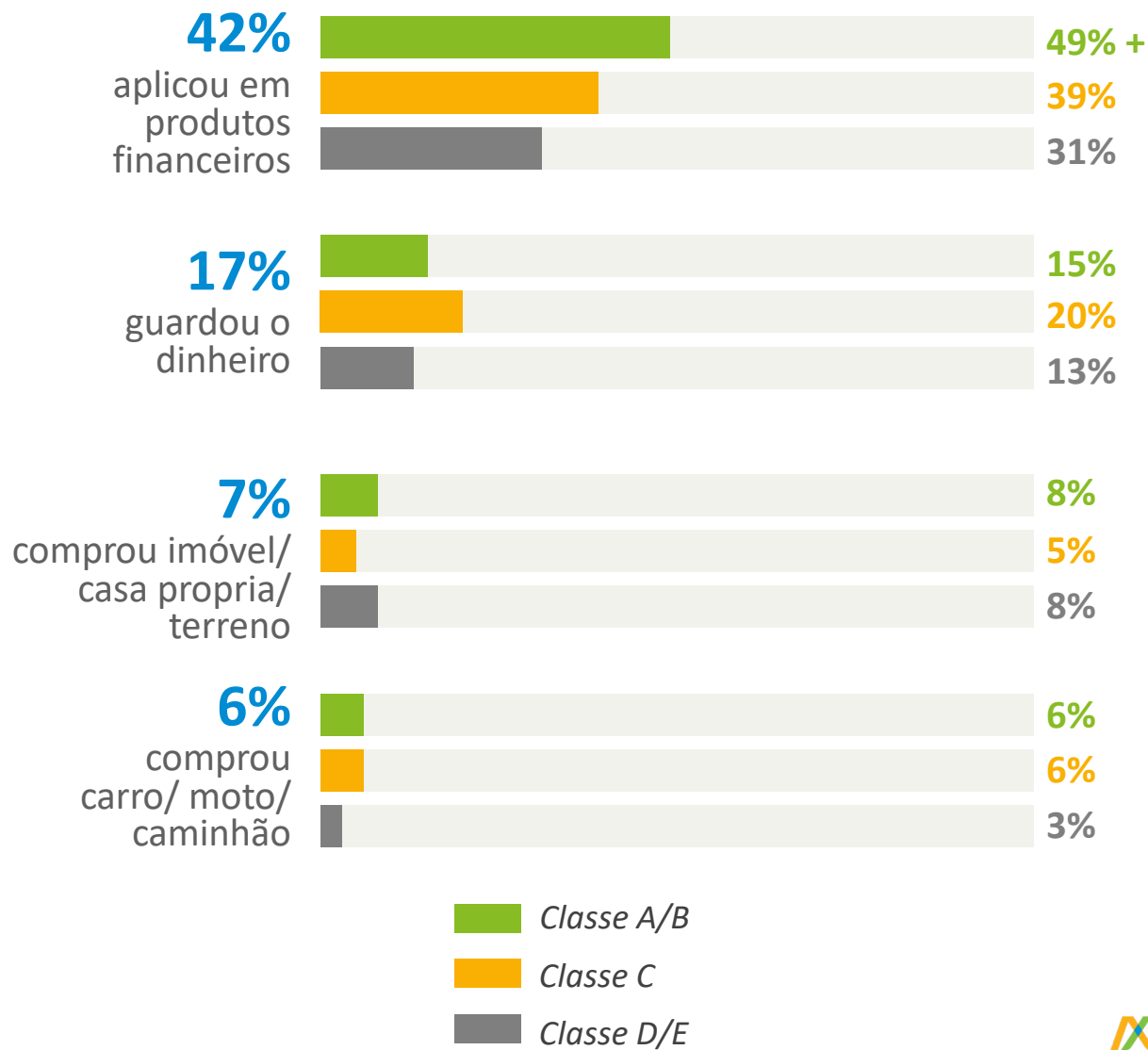
Quem conseguiu economizar?



48%
CLASSE A/B

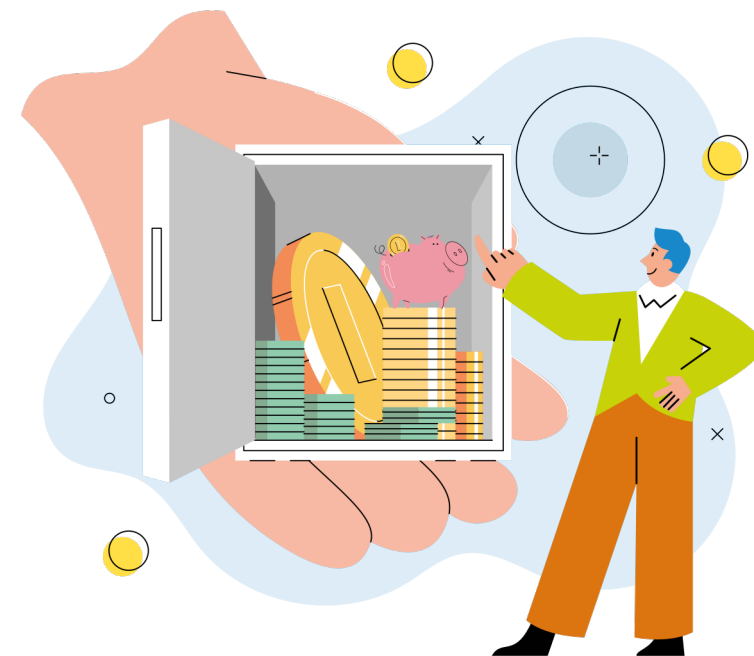
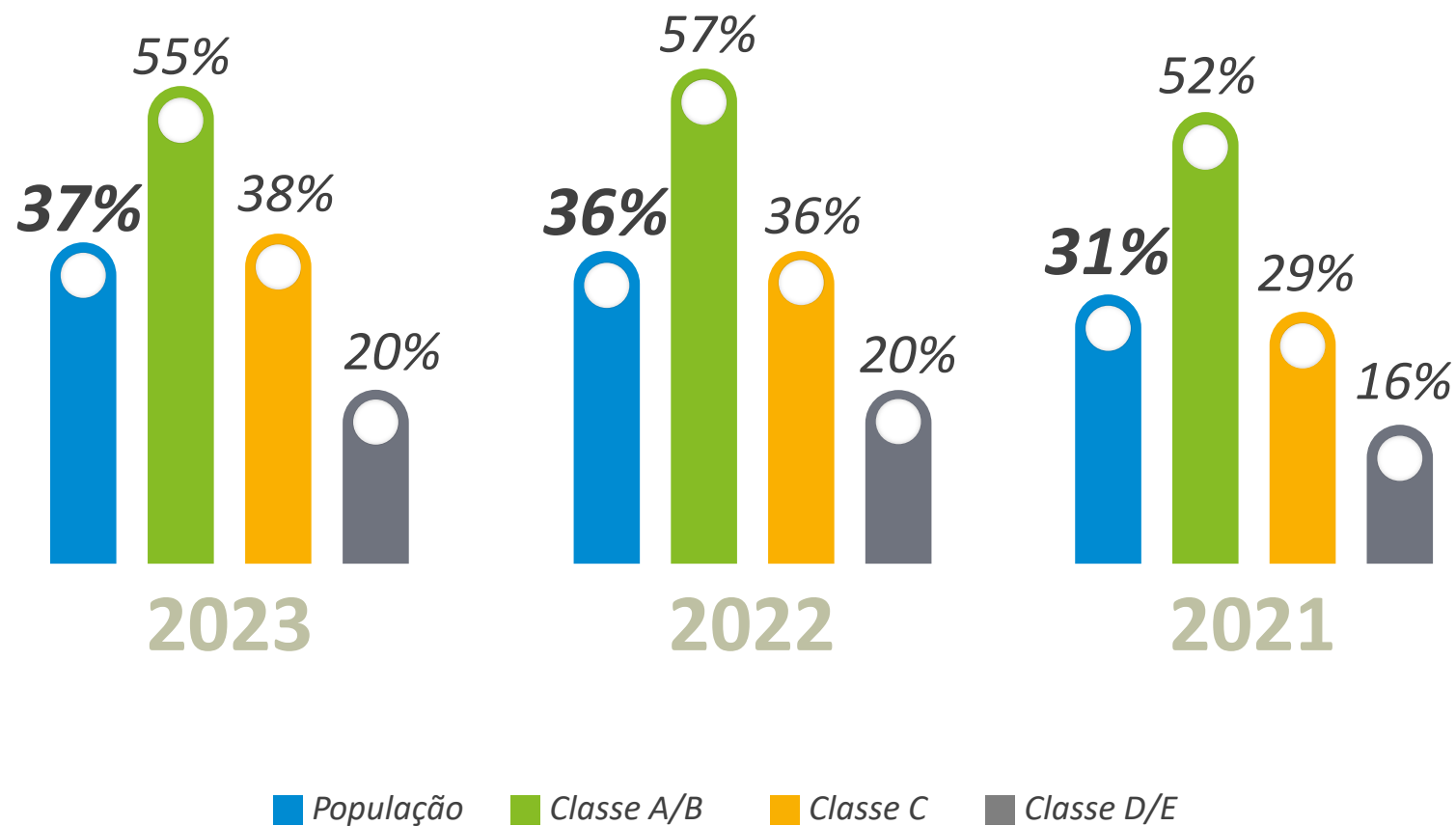
29%
CLASSE C

15%
CLASSE D/E





Percentuais de quem investe (por estrato social)



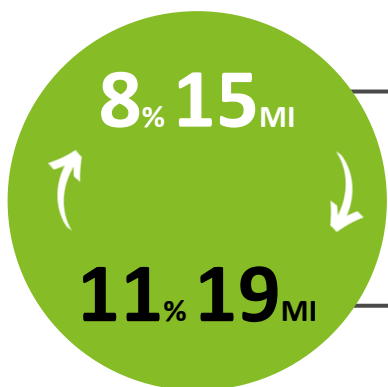


Projeção de novos investidores e investidoras

População

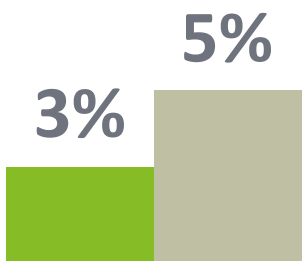
Previsão para 2022

(feita em 2021)



Pessoas que investem e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **não financeiros** ou **parar de investir**

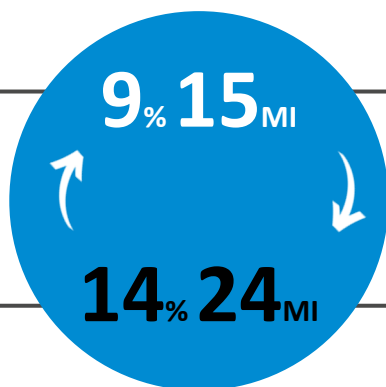
Pessoas que **não investem** e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **financeiros** ou **começar a investir**



Previsão Real

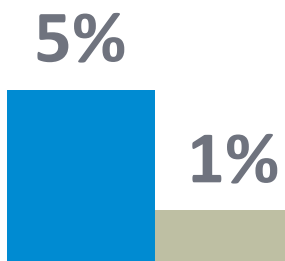
Previsão para 2023

(feita em 2022)



Pessoas que investem e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **não financeiros** ou **parar de investir**

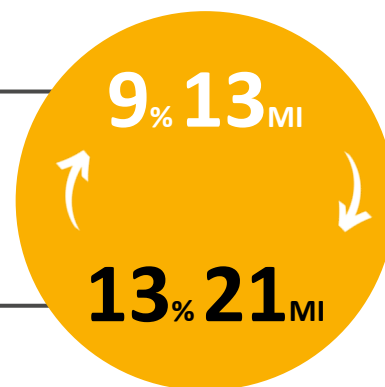
Pessoas que **não investem** e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **financeiros** ou **começar a investir**



Previsão Real

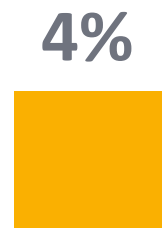
Previsão para 2024

(feita em 2023)



Pessoas que investem e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **não financeiros** ou **parar de investir**

Pessoas que **não investem** e que indicaram **intenção de migrar** para produtos **financeiros** ou **começar a investir**



Previsão





Produtos mais utilizados para investimento


		População 2023	Quem investe
Caderneta de poupança		25%	68%
Compra e venda de imóveis		4%	4%
Fundos de investimento		4%	12%
Títulos privados		5%	13%
Moedas digitais		4%	10%
Ações na bolsa de valores		2%	7%
Títulos públicos via tesouro direto		2%	5%
Plano de previdência privada		2%	7%
Em casa/no colchão		3%	2%
Não conhecem/não utilizam		57%	-








Produtos mais utilizados para investimento

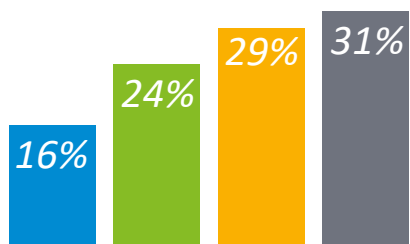
(por geração, em %)

 **Geração Z**
(16-27 anos)

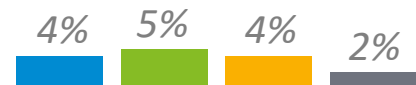
 **Millennials**
(28-42 anos)

 **Geração X**
(43-62 anos)

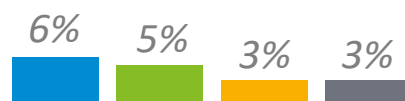
 **Boomers**
(63+ anos)



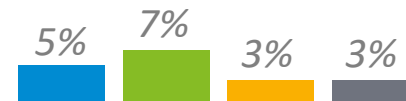
Caderneta de poupança



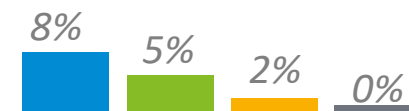
Compra e venda de imóveis



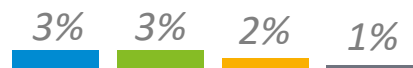
Fundos de investimento



Títulos privados



*Moedas digitais/
criptomoedas /criptoativos*



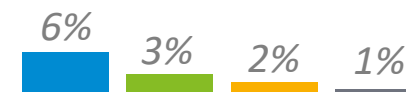
Ações na bolsa de valores



Títulos públicos via Tesouro Direto



Previdência privada



Em casa/ no colchão









Não conhecem/ não utilizam: Geração Z (58%) | Millennials (54%) | Geração X (58%) | Boomers (60%)



Quais os motivos de ter escolhido o produto financeiro?

População

		2021	2022	2023
Retorno		34%	34%	34%
Segurança/ confiança		25%	25%	23%
Facilidade/ comodidade		17%	14%	16%
Imagem da marca		12%	11%	13%
Reserva		8%	8%	6%

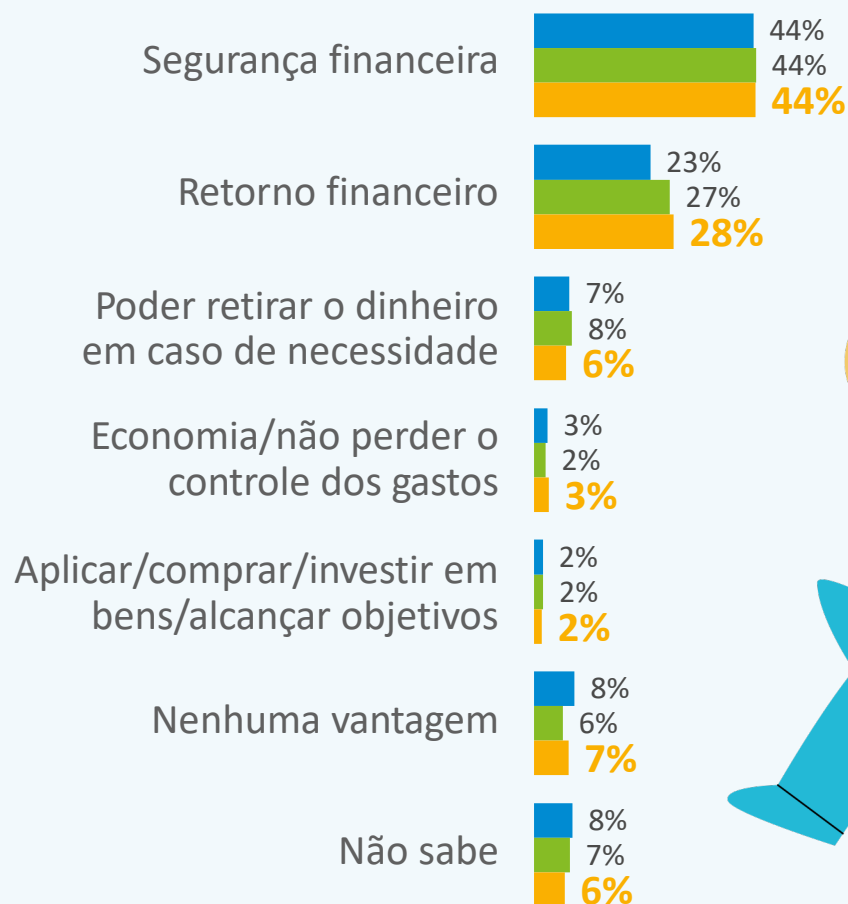
		2021	2022	2023
Não ter burocracia		4%	5%	4%
Não paga juros/ impostos		3%	3%	3%
Indicação de amigos/parentes		2%	2%	2%
Nova tendência do mercado		3%	2%	2%
Não sabe/ não lembra		2%	2%	2%



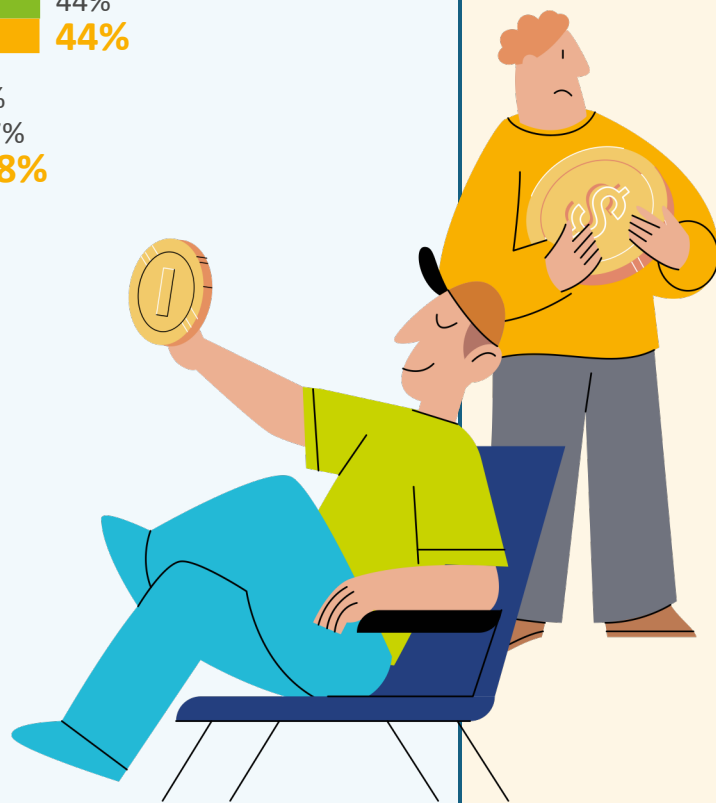
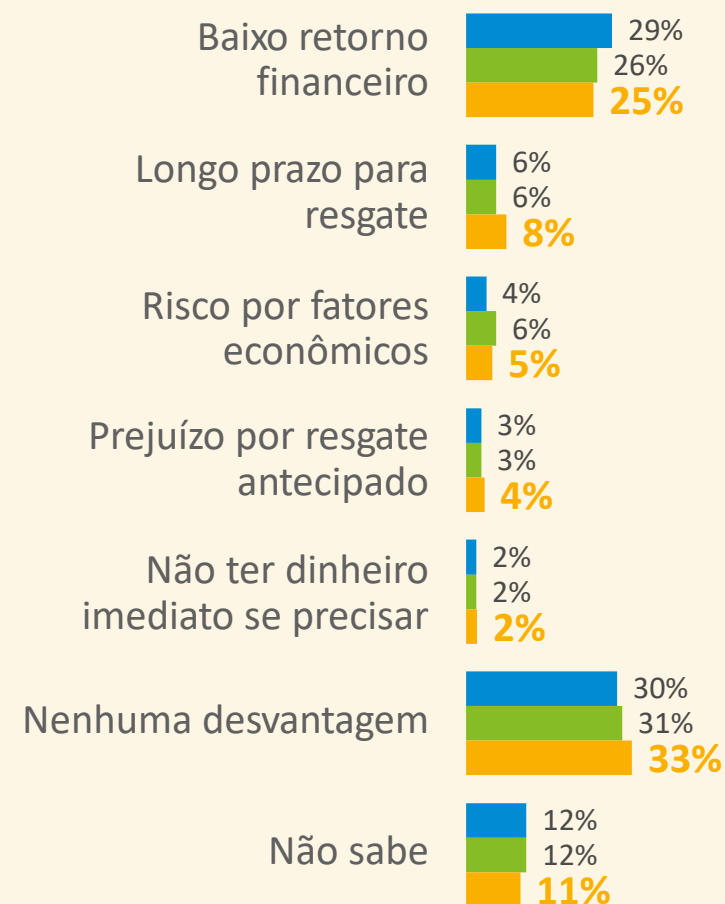


Vantagens e desvantagens de aplicar o dinheiro em produtos financeiros

Vantagens



Desvantagens



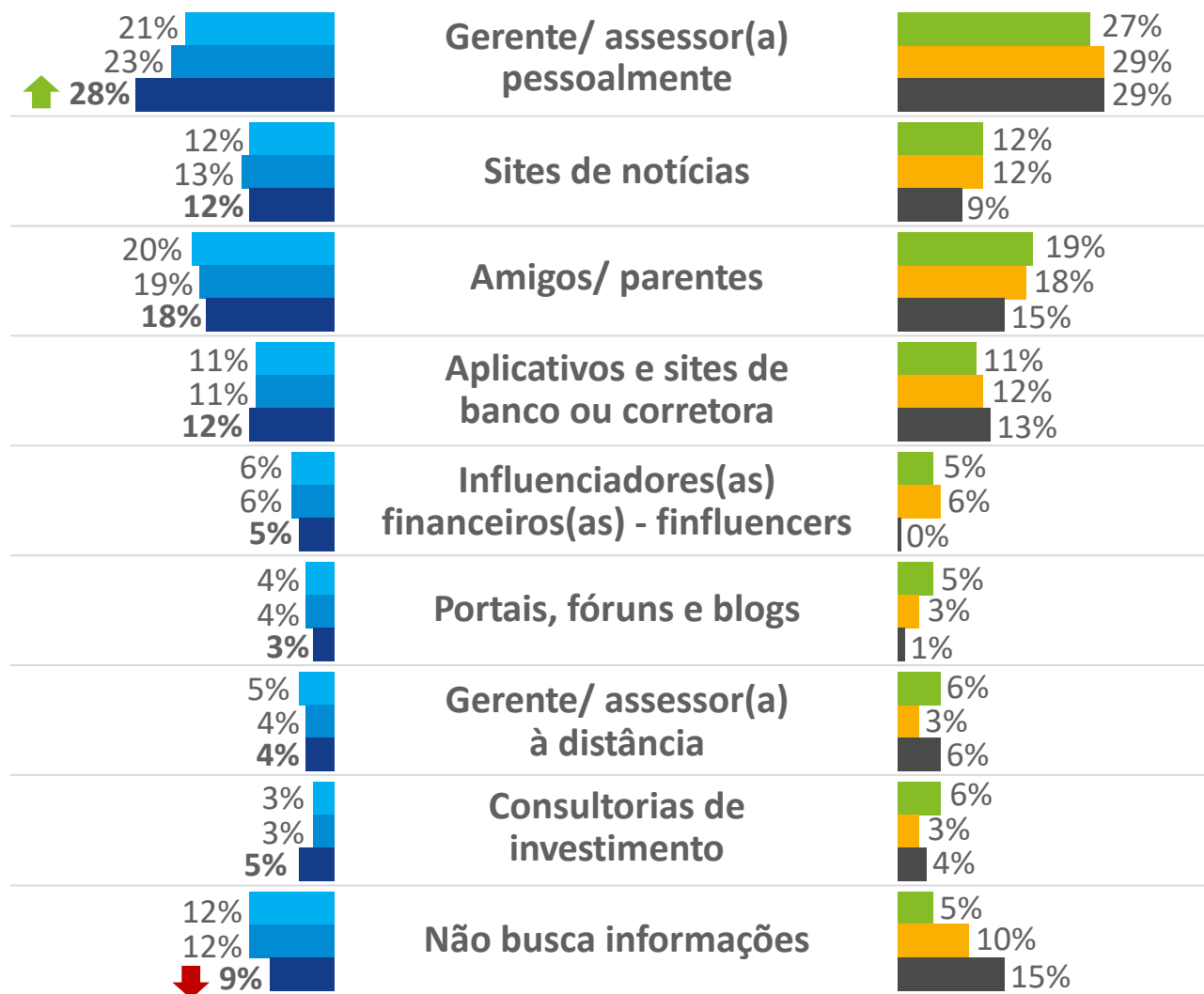
Investidores

■ 2021 ■ 2022 ■ 2023



Onde as pessoas que investem buscam informações para aplicar o dinheiro

Principal meio





Canais mais usados para buscar informação sobre investimentos

(principal meio)



YouTube

34% ↓

37%

37%



Televisão

31%

32%

34%

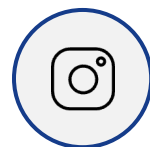


Portais e sites

27%

26%

24%



Instagram

27%

29%

25%



Revistas/jornais

22%

21%

20%



WhatsApp

18%

19%

22%



Podcasts

13%

12%

10%



Facebook

11% ↓

14%

18%



E-mail

10%

11%

13%



Rádio

10%

10%

11%



TikTok

5%

-

-

Pessoas que investem e buscam
informações sobre investimentos

■ 2023 ■ 2022 ■ 2021



Canais mais usados para buscar informação sobre investimentos

(por classe social/ 2023)



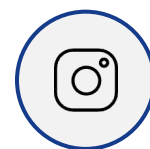
YouTube



Televisão



Portais e sites



Instagram



Revistas/jornais



WhatsApp

38%	28%	36%	28%	28%	18%
35%	31%	23%	29%	20%	17%
22%	41%	18%	17%	16%	20%



Podcasts



Facebook



E-mail



Rádio



TikTok

18%	9%	9%	10%	6%
11%	12%	11%	9%	6%
4%	14%	10%	11%	4%

■ Classe A/B ■ Classe C ■ Classe D/E



Canais mais usados para buscar informação sobre investimentos

(por geração/ 2023)



Geração Z
(16-27 anos)

	YouTube	Televisão	Portais e sites	Instagram	Revistas/ jornais	WhatsApp	Podcasts	Facebook	E-mail	Rádio	TikTok
	52%	21%	36%	49%	19%	19%	23%	12%	9%	5%	11%

Millennials
(28-42 anos)

42% **29%** **33%** **32%** **26%** **20%** **16%** **11%** **13%** **10%** **6%**

Geração X
(43-62 anos)

25% **37%** **24%** **17%** **22%** **17%** **7%** **13%** **10%** **12%** **2%**

Boomers
(63+ anos)

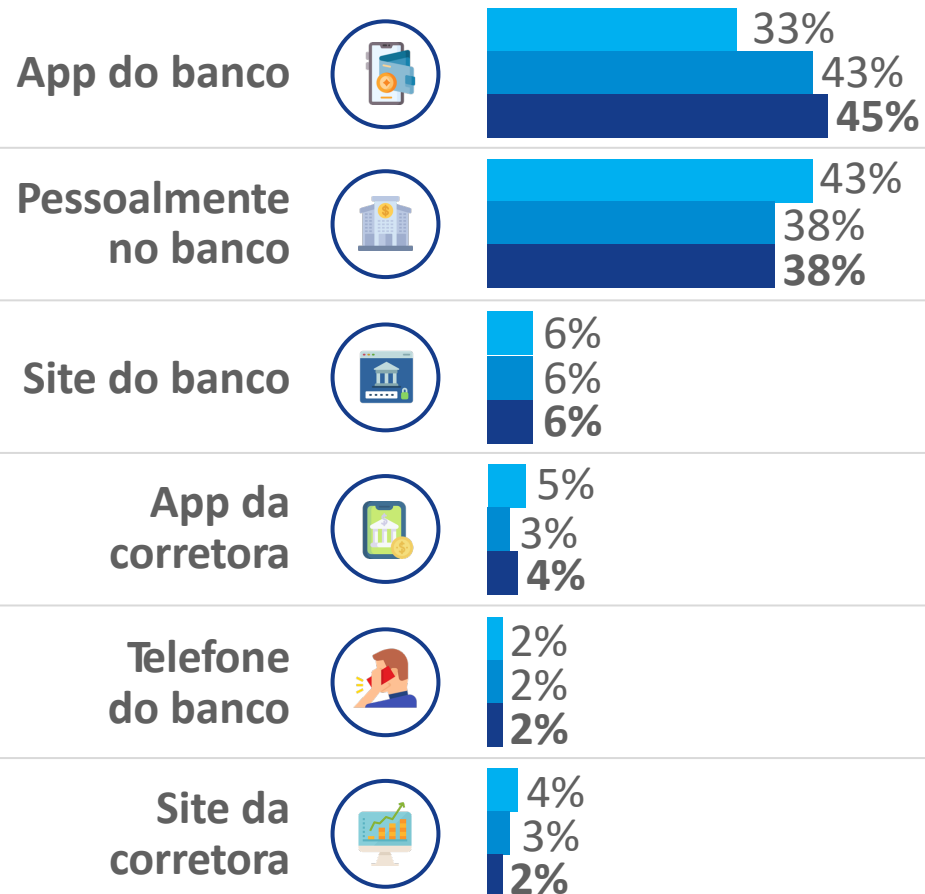
10% **36%** **8%** **3%** **21%** **12%** **2%** **5%** **6%** **11%** **2%**



Principal meio para fazer investimentos financeiros

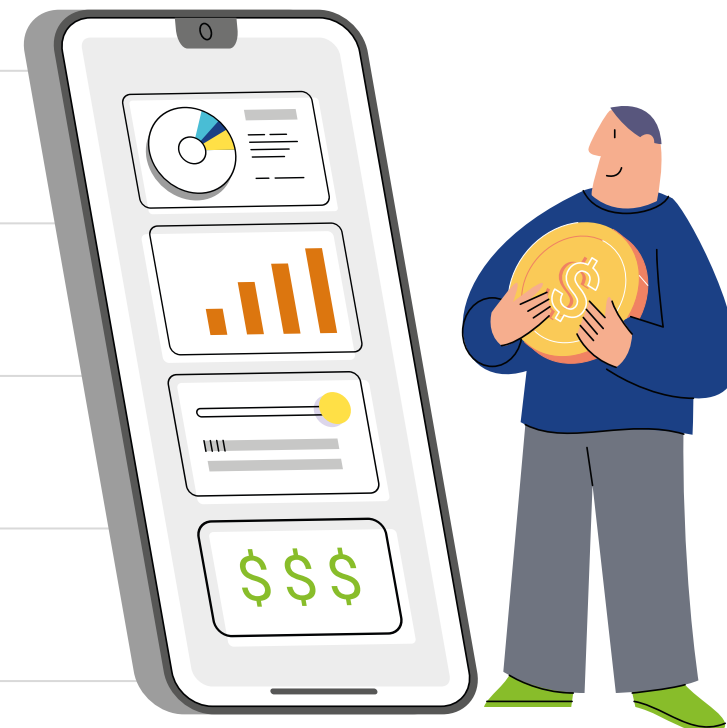
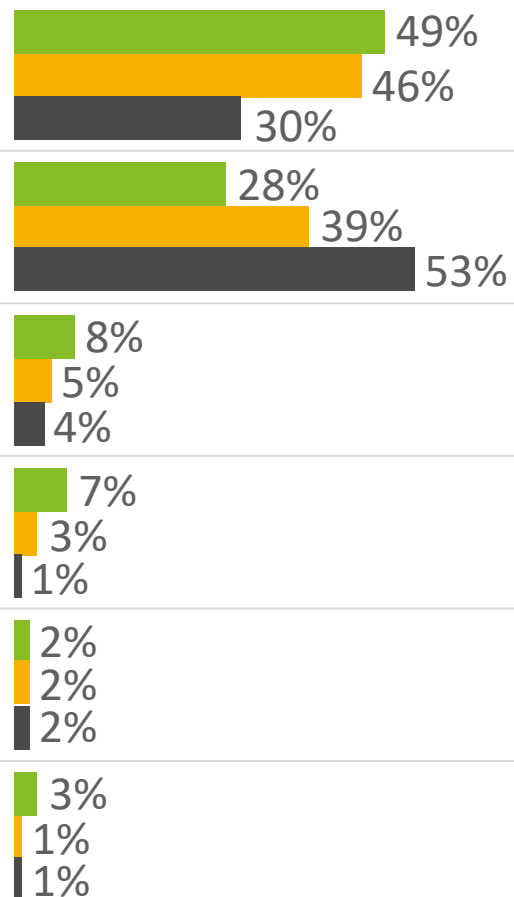
Pessoas que investem

2021 2022 2023



Por classe social

Classe A/B Classe C Classe D/E

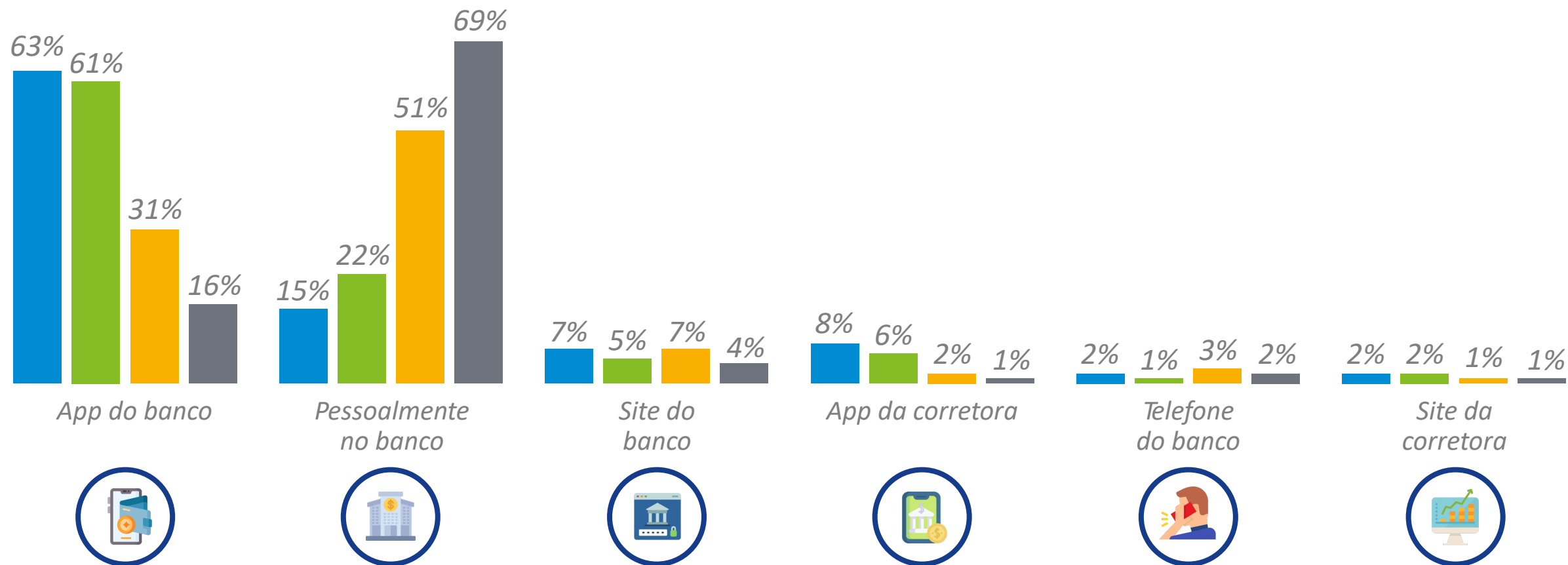




Principal meio para fazer investimentos financeiros

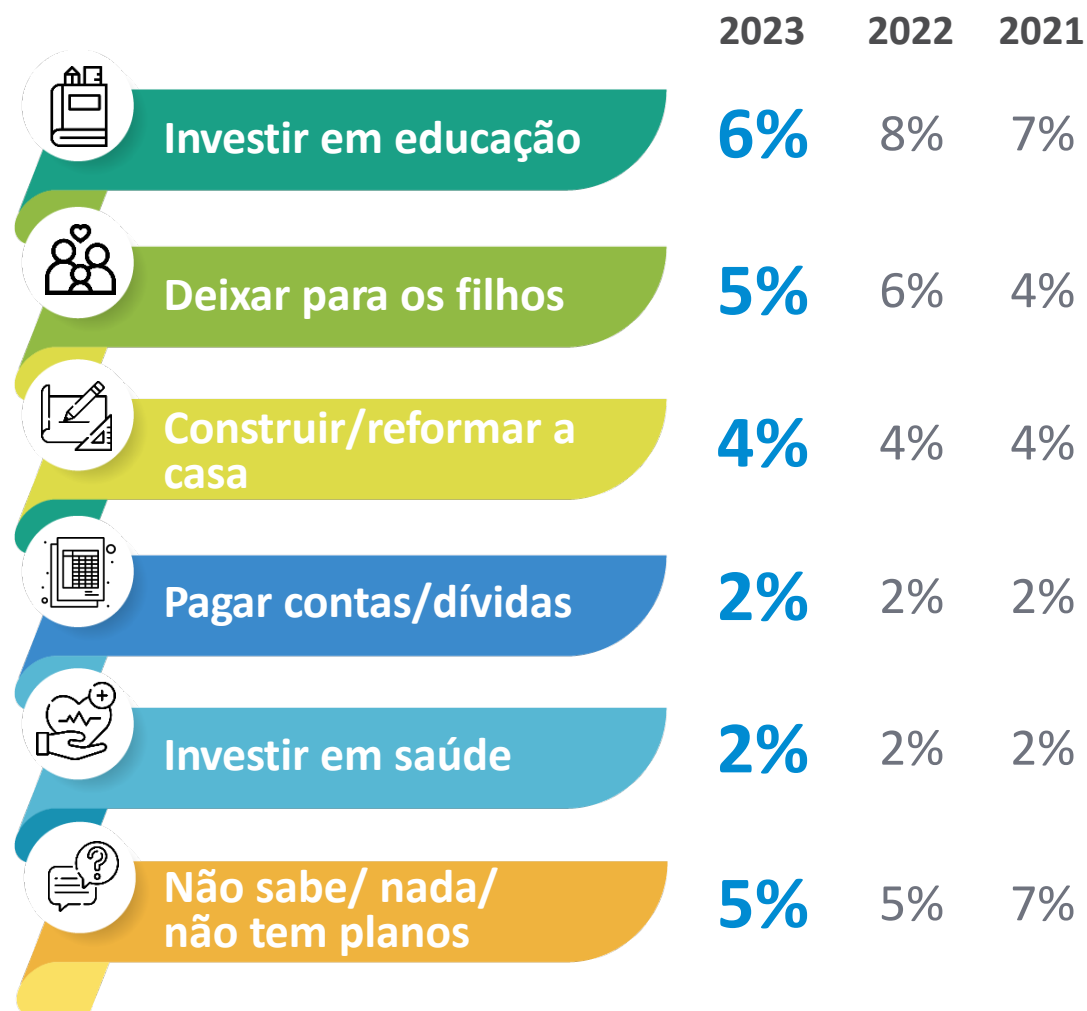
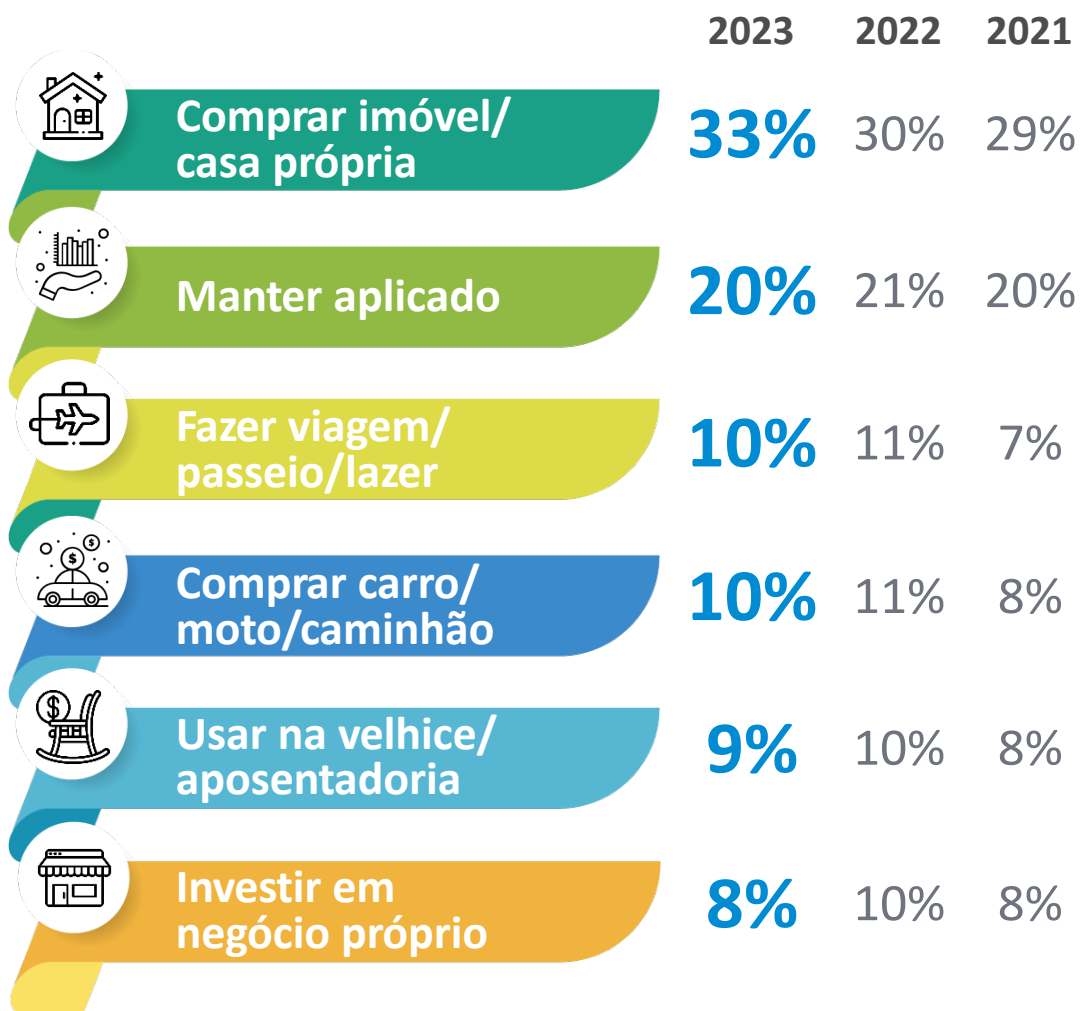
(por geração)

■ Geração Z (16-27 anos) ■ Millennials (28-42 anos) ■ Geração X (43-62 anos) ■ Boomers (63+ anos)





Destino para o retorno das aplicações





Destino para o retorno das aplicações

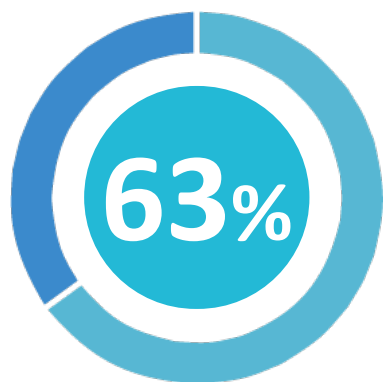
Por geração

	Geração Z (16-27 anos)	Millennials (28-42 anos)	Geração X (43-62 anos)	Boomers (63+anos)
<i>Comprar imóvel/casa própria</i>	37%	37%	32%	23%
<i>Manter aplicado</i>	16%	19%	19%	28%
<i>Fazer viagem/passeio/atividades de lazer</i>	8%	9%	11%	16%
<i>Comprar carro/moto/caminhão</i>	17%	10%	9%	4%
<i>Usar na velhice/aposentadoria</i>	6%	9%	11%	8%
<i>Investir em negócio próprio</i>	11%	10%	6%	4%
<i>Investir em educação</i>	9%	9%	4%	1%
<i>Deixar para os filhos</i>	6%	7%	3%	5%
<i>Construir/reformar a casa</i>	2%	4%	5%	2%
<i>Pagar contas/dívidas</i>	0%	3%	3%	2%
<i>Investir em saúde</i>	1%	1%	2%	6%
<i>Não sabe/ não tem planos</i>	5%	4%	4%	9%





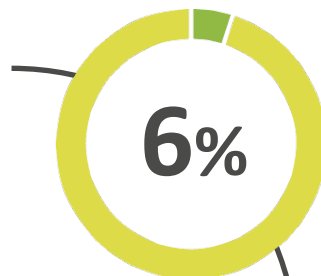
Raio X de quem não investe



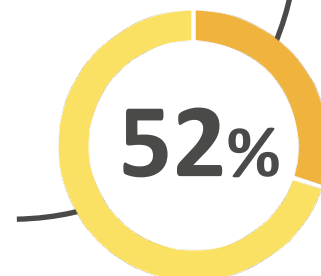
DAS PESSOAS
BRASILEIRAS
NÃO INVESTEM

Pretendem **fazer aplicação em 2024**

51% 56% Para ter segurança financeira
30% Para poder consumir



**UTILIZARAM OUTROS
TIPOS DE INVESTIMENTOS EM 2023**



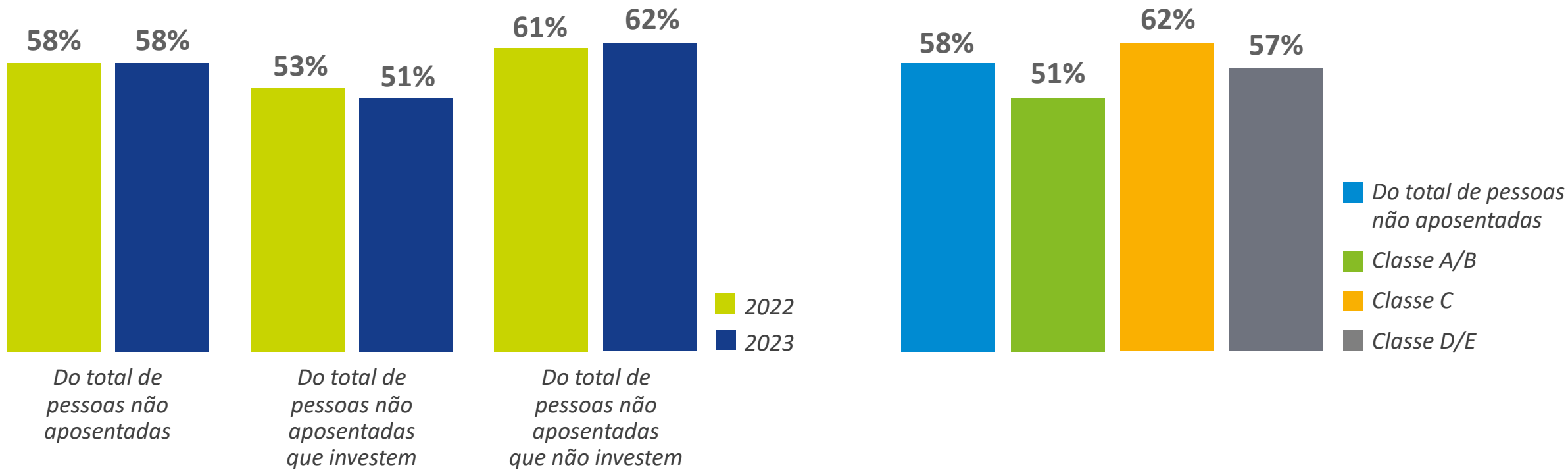
**NÃO GUARDARAM
DINHEIRO DE JEITO NENHUM EM 2023**

NÃO pretendem fazer aplicação

49% 63% Condições financeiras
7% Insegurança e falta de interesse



Quem ainda não começou uma reserva para aposentadoria, mas pretende iniciar



86% das pessoas entrevistadas não são aposentadas

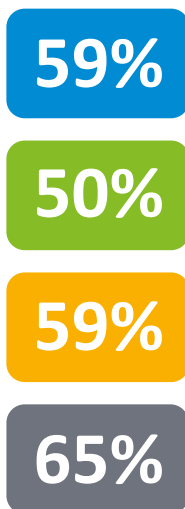


Aproximadamente **138 milhões** de pessoas brasileiras

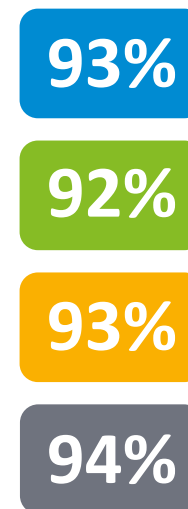


Aposentadoria: expectativa versus realidade

Pessoas **NÃO** aposentadas
que esperam depender do INSS
na aposentadoria



Pessoas aposentadas
que dependem do INSS para o
sustento na aposentadoria



■ População ■ Classe A/B ■ Classe C ■ Classe D/E

14% das pessoas entrevistadas
são aposentadas



Aproximadamente **22 milhões**
de pessoas brasileiras

GERAÇÃO Z



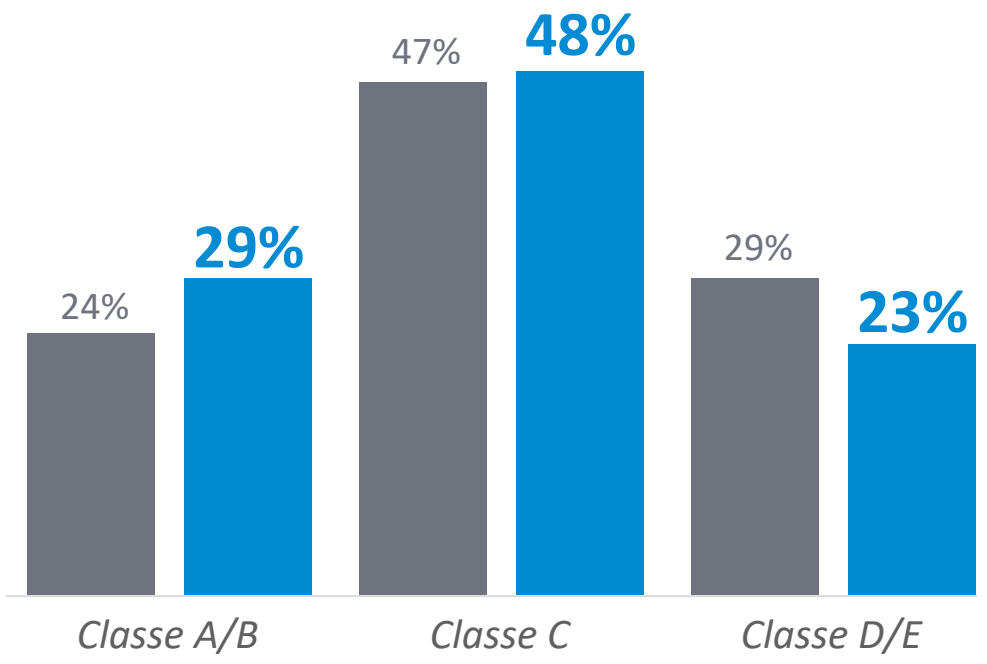


Quem é a geração Z?

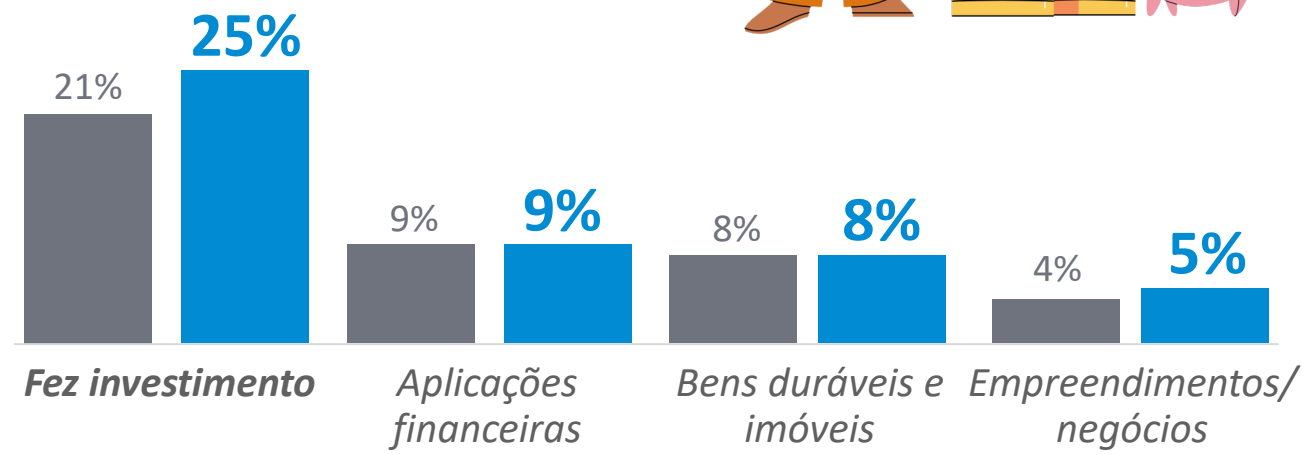
Pessoas entre 16 e 27 anos em 2023



Classe social



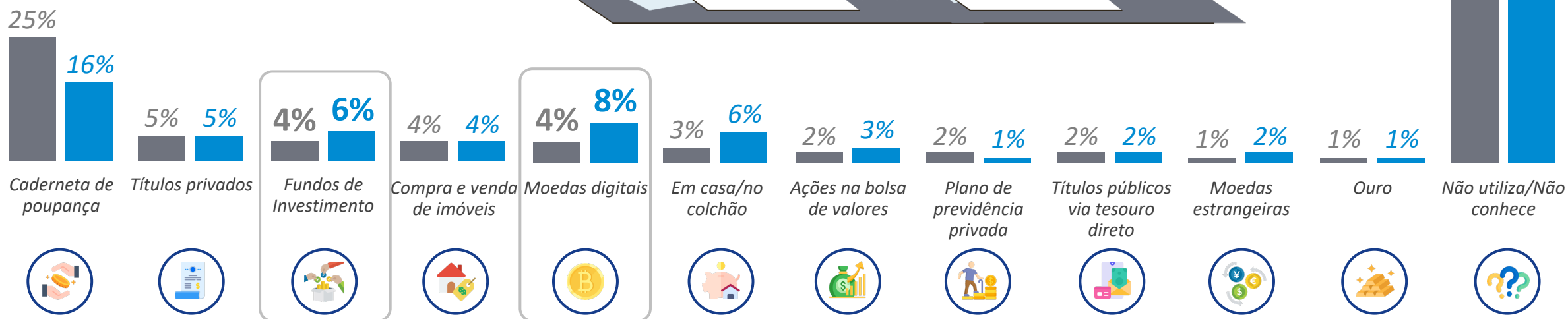
Conseguiu investir em 2023?



■ Total da população ■ Geração Z



Tipos de investimentos que a geração Z utiliza



■ Total da população ■ Geração Z

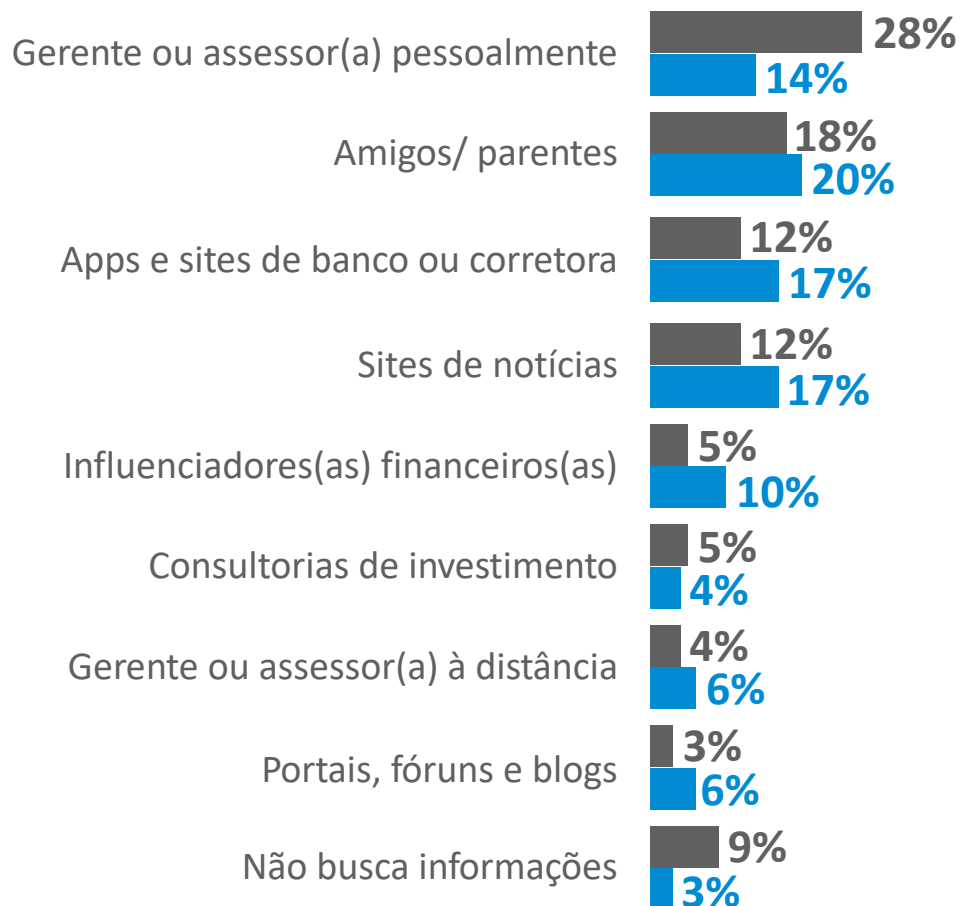


Onde a geração Z busca informações para decidir os investimentos e como aplica o dinheiro?

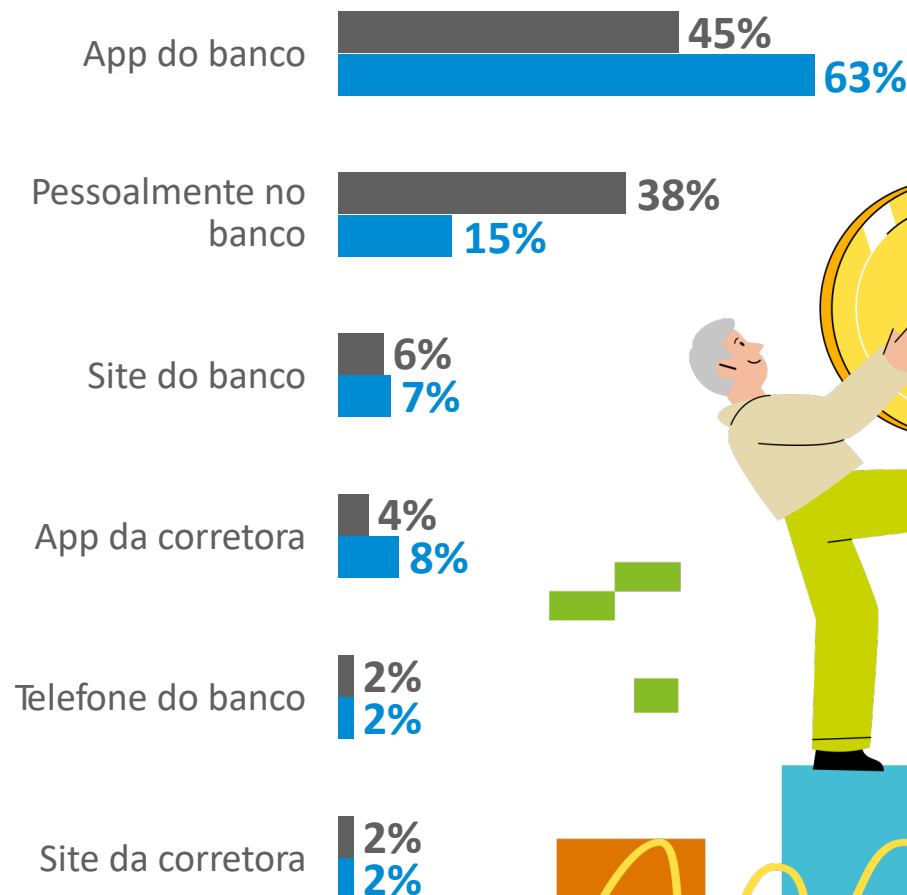
■ Total da população

■ Geração Z

Onde busca informações (principal meio)



Como aplica (principal meio)



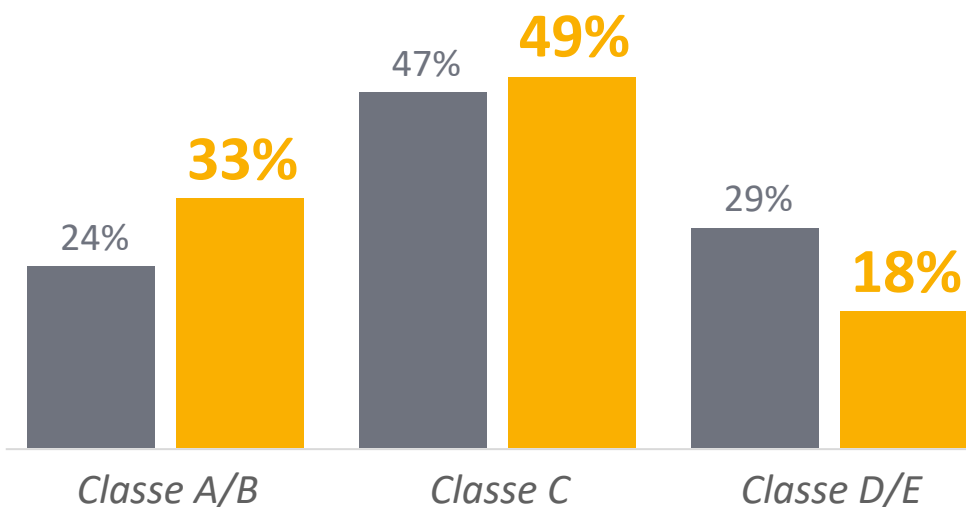
BANCOS DIGITAIS



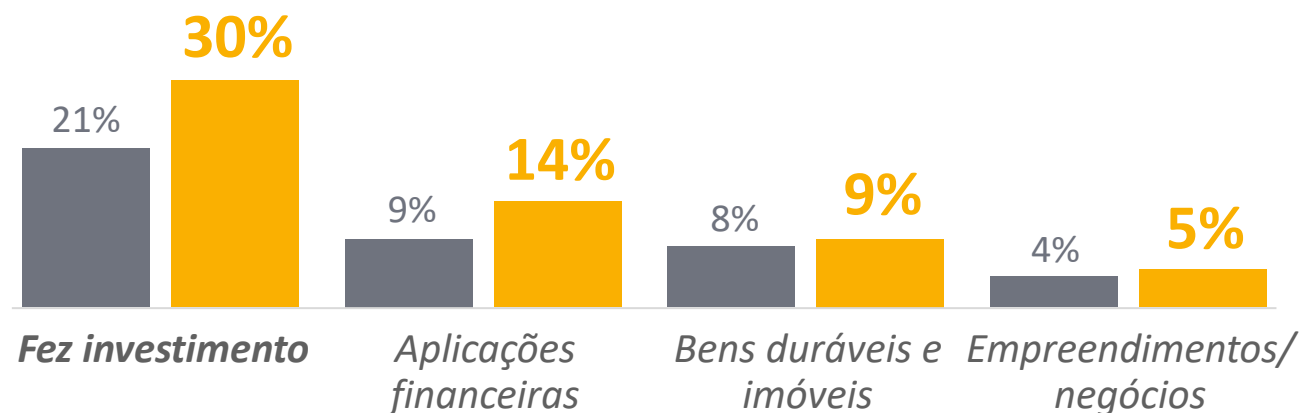
Quem é a população que possui conta em bancos digitais?



Classe social



Conseguiu investir em 2023?



■ Total da população

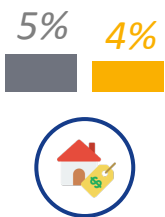
■ Possui conta em banco digital



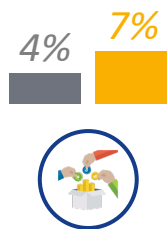
Produtos usados por quem investe e possui contas em bancos digitais



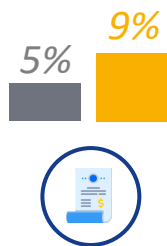
Caderneta de poupança



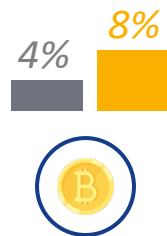
Compra e venda de imóveis



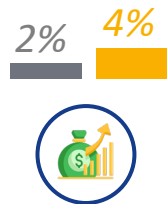
Fundos de investimento



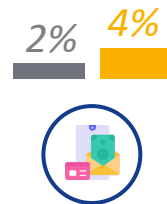
Títulos privados



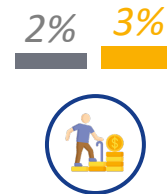
Moedas digitais



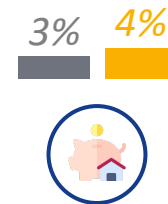
Ações na bolsa de valores



Títulos públicos via tesouro direto



Plano de previdência privada



Em casa/ no colchão



Não conhece/ Não pretende continuar investindo/ não pretende investir

■ Total da população

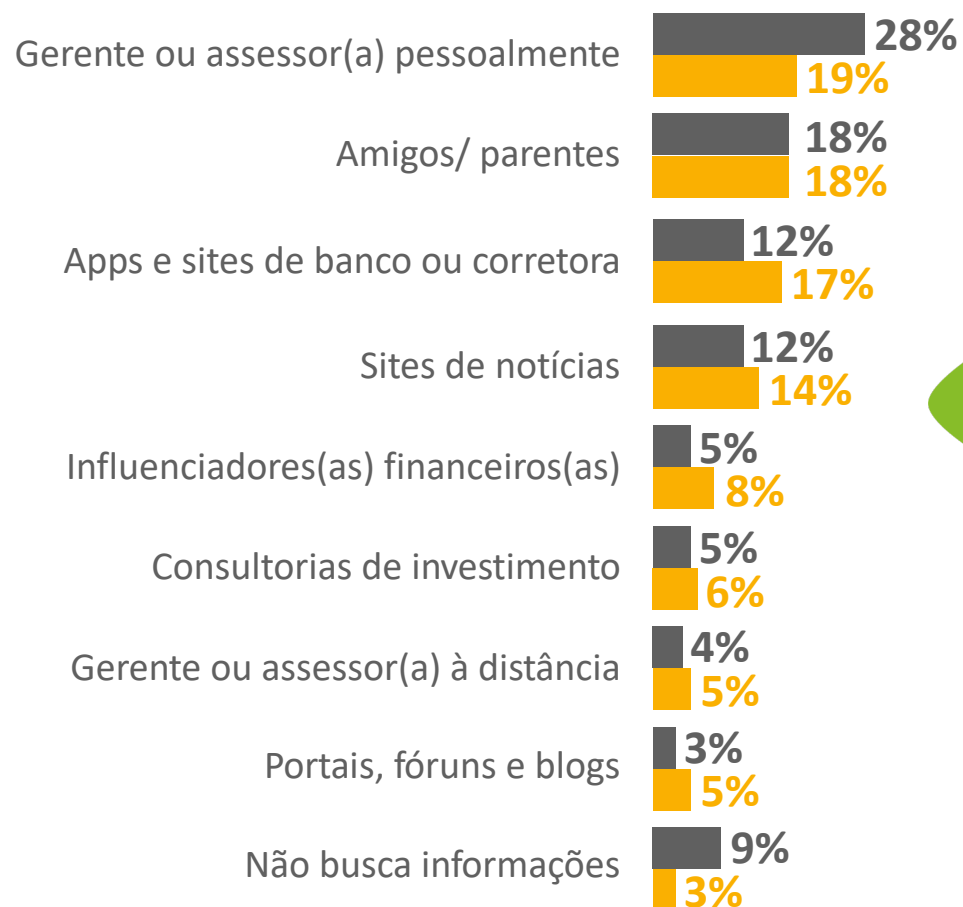
■ Pessoas que investem e possuem conta em banco digital



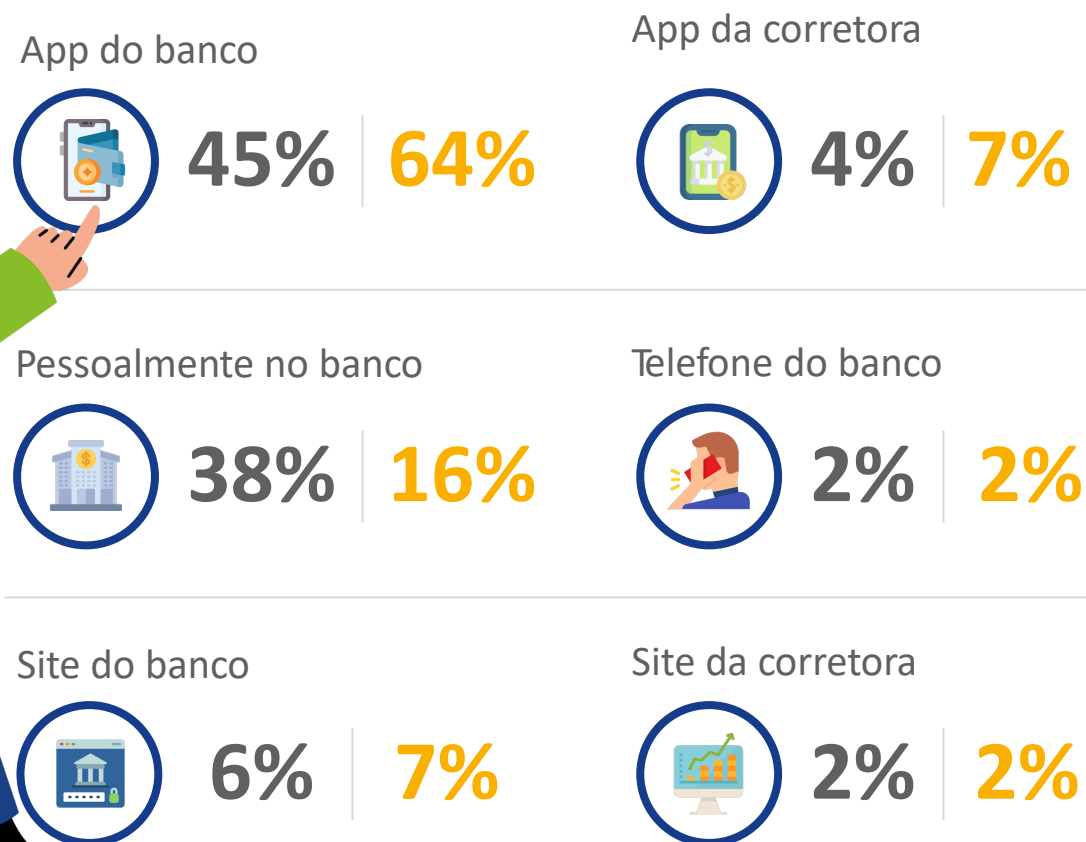
Onde quem tem conta em bancos digitais busca informações e como aplica o dinheiro

■ Total da população ■ Pessoas que investem e possuem conta em banco digital

Onde busca informações (principal meio)



Como aplica (principal meio)






ESTRESSE FINANCEIRO

The background features a large green area on the left. On the right, there are overlapping curved shapes in white, light green, blue, and orange. Several thin yellow lines are drawn across the lower right portion of the image, creating a sense of movement or flow.






Níveis de estresse com as despesas

	<i>População maio/ 2023</i>	<i>População total</i>	<i>Quem investe</i>	<i>Quem não investe</i>	<i>Classe A/B</i>	<i>Classe C</i>	<i>Classe D/E</i>
 Alto estresse	57%	52%	45%	57%	40%	53%	62%
 Médio estresse	26%	25%	27%	23%	30%	26%	18%
 Baixo estresse	17%	23%	27%	20%	30%	21%	19%



Níveis de estresse com medo de perder a renda

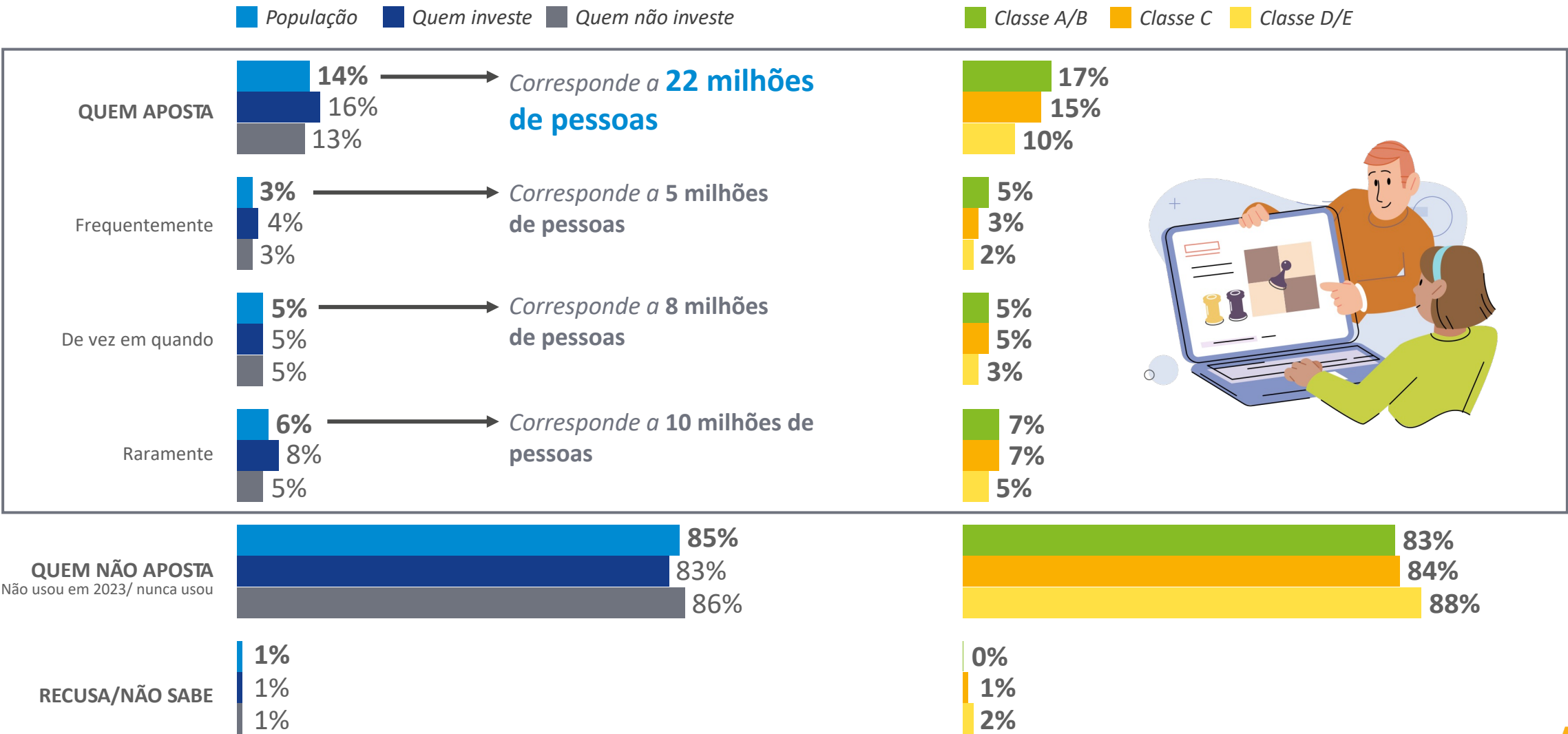
	<i>População maio/ 2023</i>	<i>População total</i>	<i>Quem investe</i>	<i>Quem não investe</i>	<i>Classe A/B</i>	<i>Classe C</i>	<i>Classe D/E</i>
 Alto estresse	62%	56%	49%	61%	44%	58%	64%
 Médio estresse	19%	19%	23%	17%	24%	20%	14%
 Baixo estresse	20%	24%	27%	22%	32%	22%	21%

BETS





14% da população fez ao menos uma aposta online em 2023







14% da população fez ao menos uma aposta online em 2023

	Geração Z	Millennials	Geração X	Boomers	Gênero masculino	Gênero feminino
QUEM APOSTA	29%	18%	6%	4%	19%	10%
Frequentemente	6%	5%	1%	1%	5%	2%
De vez em quando	10%	6%	2%	1%	7%	3%
Raramente	13%	8%	3%	2%	7%	5%
QUEM NÃO APOSTA Não usou em 2023/ nunca usou	71%	81%	93%	94%	81%	89%
RECUSA/NÃO SABE	0%	0%	1%	2%	1%	1%



Perfis predominantes

RAIO X DO INVESTIDOR BRASILEIRO - 7ª edição

	Gênero	Gerações	Investem em produtos financeiros	Como investem	Investimentos mais usados
QUEM APOSTA 	63% Masculino	45% Geração Z 38% Millennials	43% investem	63% App do banco	21% Caderneta de poupança 12% Moedas digitais 7% Títulos privados
QUEM NÃO APOSTA 	54% Feminino	37% Geração X 28% Millennials	36% investem	41% Pessoalmente no banco 41% App do banco	26% Caderneta de poupança 5% Títulos privados



Bets são encaradas como investimentos financeiros

Total de quem aposta



	<i>População</i>	<i>Quem investe</i>	<i>Quem não investe</i>	<i>Classe A/B</i>	<i>Classe C</i>	<i>Classe D/E</i>
CONSIDERA AS BETS UMA FORMA DE INVESTIR	22%	22%	23%	22%	21%	25%
NÃO CONSIDERA AS BETS UMA FORMA DE INVESTIR	70%	71%	69%	69%	71%	67%
NENHUM DOS DOIS	6%	5%	7%	7%	7%	5%
NÃO SABE/RECUSA	1%	2%	1%	1%	0%	3%



Bets são encaradas como investimentos financeiros

	Geração Z (16-27 anos)	Millennials (28-42 anos)	Geração X (43-62 anos)	Boomers (63+ anos)	Gênero masculino	Gênero feminino
CONSIDERA AS BETS UMA FORMA DE INVESTIR	24%	17%	27%	38%	25%	18%
NÃO CONSIDERA AS BETS UMA FORMA DE INVESTIR	68%	75%	65%	62%	68%	73%
NENHUM DOS DOIS	7%	6%	7%	-	6%	7%
NÃO SABE/RECUSA	1%	2%	1%	-	1%	2%

IMEDIATISMO E AUTOCONTROLE





Imediatismo e autocontrole financeiro da população



41%

dos brasileiros
e brasileiras são
imediatistas



59%

das pessoas são
autocontroladas



Ranking do autocontrole



1º Alemanha

89%



2º Japão

74%



3º Coreia do Sul

72%



4º Reino Unido

71%



5º Estados Unidos

68%



6º Turquia

64%



7º China

62%



8º Brasil

59%



9º Espanha

47%



10º Itália

44%



11º Chile

37%



12º Nigéria

8%




ANBIMA

Raio X do **INVESTIDOR BRASILEIRO**

7ª edição