



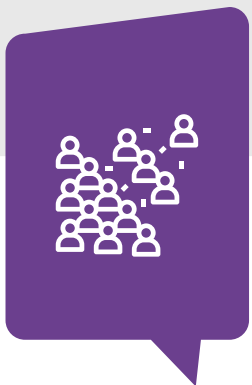
# RAIO-X DO INVESTIDOR

Brasileiro



# COMO A PESQUISA FOI FEITA

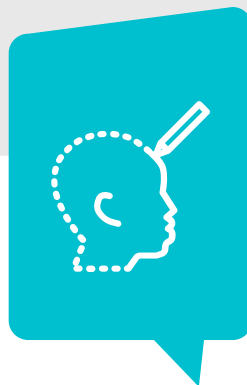
*Abrangência*



**5.878**  
entrevistados



**Em todo país**



**16 anos ou mais**



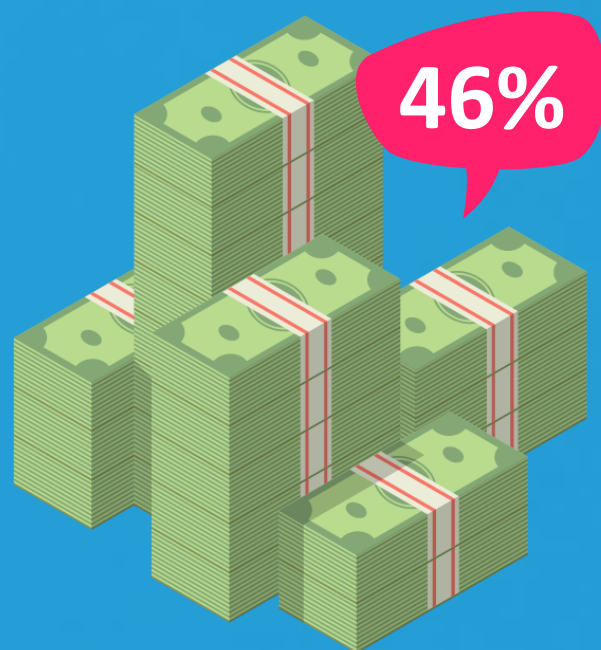
**09 a 30.11.21**



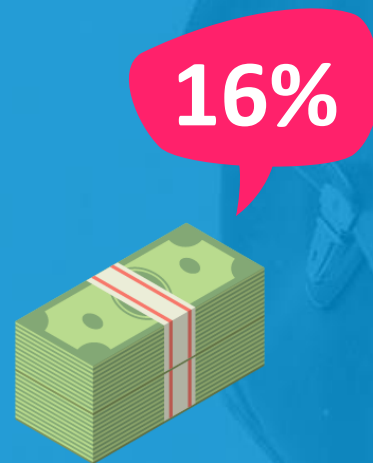
**Margem de erro  
até 2 pontos  $\pm$**

# IMPACTO DA PANDEMIA SOBRE A RENDA FAMILIAR

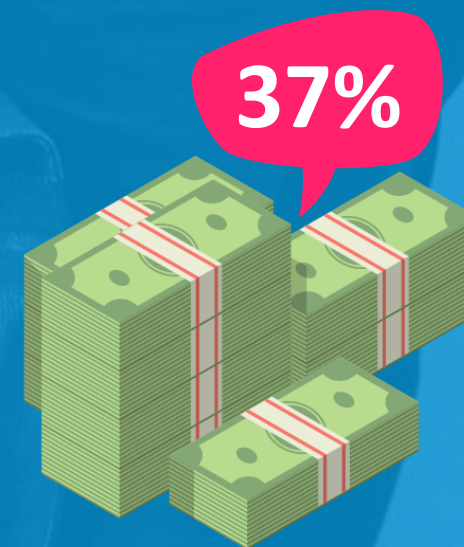
*População em geral*



tiveram perda  
parcial da renda



tiveram perda  
total da renda



não tiveram perda



# BRASILEIROS QUE CONSEGUIRAM ECONOMIZAR EM 2021

*População em geral e recorte por classes*



dos brasileiros  
conseguiram  
economizar algum  
dinheiro em 2021



**CLASSE AB**  
economizaram



**CLASSE C**  
economizaram



**CLASSE DE**  
economizaram

**APENAS  
1 EM CADA 10  
ECONOMIZOU**



# COMO FIZERAM PARA ECONOMIZAR

*Pessoas que conseguiram economizar*

Guardei uma parte do salário todo mês  
CLASSES AB 9% | C 12% | DE 13%

**11%**  
Média total

**18%**  
Média total

Controlei as despesas  
CLASSES AB 18% | C 20% | DE 11%

Diminui gastos/ deixei de sair  
CLASSES AB 49% | C 44% | DE 28%

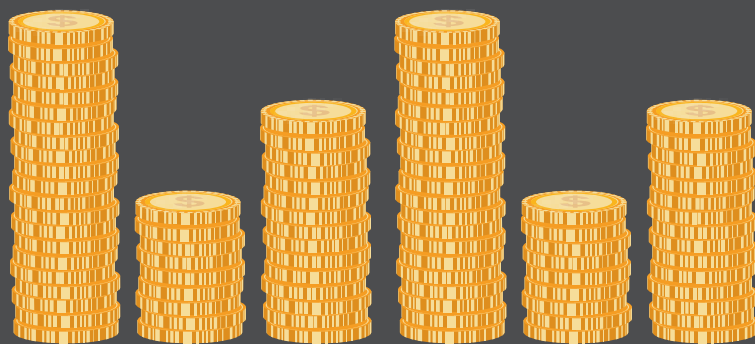
**44%**  
Média total

**10%**  
Média total

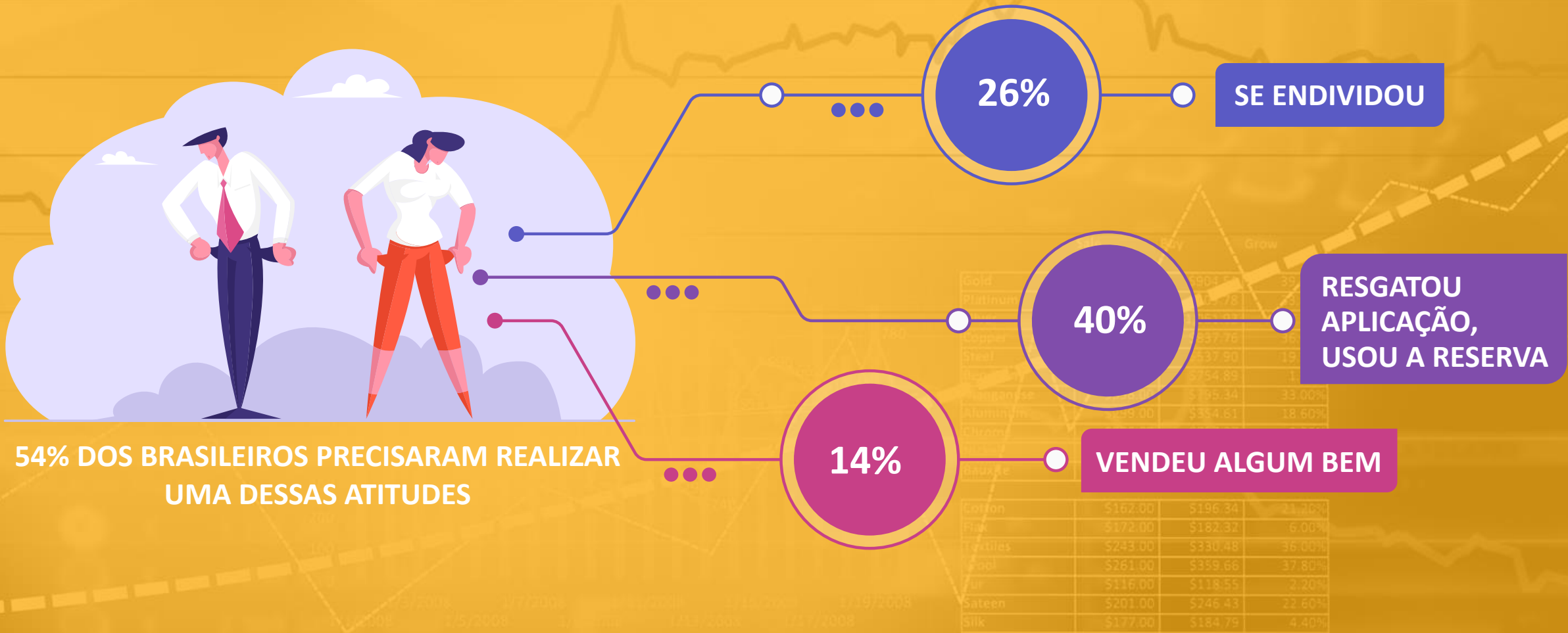
Trabalhei mais  
CLASSES AB 9% | C 10% | DE 12%

**21%**  
Média total

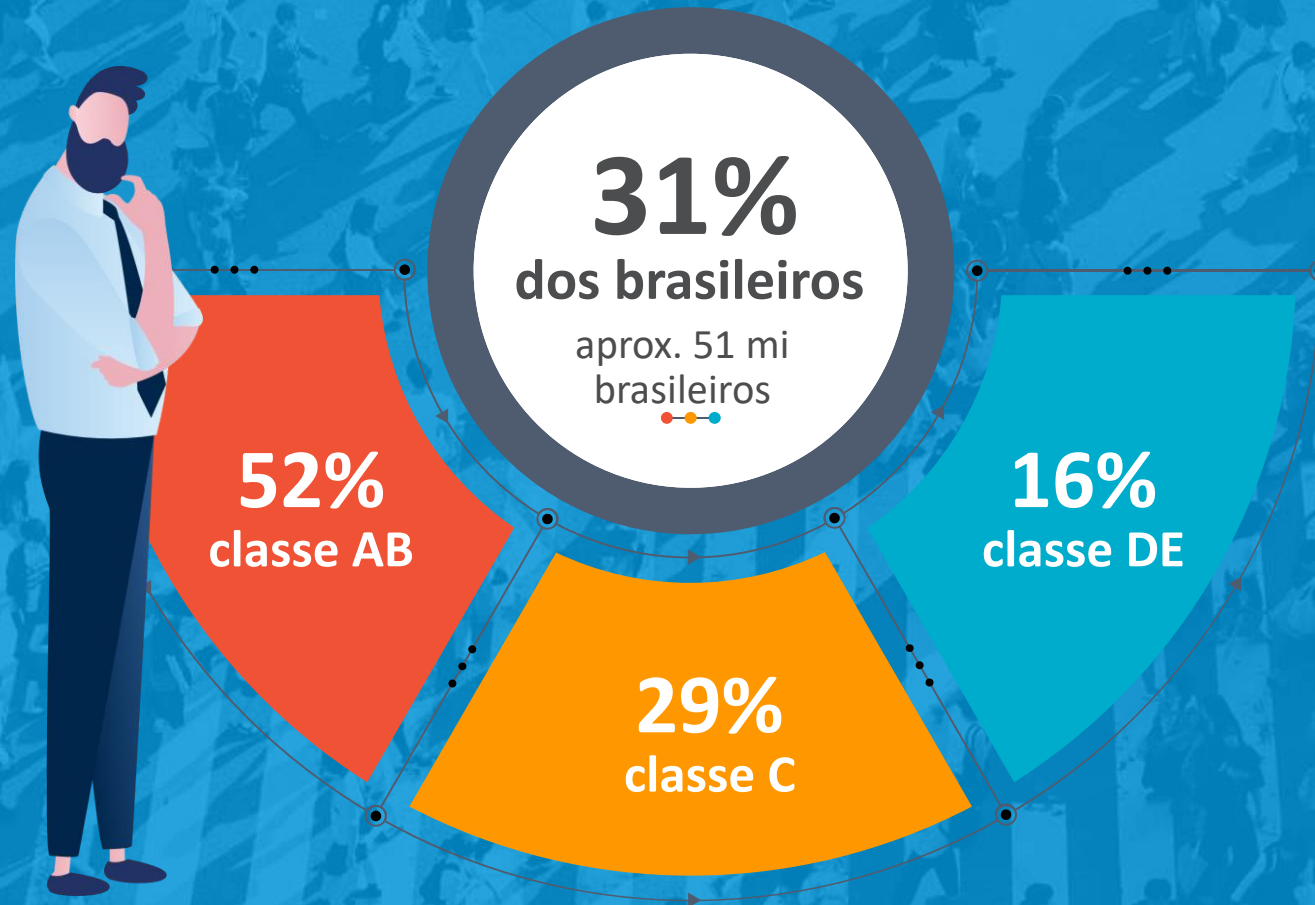
Evitei compras desnecessárias  
CLASSES AB 21% | C 22% | DE 19%



# COMO O BRASILEIRO ENFRENTOU AS DESPESAS



# BRASILEIROS COM INVESTIMENTOS FINANCEIROS (Estoque)



# ONDE O BRASILEIRO INVESTIU EM 2021?

*População em geral e recorte por classes*



**6%** Aplicações  
financeiras



**Classes**

<b>14%</b>	<b>5%</b>	<b>1%</b>
<b>AB</b>	<b>C</b>	<b>DE</b>

**6%** Bens duráveis  
e imóveis



**Classes**

<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>
<b>AB</b>	<b>C</b>	<b>DE</b>

**5%** Empreendimento  
/negócio próprio



**Classes**

<b>6%</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>
<b>AB</b>	<b>C</b>	<b>DE</b>



# QUAIS OS INVESTIMENTOS MAIS UTILIZADOS?

População em geral



CADERNETA DE  
POUPANÇA

23%



MOEDAS DIGITAIS  
/CRIPTOMOEDAS  
/CRIPTOATIVOS

2%



EM CASA/NO  
COLCHÃO

2%



FUNDOS DE  
INVESTIMENTOS

3%



AÇÕES NA BOLSA  
DE VALORES

2%



TÍTULOS  
PÚBLICOS

2%



TÍTULOS  
PRIVADOS

2%



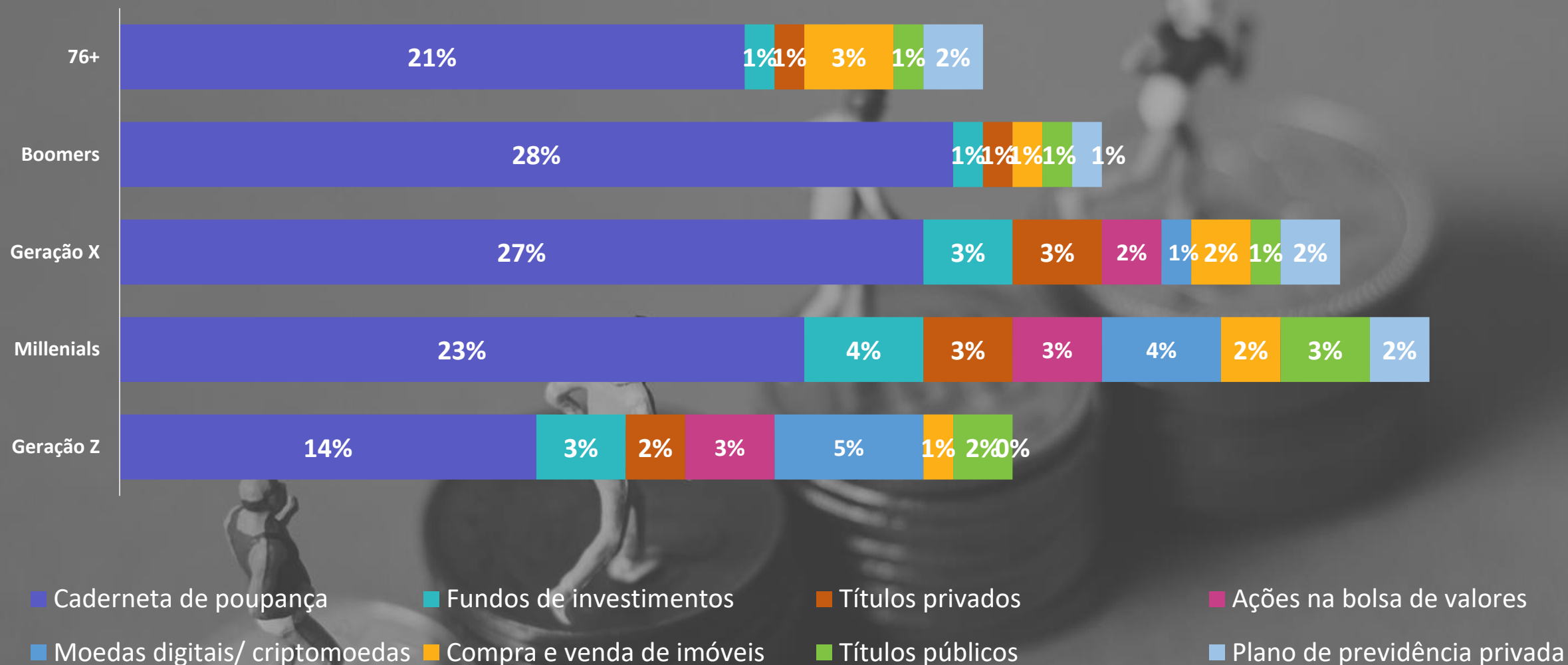
COMPRA E VENDA  
DE IMÓVEIS  
/IMOBILIÁRIO

2%



# PRODUTOS QUE AS VÁRIAS GERAÇÕES INVESTEM

Recorte por geração



# QUAIS OS INVESTIMENTOS MAIS CONHECIDOS?

População em geral



CADERNETA  
DE POUPANÇA  
**11%**



CRIPTOMOEDAS  
/CRIPTOATIVOS  
**5%**



NÃO CONHECE  
NENHUM TIPO DE  
INVESTIMENTO  
**72%**



FUNDOS DE  
INVESTIMENTOS  
**6%**



AÇÕES  
**10%**



TÍTULOS PÚBLICOS/  
TESOURO DIRETO  
**6%**



TÍTULOS  
PRIVADOS  
**6%**



IMÓVEIS  
**3%**



# CLASSE AB LIDERA EM CONHECIMENTO

*População em geral e recorte por classes*

Não conhece nenhum tipo de investimento

Imóveis

Criptoativo/criptomoeda

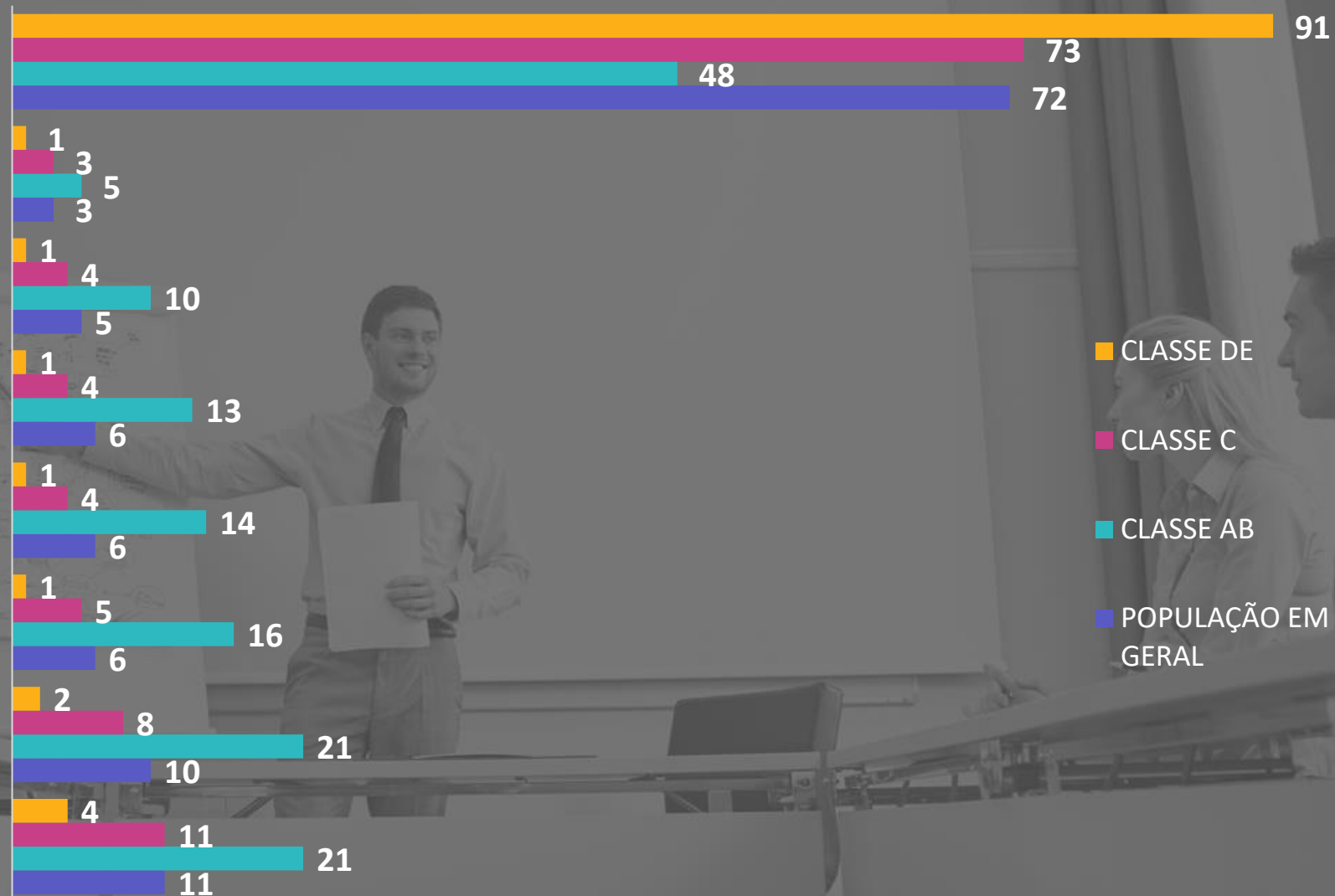
Titulos públicos/T. direto

Títulos privados

Fundos de investimento

Ações

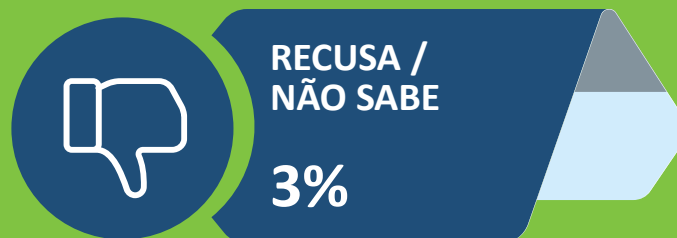
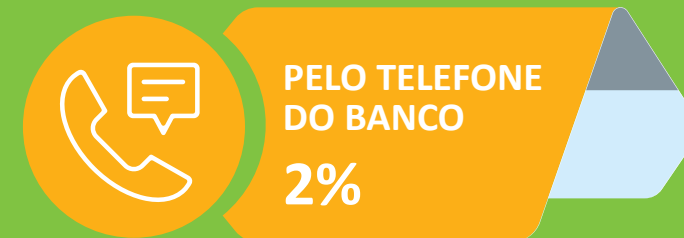
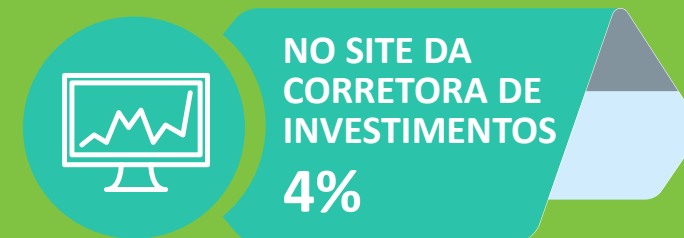
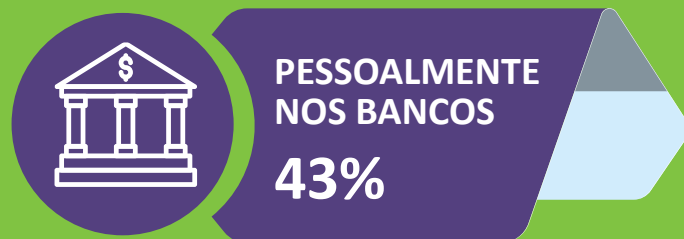
Caderneta de poupança





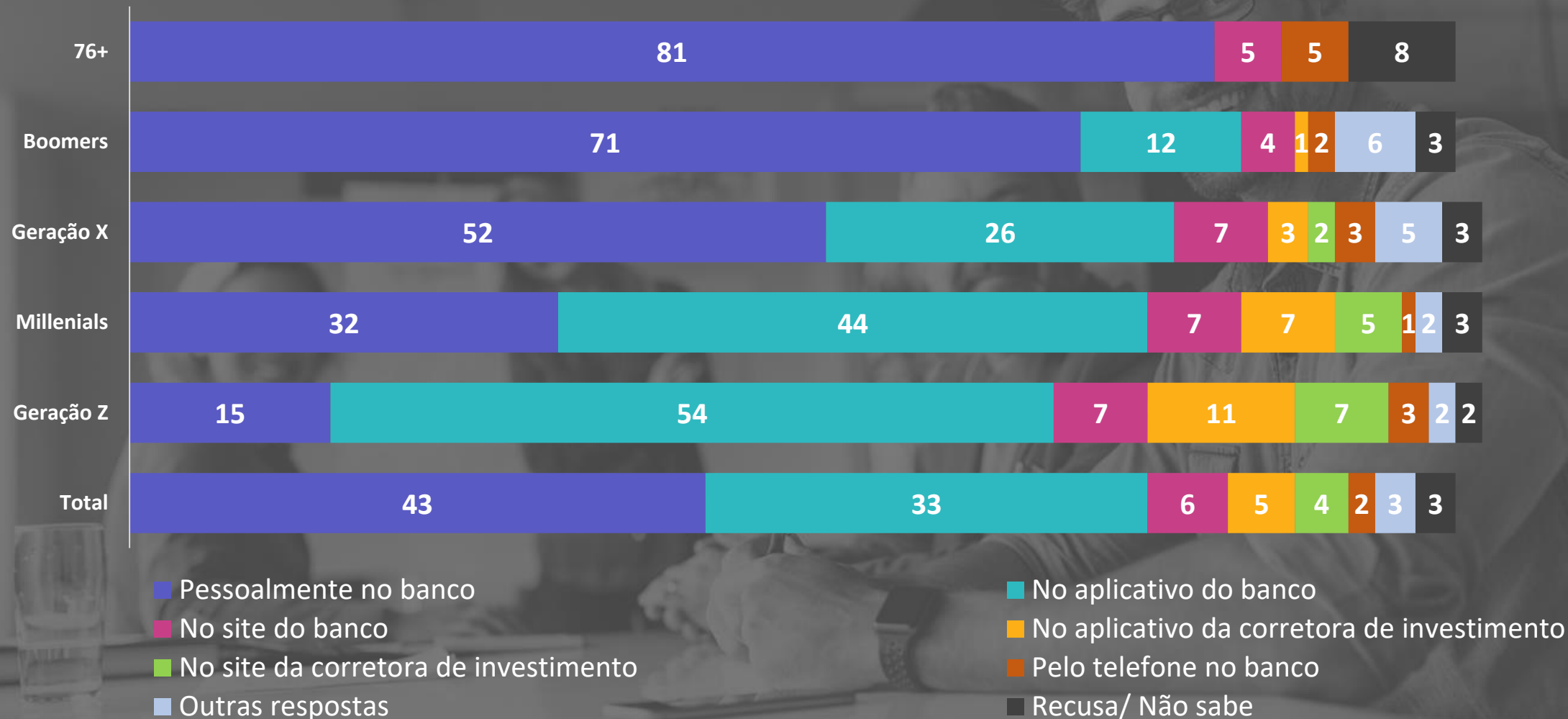
# QUAL O PRINCIPAL MEIO UTILIZADO PARA INVESTIR?

*Investidores*



# COMO CADA GERAÇÃO INVESTE?

*Investidores e recorte por geração*



# QUAIS AS VANTAGENS DE INVESTIR EM PRODUTOS FINANCEIROS?

*Investidores*

SEGURANÇA E RESERVA FINANCEIRA

RETORNO FINANCEIRO

44%

23%

COMO AVALIA  
O RENDIMENTO

?

27%

Compara  
com períodos  
anteriores

22%

Conversa com  
gerente/ assessor  
/ especialista

10%

Compara com  
outros tipos  
de aplicação

9%

Compara com  
indicadores  
da economia

8%

Compara com  
outras instituições  
financeiras

# QUAL O DESTINO A SER DADO PARA OS RENDIMENTOS?

*Investidores e recorte por classes*

COMPRAR UM IMÓVEL

29%

Classes

28%	28%	34%
AB	C	DE

MANTER APLICADO/  
TER DINHEIRO GUARDADO

20%

Classes

22%	20%	15%
AB	C	DE

EDUCAÇÃO

7%

Classes

7%	8%	5%
AB	C	DE

FAZER UMA VIAGEM/  
PASSEIO/ATIVIDADES DE LAZER

7%

Classes

10%	7%	2%
AB	C	DE

INVESTIR EM  
NEGÓCIO PRÓPRIO

8%

Classes

6%	8%	12%
AB	C	DE

USAR NA VELHICE/  
APOSENTADORIA

8%

Classes

10%	7%	4%
AB	C	DE

COMPRAR UM  
CARRO/MOTO/CAMINHÃO

8%

Classes

9%	8%	5%
AB	C	DE



# QUE TIPO DE INSTITUIÇÃO FINANCEIRA O BRASILEIRO CONHECE? —

*População em geral*



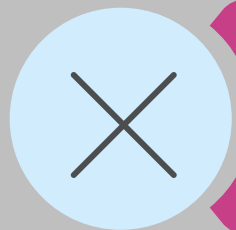
**BANCO  
TRADICIONAL**  
**45%**



**CORRETORA**  
**4%**



**BANCO  
DIGITAL**  
**10%**



**NENHUM**  
**22%**



**OUTRAS  
RESPOSTAS**  
**16%**

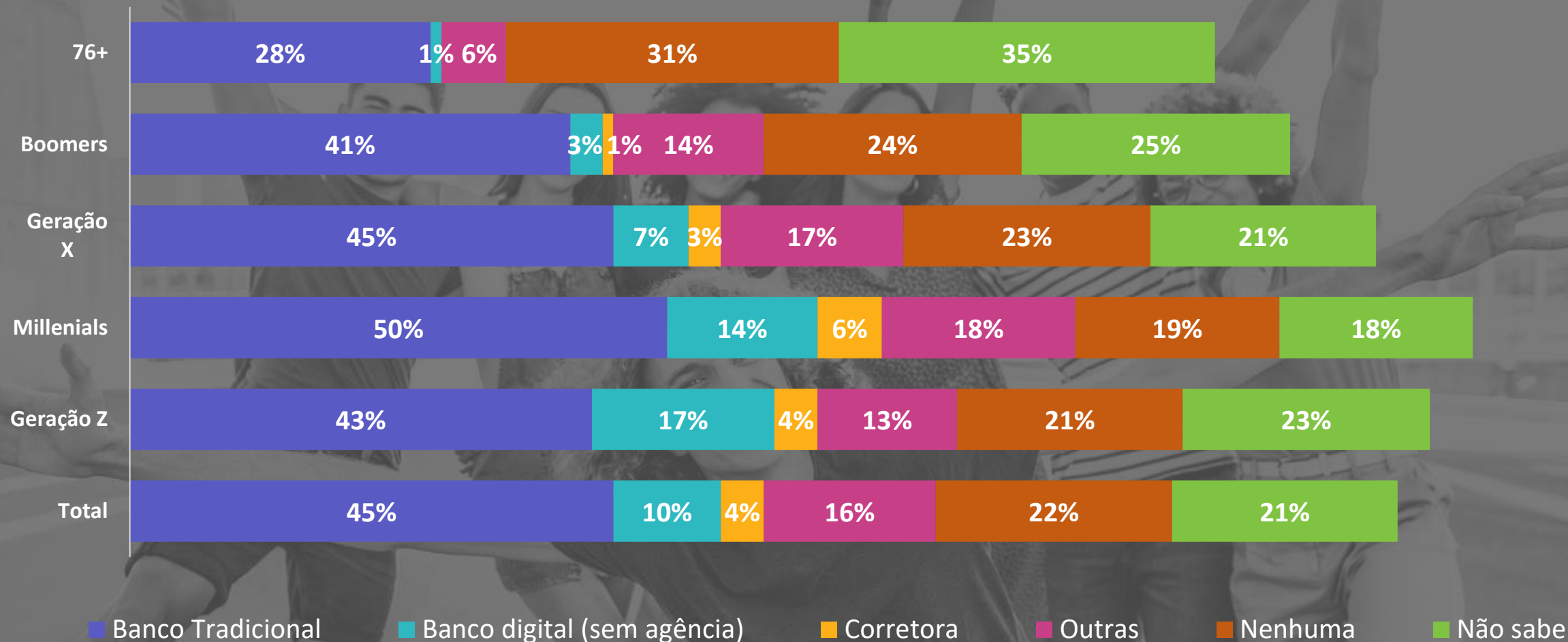


**NÃO SABE**  
**21%**



# MILLENIALS LIDERAM EM CONHECIMENTO

*População em geral e recorte por geração*



# ONDE AS PESSOAS SE INFORMAM SOBRE INVESTIMENTO?

*Investidores*



**BANCOS  
TRADICIONAIS**  
**41%**



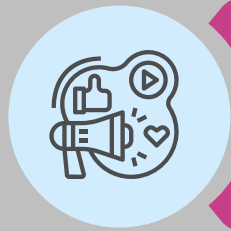
**BANCOS  
DIGITAIS**  
**9%**



**RÁDIO E  
TELEVISÃO**  
**5%**



**PORTAIS/  
SITES/BLOGS**  
**18%**



**REDES  
SOCIAIS**  
**6%**



**CORRETORAS**  
**5%**



**INFLUENCIADO  
RES/CANAIS**  
**9%**

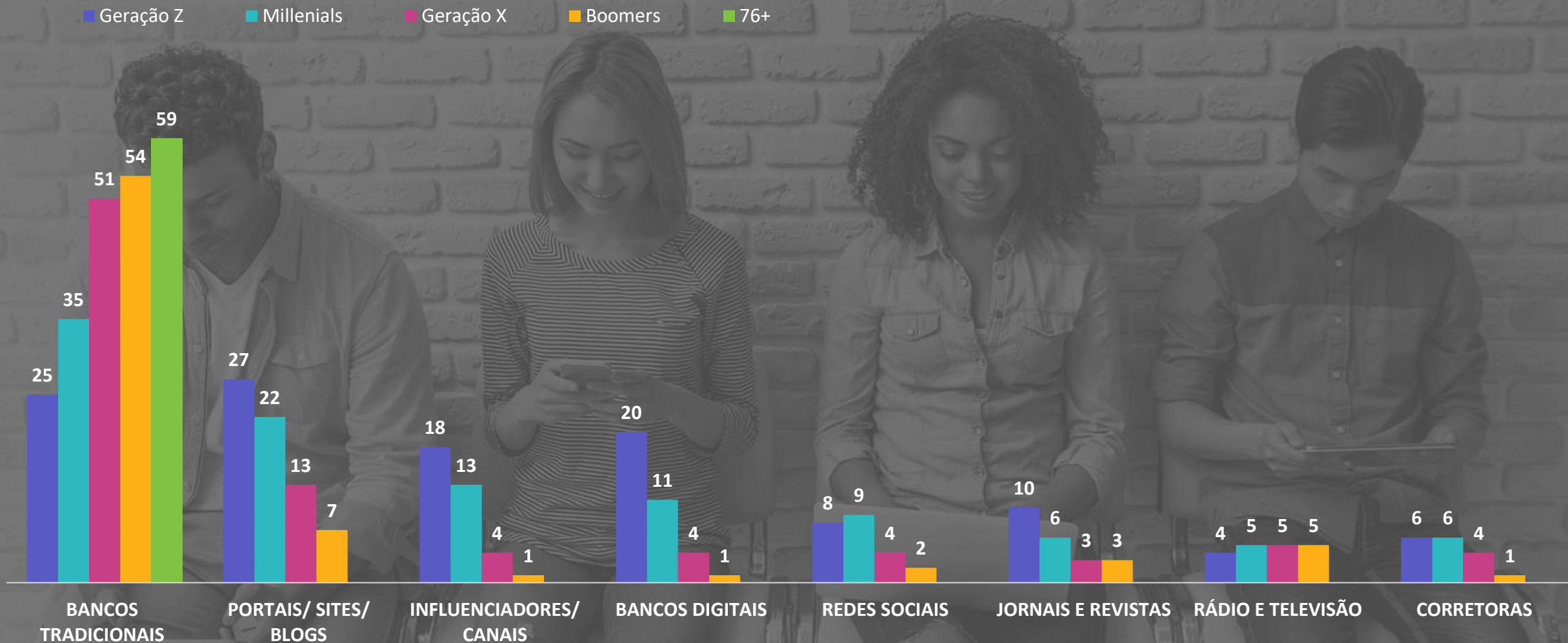


**JORNAIS  
E REVISTAS**  
**5%**



# MILLENIALS E Z SE INFORMAM DIGITALMENTE

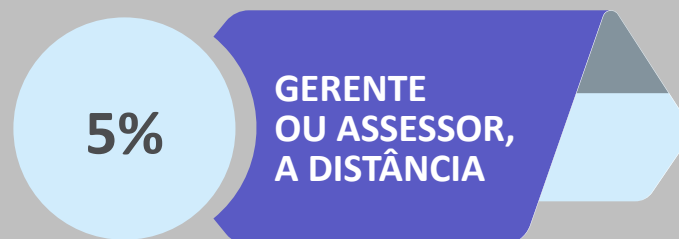
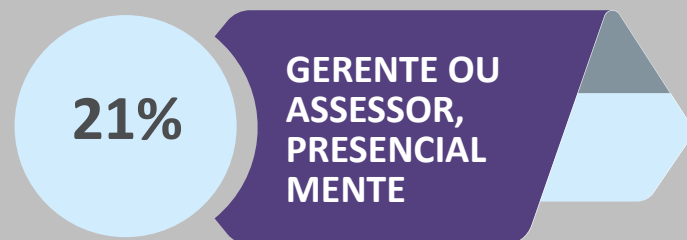
*Investidores e recorte por geração*





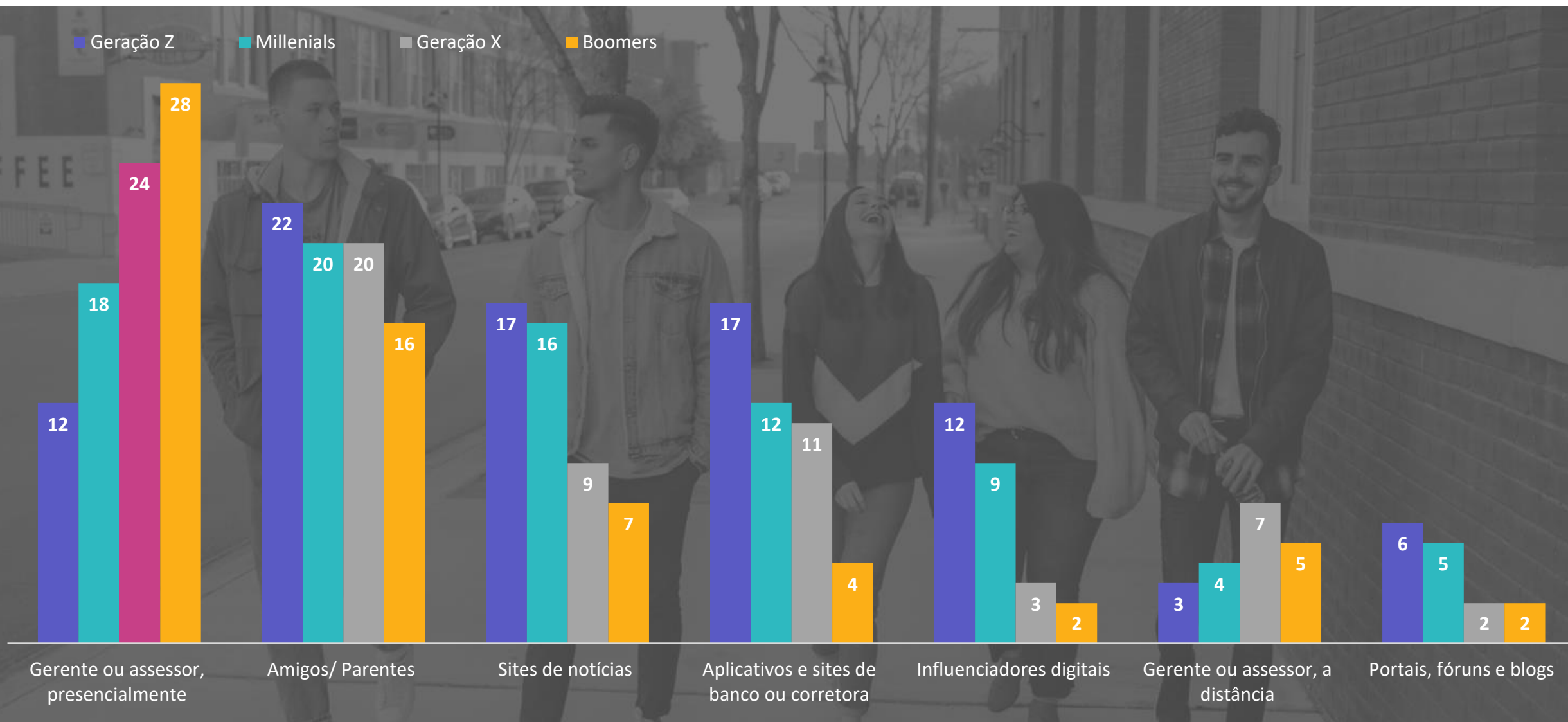
# Onde o brasileiro busca aconselhamento na hora de investir? —

## Investidores



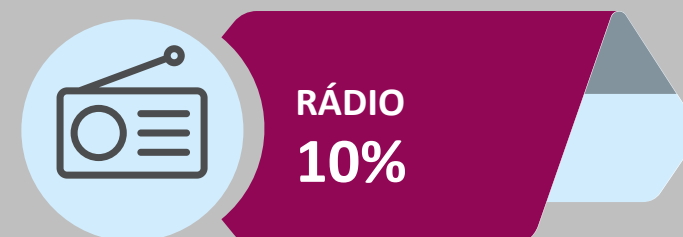
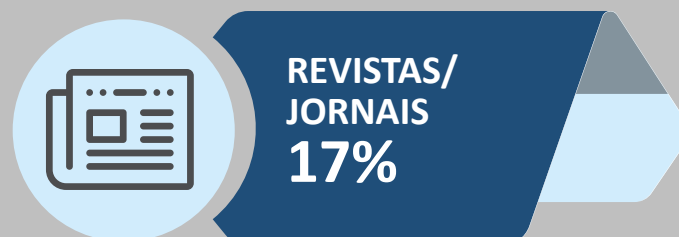
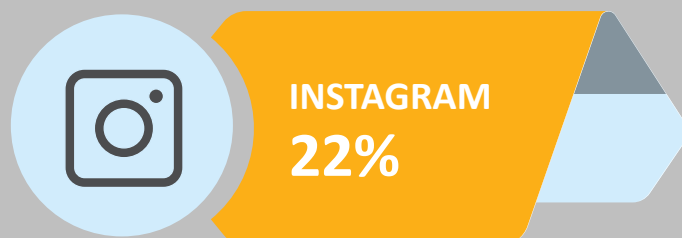
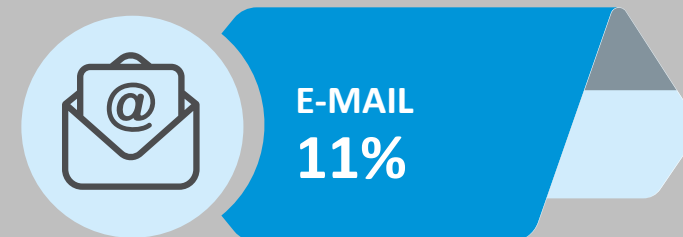
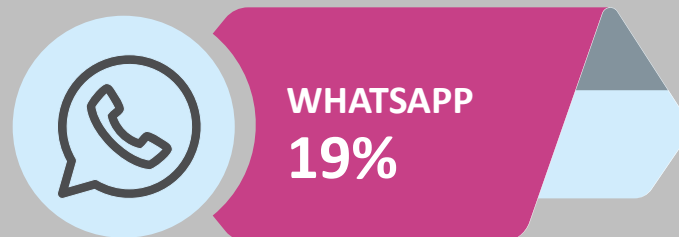
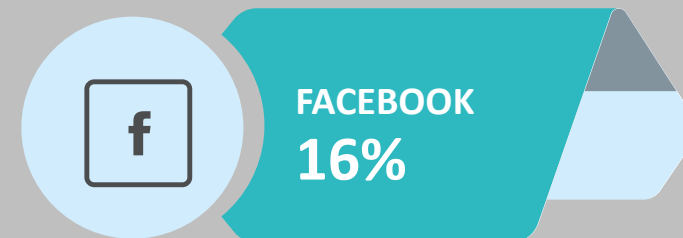
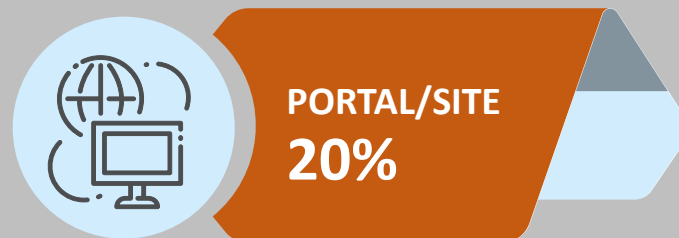
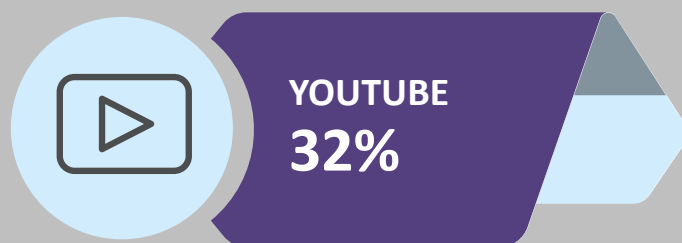
# GERENTE E AMIGOS SÃO OS PRINCIPAIS CONSELHEIROS FINANCEIROS

*Investidores e recorte por geração*



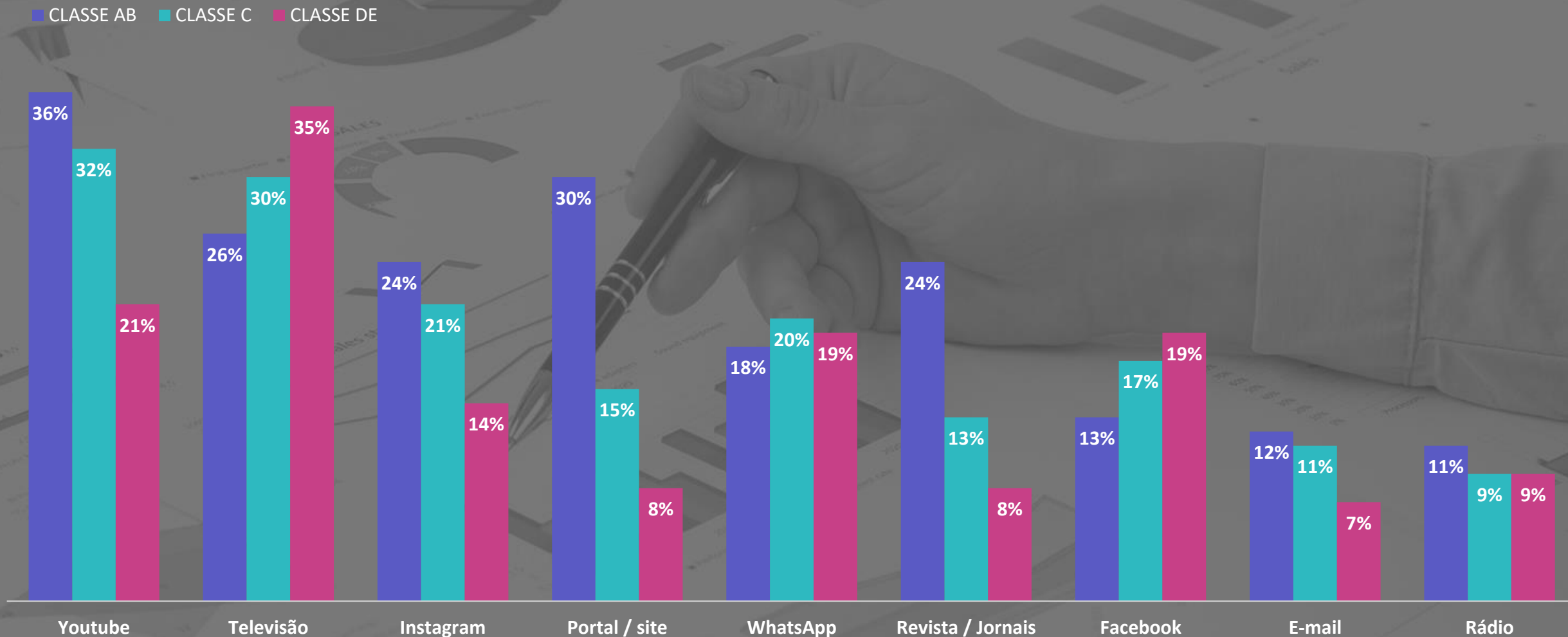
# YOUTUBE LIDERA NA BUSCA POR INFORMAÇÃO SOBRE INVESTIMENTO

*Investidores*



# CLASSE D/E PRIVILEGIA A TV; AB PREFERE O YT

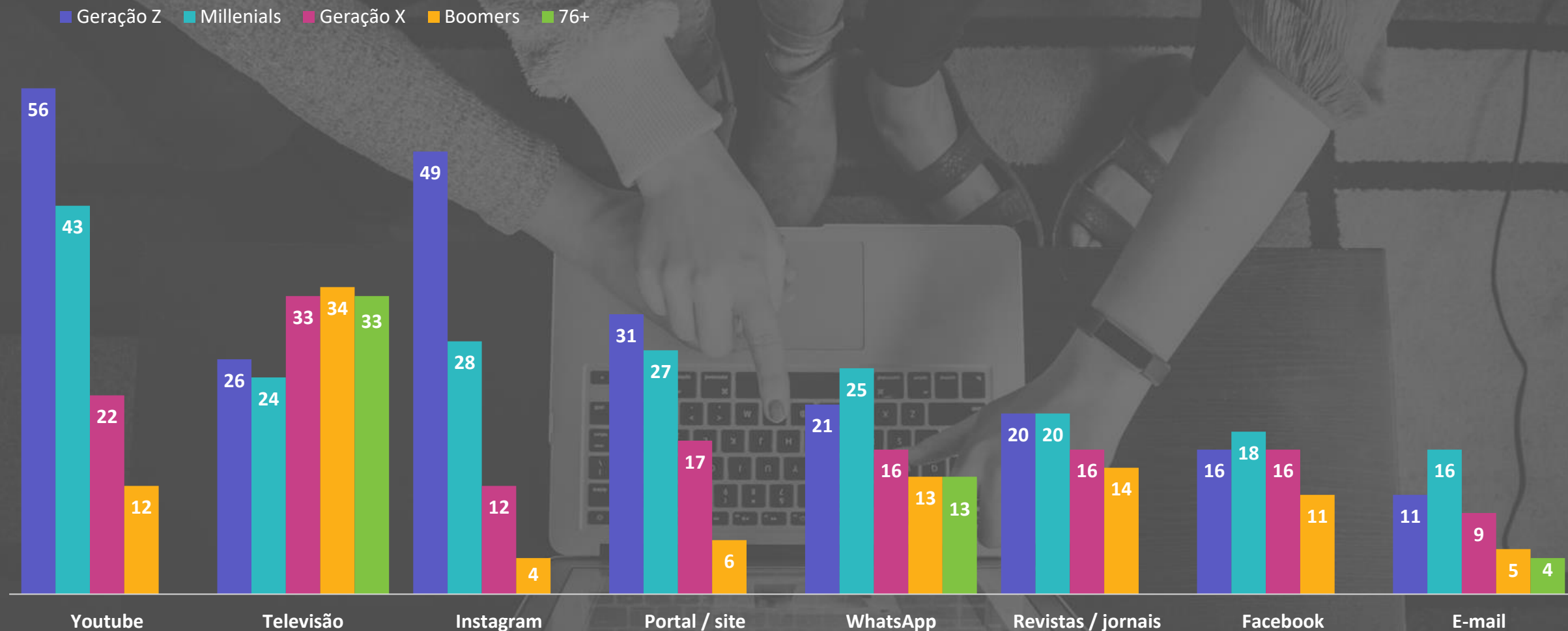
*Investidores e recorte por classes*





# JOVENS PRIVILEGIAM AS REDES SOCIAIS COMO CANAL DE INFORMAÇÃO

*Investidores e recorte por geração*



# EXPECTATIVA DE QUEM AINDA ESTÁ NA ATIVA CONTRASTA COM PERCEPÇÃO DO APOSENTADO

## NÃO APOSENTADOS



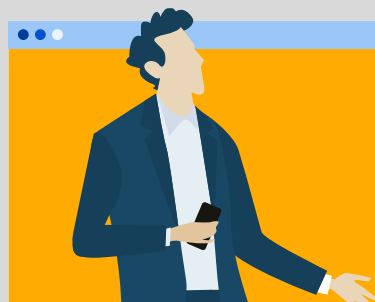
55%

Esperam se sustentar com a aposentadoria do INSS



46%

Acreditam que na aposentadoria suas despesas irão aumentar



22%

Acreditam que a vida financeira irá piorar na aposentadoria



## APOSENTADOS



92%

Se sustentam com a aposentadoria do INSS

67%

Acreditam que as despesas aumentaram

43%

Afirmam que após a aposentadoria a vida financeira piorou.



# RAIO-X DO INVESTIDOR

Brasileiro

