

FINFLUENCE

Quem fala de investimentos nas redes sociais



POR QUE OLHAMOS PARA OS FINFLUENCERS?

PORTA-VOZES DAS CASAS



Fazem **publicidade** para as instituições financeiras e até recomendam produtos

PRÓXIMOS DOS INVESTIDORES



São **próximos** e têm **influência** com todo tipo de investidor, dos iniciantes aos experts

FALAM DO QUE INTERESSA



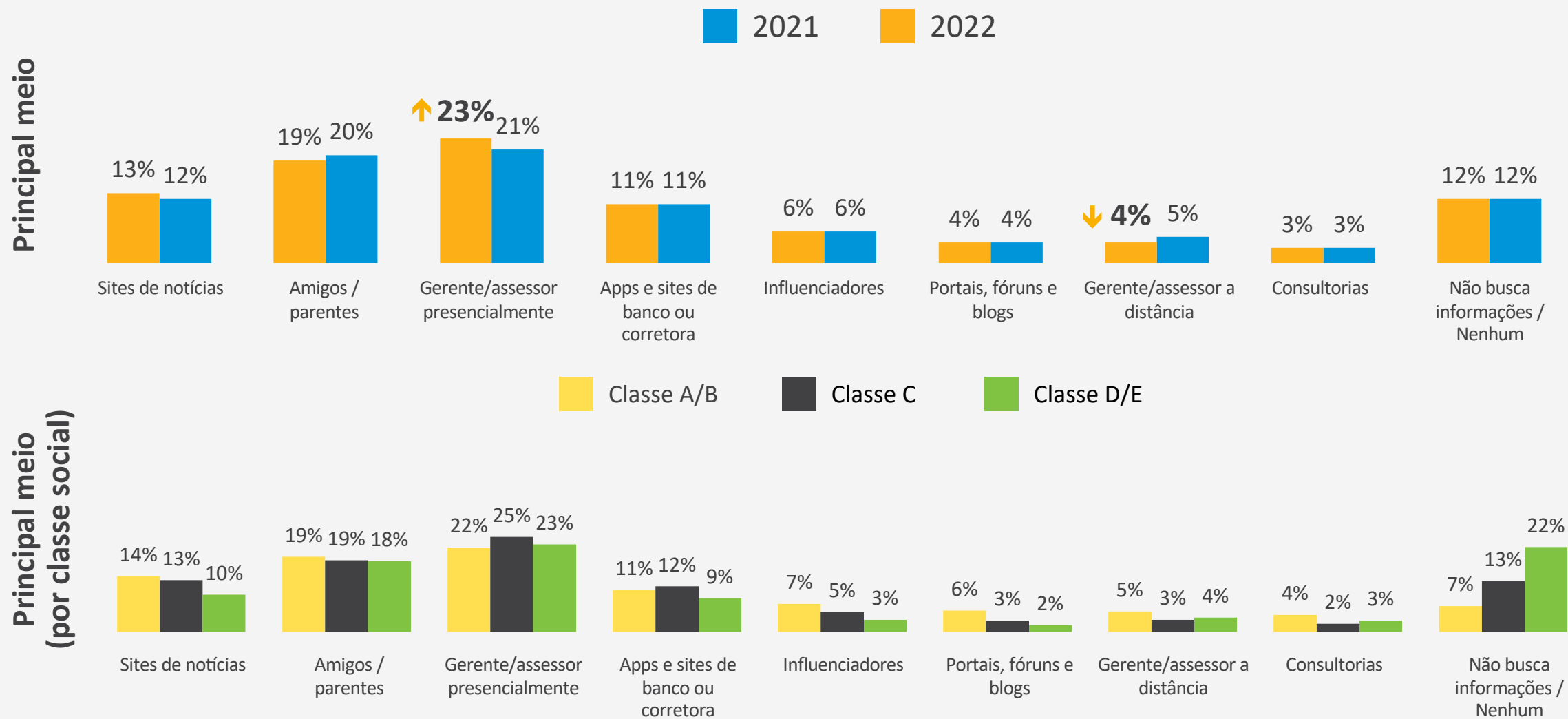
Ajudam a entender como o tema **investimentos** é tratado nas redes sociais

RELEVÂNCIA

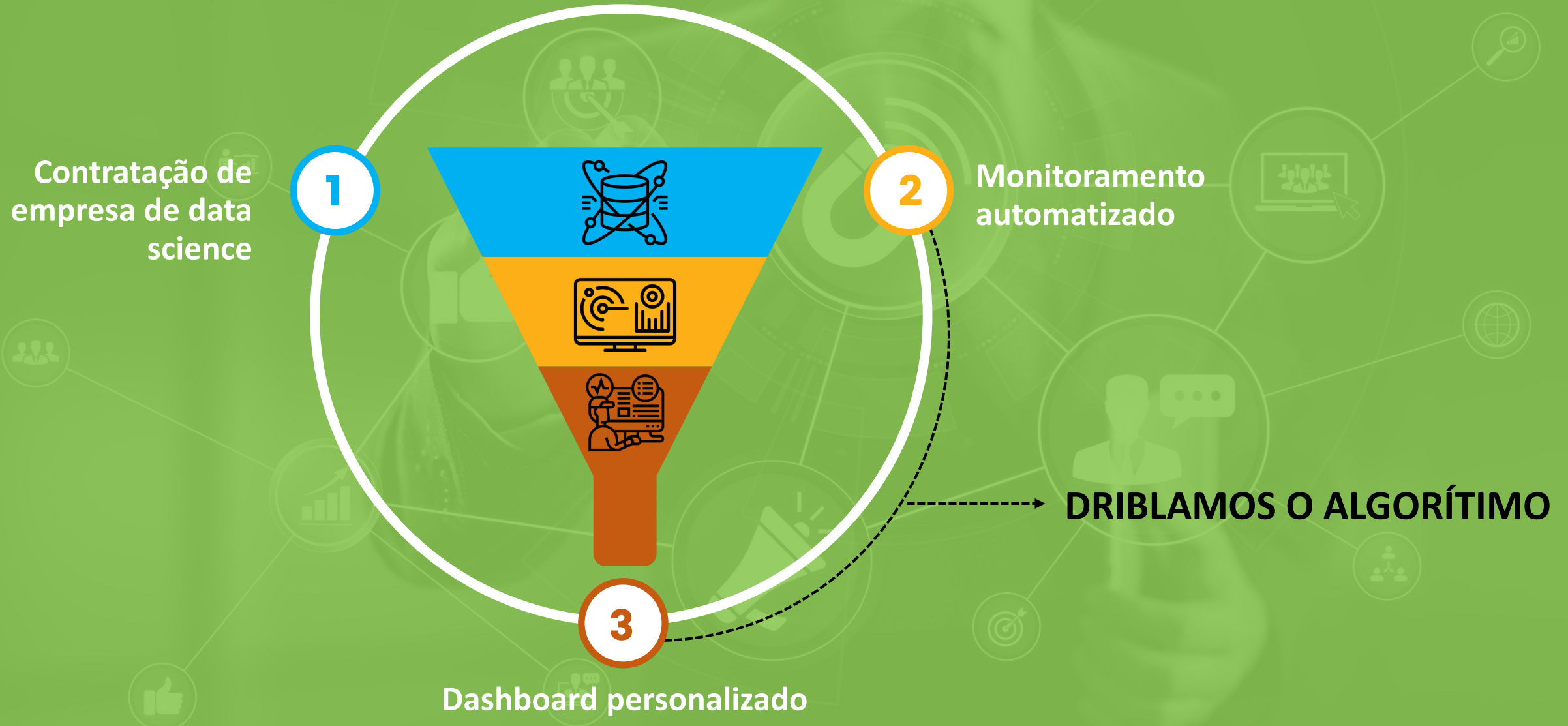


Tornaram-se um **agente relevante** dentro do **mercado de investimentos**

ONDE OS INVESTIDORES BUSCAM INFORMAÇÕES QUANDO DECIDEM INVESTIR?



COMO MONITORAMOS?



ONDE MONITORAMOS?

O que olhamos



Twitter



Instagram



Youtube



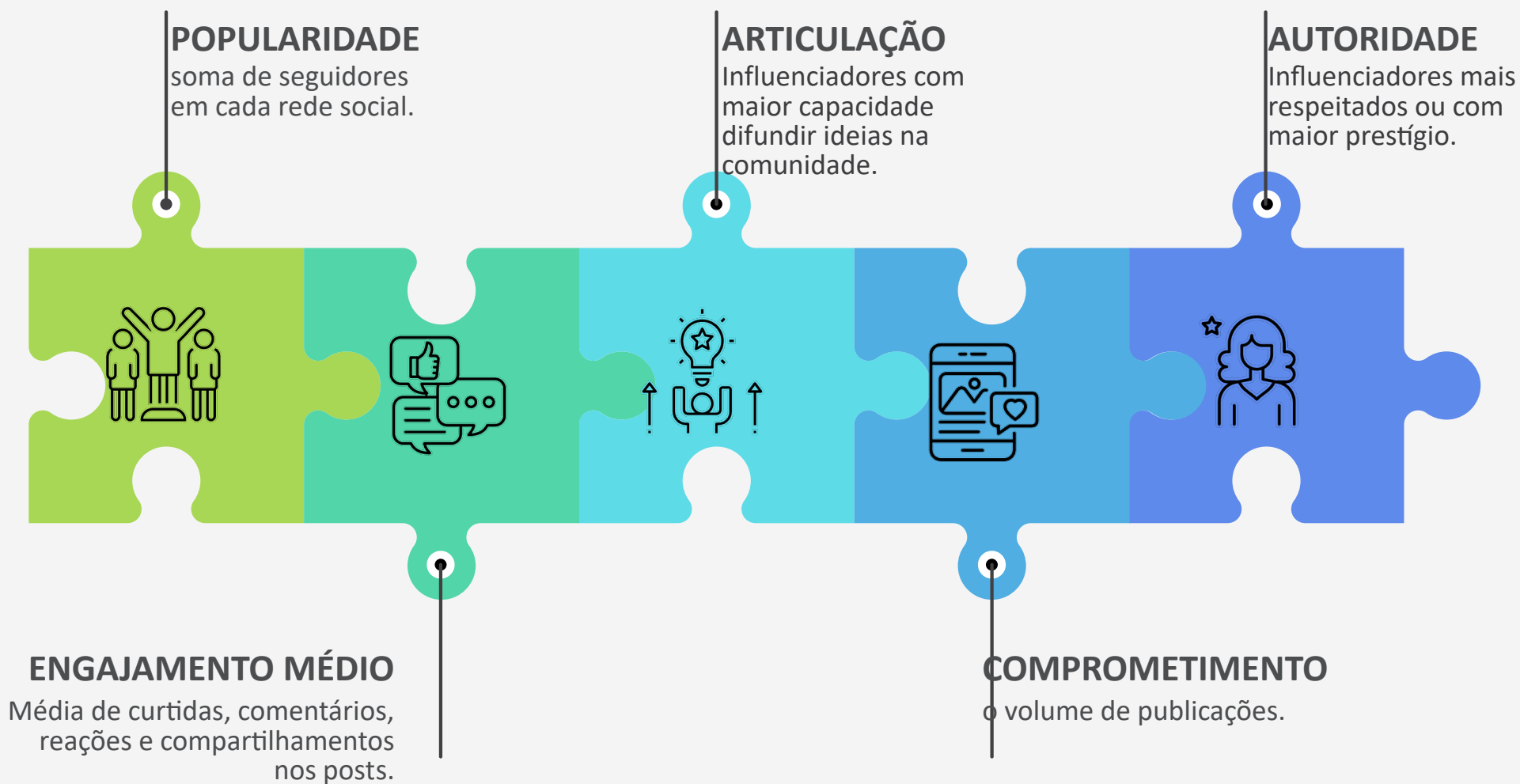
Facebook



TikTok*

** Não é monitorado via API*

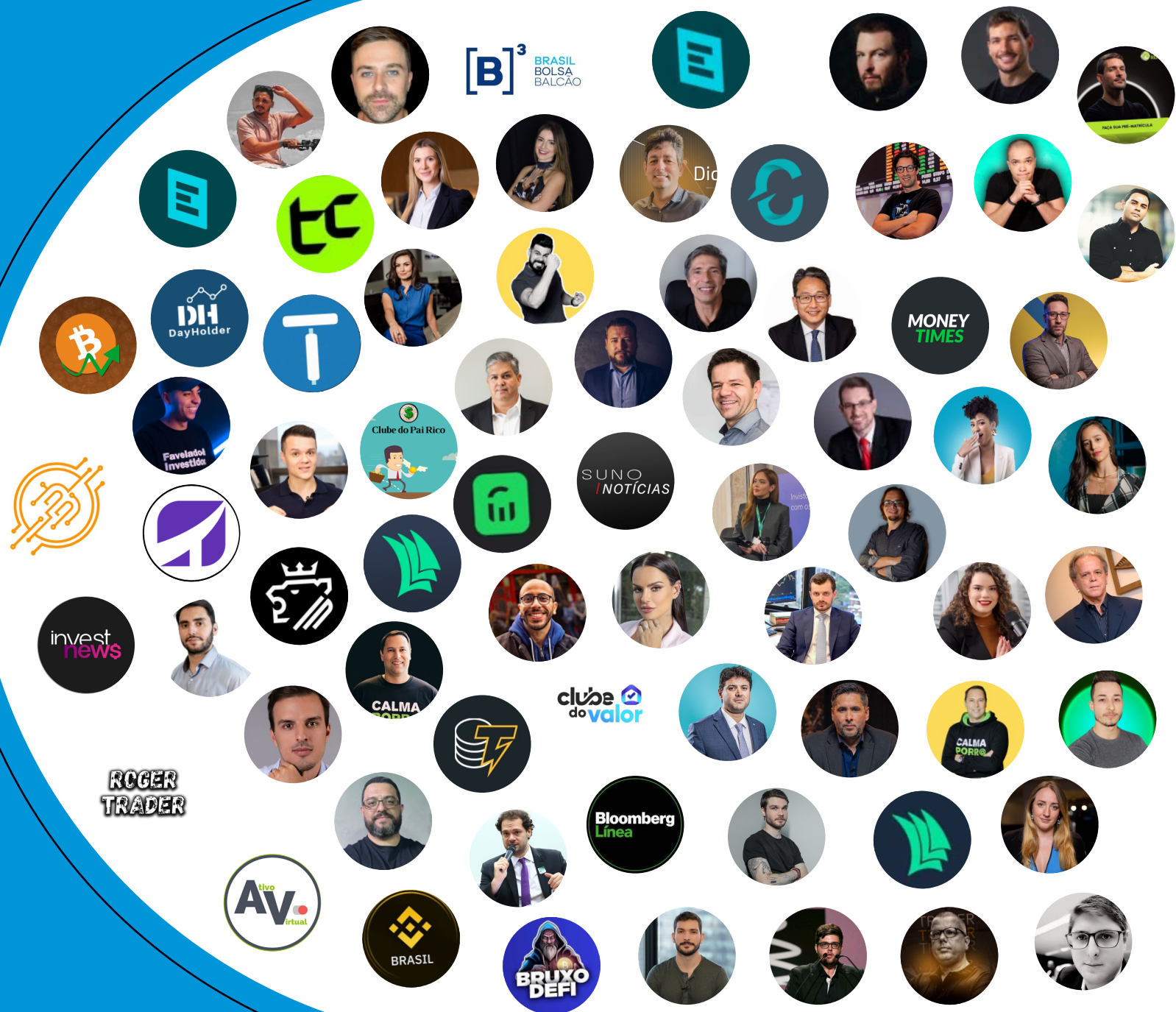
O QUE AVALIAMOS?



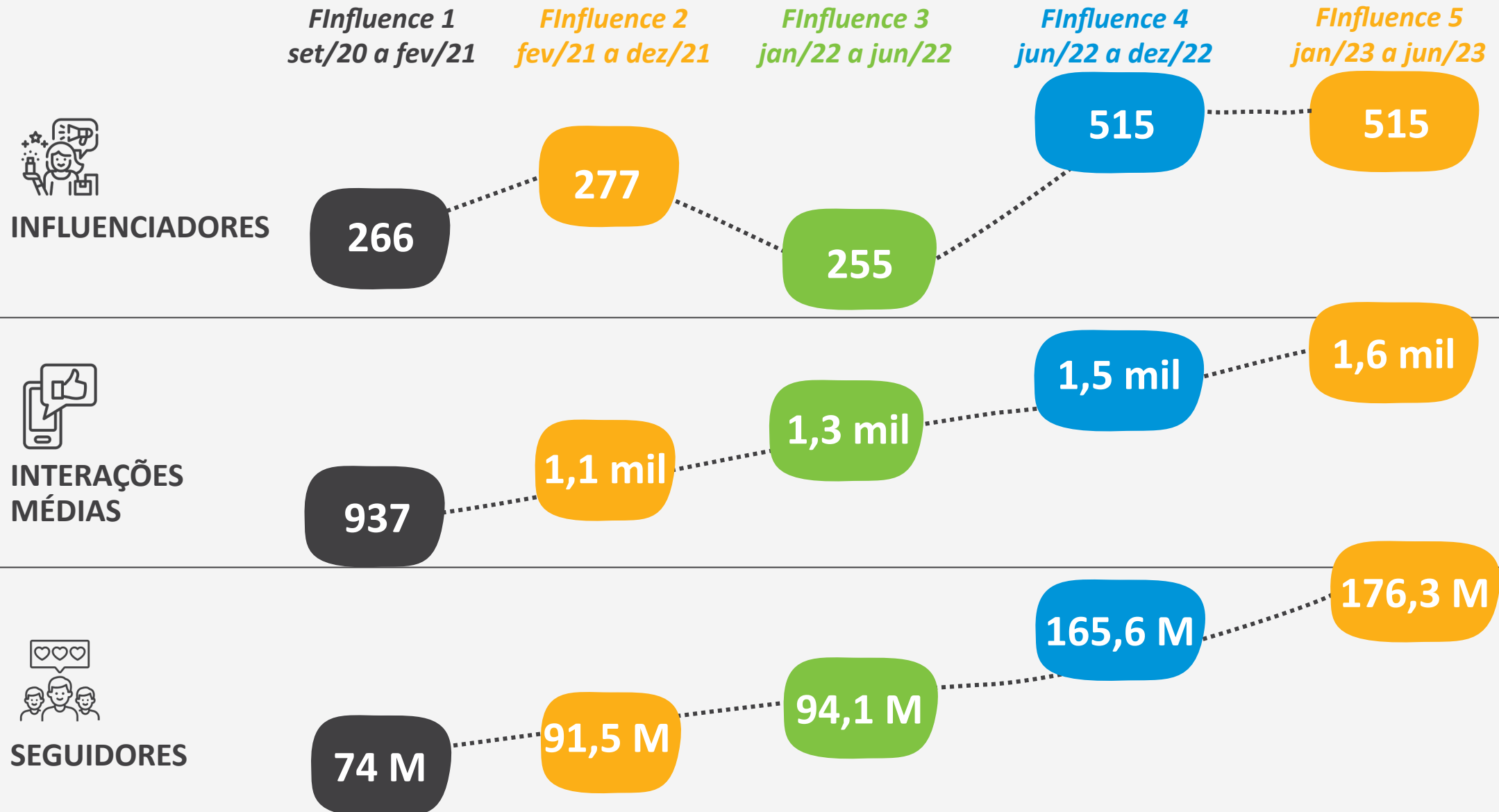
QUEM É O INFLUENCIADOR DIGITAL DE FINANÇAS:

Figura pública que se expressa e gera conteúdo sobre finanças e mercado de capitais por meio das redes sociais, impactando indivíduos e comunidades. Com sua credibilidade, ele influencia a decisão de pessoas no ambiente das mídias digitais.

Veja quem são os 515 monitorados da 5ª edição do Finfluence



EVOLUÇÃO DOS NÚMEROS



QUEM É O INFLUENCIADOR DE FINANÇAS?

As cinco principais categorias respondem por:

✓ **64%**
DOS FINFLUENCERS ATIVOS

✓ **74%**
DA AUDIÊNCIA TOTAL

✓ **51%**
DO CONTEÚDO ANALISADO

PRINCIPAIS CATEGORIAS*



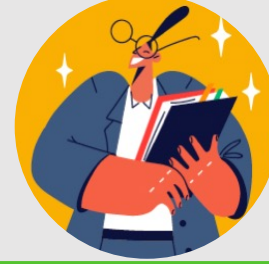
PRODUTORES DE CONTEÚDO

@ 162 influenciadores
Alcance: 97,8 milhões



INVESTIDOR INDEPENDENTE

@ 27 influenciadores
Alcance: 5,5 milhões



REGULADOR DE MERCADO

@ 2 influenciadores
Alcance: 2,5 milhões



TRADER

@ 74 influenciadores
Alcance: 14 milhões



ANALISTA

@ 67 influenciadores
Alcance: 11,5 milhões

RANKING INFLUENCIADORES



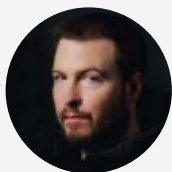
1°



Economista Sincero
Produtor de conteúdo



2°



O Primo Rico
Produtor de conteúdo



3°



Tiago Guitián Rein
Analista



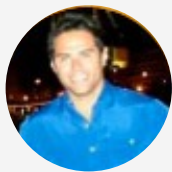
4°



Herman Grebb
Trader



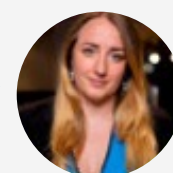
5°



Rafael Zattar
Analista



6°



Cristiane Fensterseifer
Analista



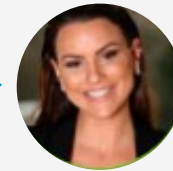
7°



Flávio Augusto
Produtor de conteúdo



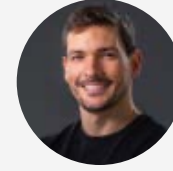
8°



Riqueza Em Dias
Produtor de conteúdo



9°



Bruno Perini Você MAIS Rico
Produtor de conteúdo



10°



Gustavo Cerbasi
Especialista



RANKING EMPRESAS

1°



Dica de Hoje
Casa de análise



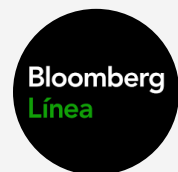
6°



Empiricus
Casa de análise



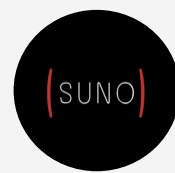
2°



Bloomberg Línea Brasil
Portal especializado



7°



Suno Notícias
Casa de análise



3°



Me Poupe!
Portal especializado



8°



Money Times
Portal especializado



4°



InvestNews
Portal especializado



9°



Criptofácil
Portal especializado



5°



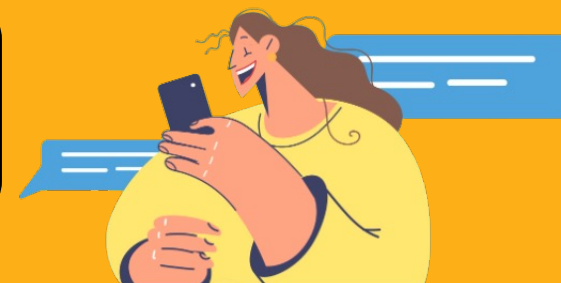
Cointelegraph Brasil
Produtor de conteúdo



10°

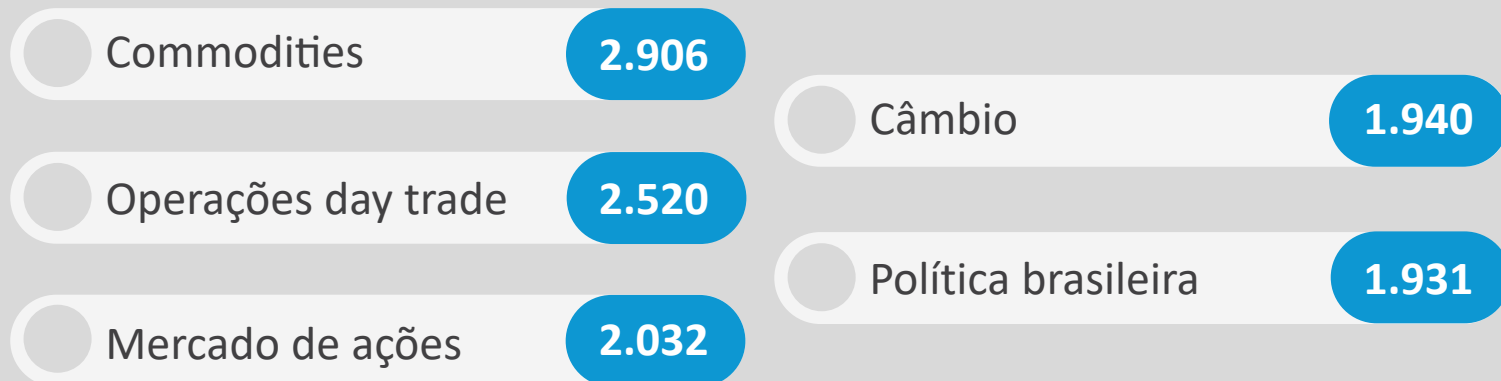


Clube do Valor
Portal especializado

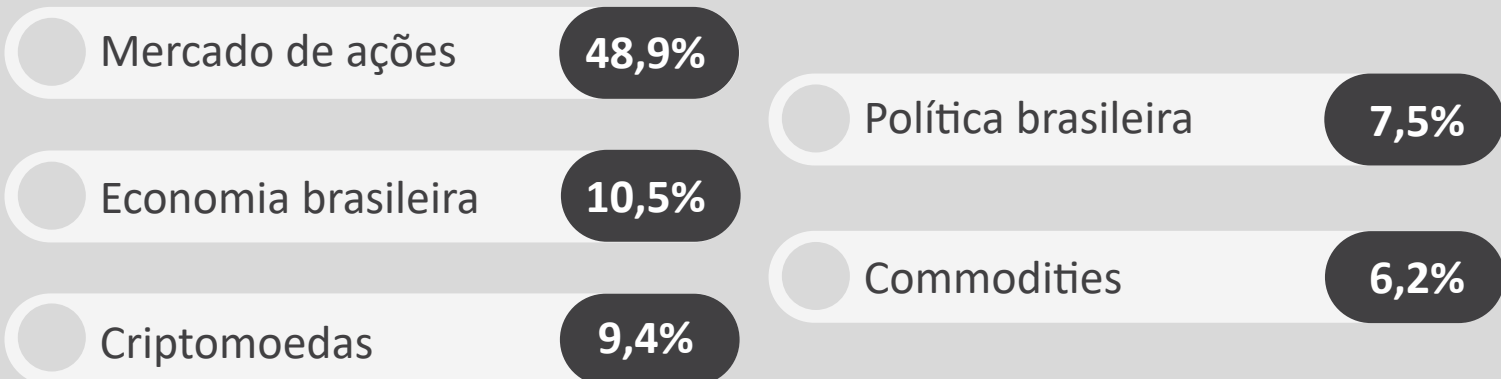


TEMAS

TEMAS EM QUE O PÚBLICO MAIS ENGAJA*

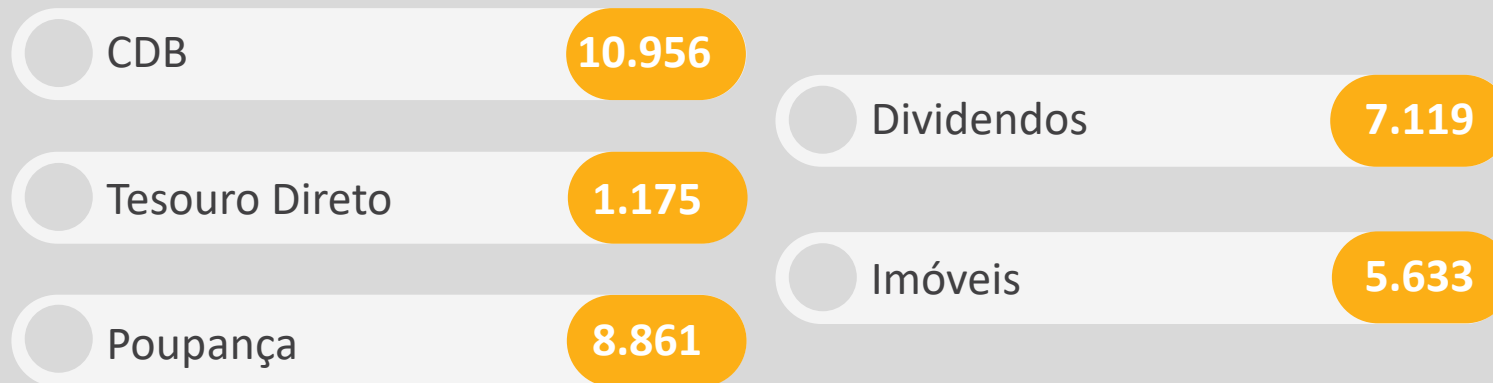


TEMAS MAIS FALADOS

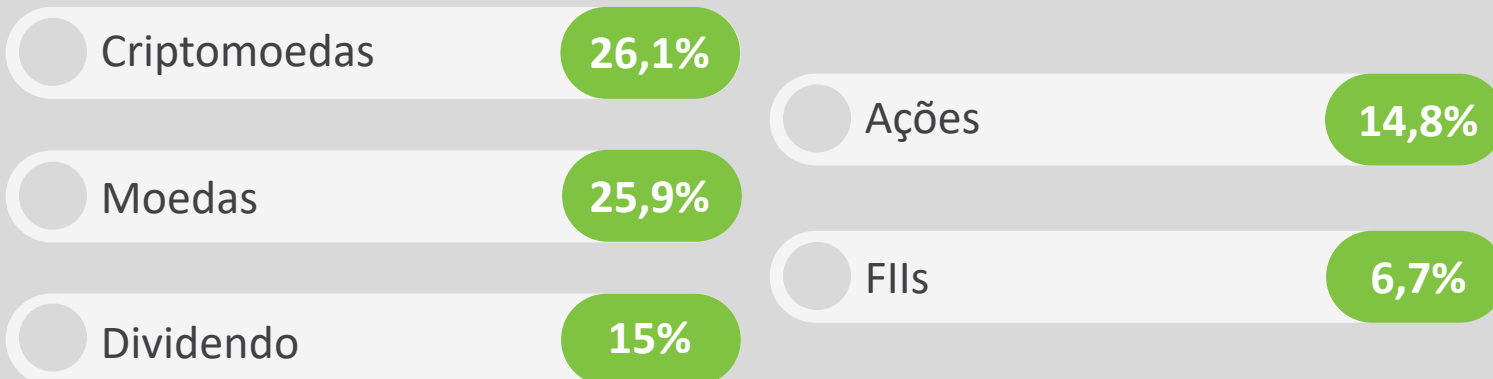


PRODUTOS

PRODUTOS EM QUE O PÚBLICO ENGAJA MAIS*



PRODUTOS MAIS ABORDADOS



PUBLICAÇÕES POR REDE SOCIAL

Proporção por Publicações



X



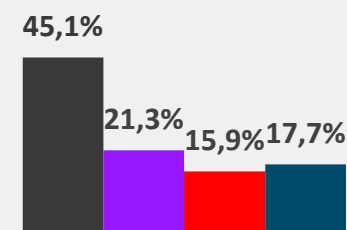
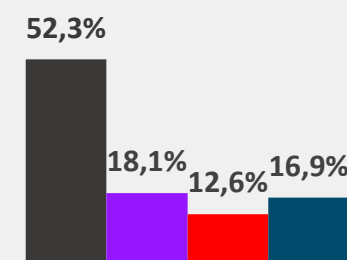
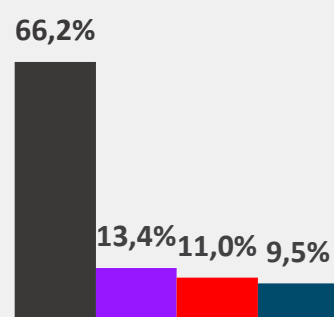
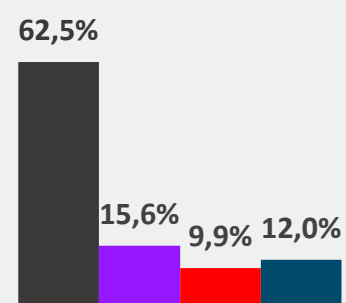
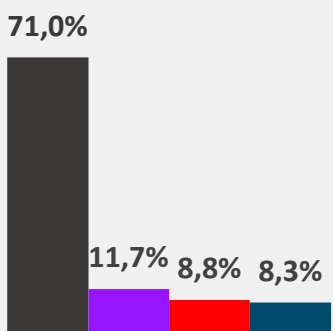
Instagram



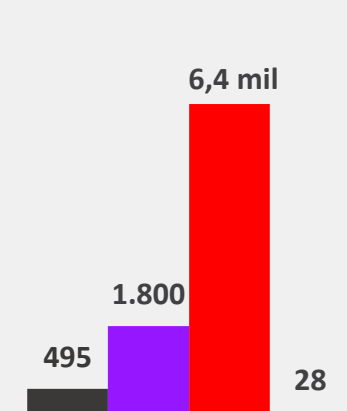
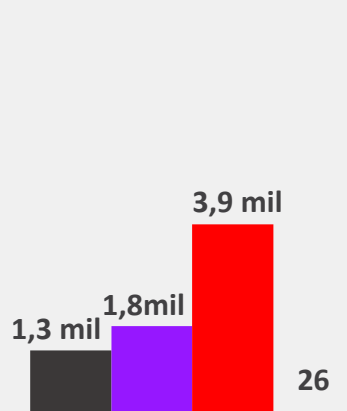
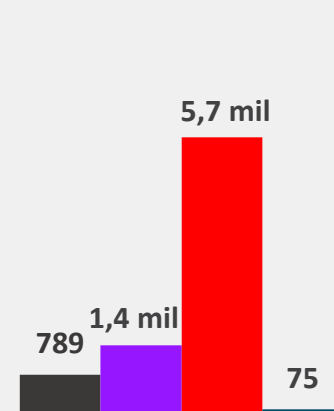
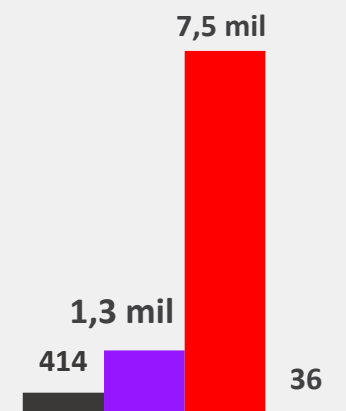
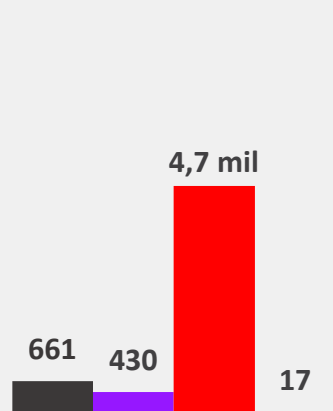
YouTube



Facebook



Média de interação por Post



FINFLUENCE I

FINFLUENCE II

FINFLUENCE III

FINFLUENCE IV

FINFLUENCE V

PARCERIAS COM O MERCADO

✓ 249

influenciadores tinham algum tipo de parceria com o mercado

✓ 116

eram vinculados com instituições que seguem nossos códigos

✓ 133

tinham parcerias com instituições não vinculadas à ANBIMA



REGRAS PARA CONTRATAÇÃO DE INFLUENCIADORES

ABRANGÊNCIA

Regras voltadas para o distribuidor.



RESPONSABILIDADE

- O distribuidor é responsável pelo conteúdo divulgado;
- O distribuidor deve garantir que o influenciador possua as certificações/autorizações necessárias, caso o conteúdo divulgado exija tais habilitações;



REGRAS PASSAM A VALER EM 13 DE NOVEMBRO

TRANSPARÊNCIA

PARA O INVESTIDOR

Necessidade de informar durante a divulgação (menção escrita ou verbal) que o conteúdo divulgado se trata de publicidade, vinculando à instituição contratante;

NA CONTRATAÇÃO:

- Descrição geral dos produtos, meios de divulgação e se o envolve atividade regulada (como análise ou recomendação);
- Descrição sobre a remuneração entre as partes;
- Vigência.



INSIGHTS

Os veículos de imprensa especializados e as instituições financeiras crescem em relevância



INSIGHTS

Quase 49% dos influenciadores monitorados mantêm parcerias com instituições do mercado; 47% desse grupo têm relação com casas ligadas à ANBIMA.



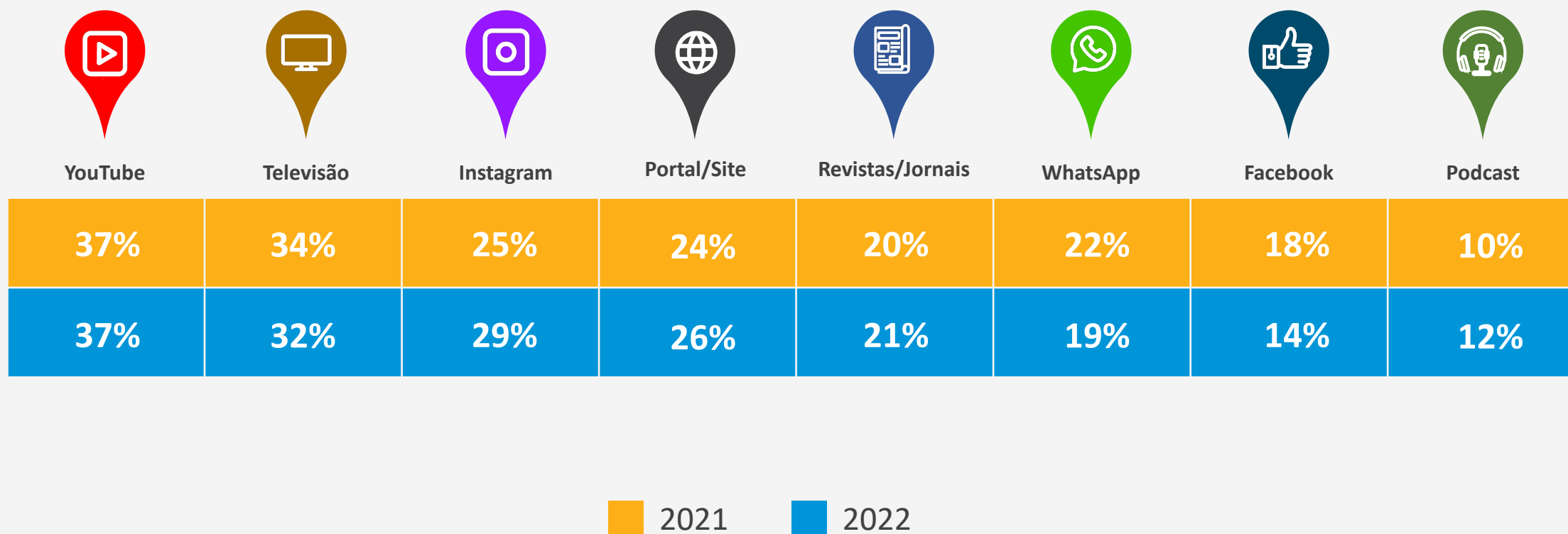
INSIGHTS

Assuntos que pautam a imprensa encontram eco junto aos influenciadores. Pós-eleições, as atenções se voltaram para **economia brasileira**.



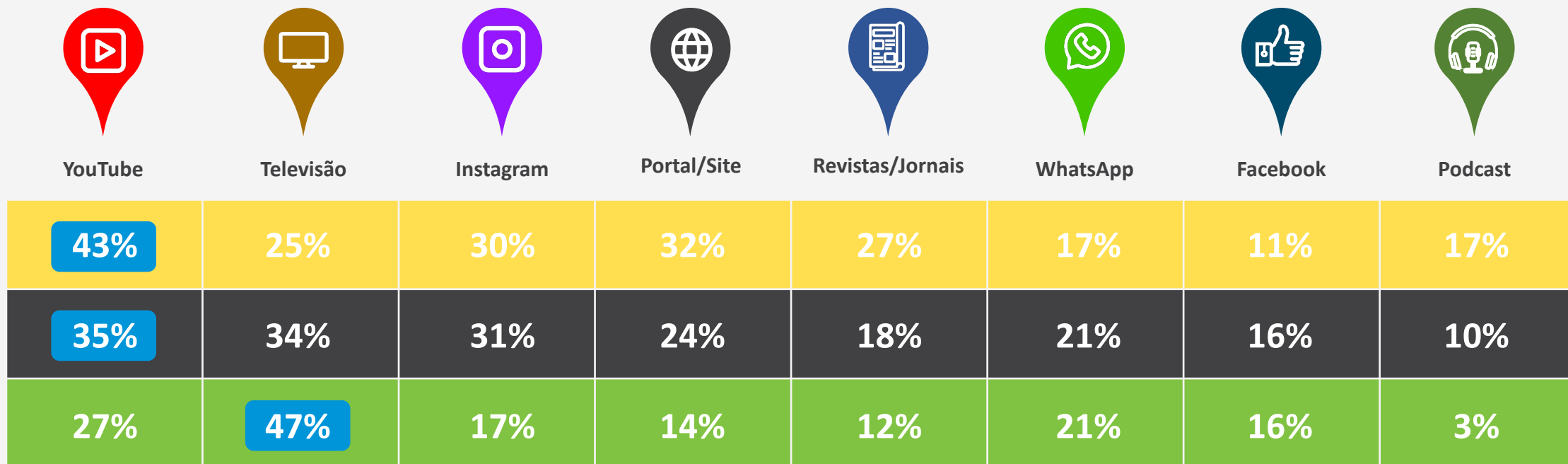
UM MUNDO DE MÚLTIPLOS CANAIS

Quais canais mais usados por ano?



UM MUNDO DE MÚLTIPLOS CANAIS

Quais canais mais usados pra buscar informações entre as diferentes classes sociais?



 Classe A/B

 Classe C

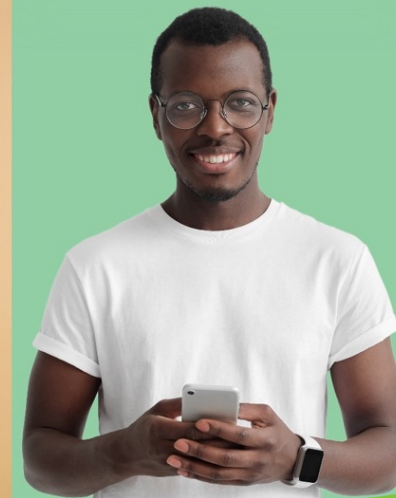
 Classe D/E

PRÓXIMOS PASSOS

- ✓ Agenda recorrente com os influenciadores;
- ✓ Educação e informação;
- ✓ Parceria com CVM (regulação);
- ✓ Entrada em vigor das regras para as instituições que contratam influenciadores;
- ✓ Edições semestrais.



BAIXE O RELATÓRIO



Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 501, bloco II, conj.
704 – Botafogo - 22250-911
Rio de Janeiro RJ Brasil
+ 55 21 2104 9300

São Paulo

Rua Dra. Ruth Cardoso, 8.501 21º andar
05425-070 São Paulo SP Brasil
+ 55 11 3471 4200