



7º EnPE Encontro de Pesquisa e Extensão

COMUNICAÇÃO ORAL

INVESTIMENTOS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA: UMA QUESTÃO DO(A) CAPITAL?

Ismael Fernandes da Silva Junior¹, Thayse Machado Guimarães², Tayson Marques Machado³
Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro - Campus
Patrocínio
CNPQ
ismaelfernandesptc60@gmail.com¹, thayse@iftm.edu.br², taysonmarques99@gmail.com³

Este estudo tem por objetivo descrever as principais mudanças do cenário brasileiro no que tange aos perfis e interesses dos investidores, bem como as práticas mais comuns que visam a promoção da educação financeira no Brasil. Frente a isso, foram analisados os relatórios da pesquisa “Raio X do Investidor” em suas edições de 2017, 2018 e 2019 para uma análise comparativa e síntese do perfil do investidor brasileiro. Ademais, foram consultados sites de instituições como a ANBIMA, BACEN e B3 para obtenção de informações quanto ao número de registro de investidores na bolsa, histórico da taxa Selic, bem como para investigação das práticas de educação financeira que têm sido adotadas, especialmente em momentos de crise, como a pandemia gerada pelo COVID-19. De maneira geral, notou-se que o perfil dos investidores não se alterou muito ao longo dos últimos anos, visto que poucos possuem conhecimento sobre produtos financeiros e há a preferência por deixar os recursos na poupança. Não há um número mais elevado de investidores nas capitais ou regiões metropolitanas, mas há uma concentração deles nas regiões sudeste e sul do Brasil, sendo a maioria do gênero masculino. Foi observado grande crescimento no número de CPFs cadastrados na B3, embora ainda seja pouco expressiva a elevação dos investimentos em ações e/ou fundos de investimento. Por fim, visualizou-se o crescimento de canais e/ou veículos de informação sobre educação financeira, com especial destaque para o “Me Poupe!” e “O Primo Rico”, que são fontes de informação e esclarecimento para o investidor brasileiro.

Palavras-chave: investimentos; educação financeira; perfil do investidor.

Introdução

A respeito de como os brasileiros lidam com o dinheiro, assim como demonstra a pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito – SPC (2019), com a retomada dos níveis de confiança da economia, 55% dos brasileiros tiveram como meta financeira para 2019 juntar dinheiro e 37% almejam sair do vermelho. No entanto, a pesquisa, desenvolvida pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA), demonstrou que 62% dos brasileiros não economizou nada em 2019, o que faz com que estes cidadãos fiquem mais vulneráveis (ANBIMA, 2020a).

Especialmente em tempos de crise, como a crise sanitária e financeira gerada pela pandemia do COVID-19, entende-se que o mundo e os brasileiros terão prejuízos financeiros, o

que faz os temas poupança e investimento se tornarem ainda mais relevantes. Nesse contexto, visualiza-se a real necessidade do planejamento das famílias e empresas quanto ao estabelecimento de uma reserva de emergência, o que faz os impactos dessa crise serem mais severos para uns do que para outros (ANBIMA, 2020a).

Em relação a disseminação de educação financeira, há um crescente número de canais, blogs, livros e cursos sobre finanças no Brasil. Um exemplo deste crescimento é o canal do YouTube “Me Poupe!”, criado em 2015 por Nathália Arcuri e que, em abril de 2020 possuía 4,8 milhões de inscritos. Outro canal com destaque é “O Primo Rico”, que existe desde 2006 e, no mesmo mês, tinha 3,3 milhões de usuários cadastrados.

Outro destaque diz respeito aos meios que os investidores utilizam para fazer aplicações financeiras. A grande maioria (mais de 70%) opta por investir pessoalmente nos bancos, ou pelo aplicativo ou site destas instituições financeiras. Apenas 6% utiliza os sites das corretoras de investimentos (ANBIMA, 2020a), o que demonstra que, apesar do perfil do investidor apresentar algumas mudanças nos últimos anos, ainda há potencial para maior compreensão da temática e diversificação dos investimentos.

Objetivos

Objetivo Geral

Este estudo almeja descrever as principais mudanças do cenário brasileiro no que tange aos perfis e interesses dos investidores brasileiros, bem como as práticas mais comuns que visam a promoção da educação financeira no Brasil.

Objetivos Específicos

- Compreender o que tem mudado do perfil do investidor, a partir dos dados divulgados pela ANBIMA nos últimos anos;
- Mapear o perfil predominante do investidor brasileiro, de forma a compreender também se há uma influência da região em que os investidores vivem, ou seja, compreender o perfil dos investidores da capital versus o perfil dos investidores do interior;
- Identificar e descrever o crescimento de canais brasileiros de educação financeira nos últimos anos, conforme diferentes plataformas, como Youtube e Instagram;
- Realizar um levantamento das principais práticas de educação financeira adotadas nos últimos anos por órgãos reguladores como a ANBIMA e a CVM.

Metodologia

O presente estudo, quanto à finalidade, se classifica como uma pesquisa aplicada, a qual está voltada para a aquisição de conhecimento de uma situação específica, que neste caso diz respeito aos perfis dos investidores e à educação financeira no Brasil. Ademais, quanto aos objetivos, é uma pesquisa descritiva, já que visa descrever as características de uma determinada população e possíveis relações entre variáveis (GIL, 2010).

Quanto ao método, é uma pesquisa quantitativa, pois os dados secundários obtidos serão analisados conforme análise estatística (média, moda, mediana e desvio padrão), utilização de gráficos e tabelas de frequência para descrever os perfis dos investidores e o panorama brasileiro sobre o tema educação financeira (GIL, 2010).



7º EnPE

Encontro de Pesquisa e Extensão

Ressalta-se que, por envolver material já publicado, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, pois serão consultados sítios eletrônicos de agências reguladoras do Sistema Financeiro Nacional, bem como relatórios publicados por estas instituições (GIL, 2010; MARCONI; LAKATOS, 2010).

Para realização deste estudo, foram consultados sites de instituições como a ANBIMA, B3, BACEN e Tesouro Direto e redes sociais, especialmente o Youtube para análise dos canais “Me Poupe!” e “O Primo Rico”. As informações sobre os conteúdos dos canais foram obtidas em abril de 2020, enquanto que a análise dos dados do perfil do investidor, por meio da pesquisa “Raio X do Investidor” (edições 2017, 2018 e 2019), foi finalizada em agosto de 2020, visto que a última edição foi disponibilizada apenas em julho de 2020.

Referencial Teórico

Segundo os autores Silva et al (2017), ainda não há uma educação financeira efetiva entre os estudantes brasileiros do ensino médio, com destaque para o baixo conhecimento financeiro possibilitado pela escola. A pesquisa, que envolveu 4698 alunos de 14 da rede pública de Blumenau e região, demonstrou que uma parcela significativa dos jovens guarda recursos somente quando sobra ou há um motivo necessário.

De maneira complementar, Silva, Leal e Araújo (2017) analisaram a realidade de 976 estudantes do ensino médio da cidade de Uberlândia e notaram que há baixo domínio de assuntos a respeito do consumo, dinheiro no tempo e poupança. Ademais, há diferenças do conhecimento em relação a variáveis como: gênero, renda familiar, série que está cursando e pretensão de cursar o nível superior.

Van Rooij, Lusardi e Alessie (2011) destacam que os indivíduos têm se tornado, cada vez mais, ativos no mercado financeiro, sendo que a participação no mercado tem sido acompanhada ou mesmo incentivada pela oferta de novos produtos e serviços. Contudo, nem todos produtos financeiros são fáceis de entender, especialmente no que tange aos investidores não-sofisticados. Nesse sentido, criar intervenções como programas de educação financeira é uma resposta óbvia ao aumento da complexidade do mercado financeiro (FERNANDES; LYNCH JR.; NETEMEYER, 2014).

Desenvolvimento/resultados

Diante dos objetivos propostos, buscou-se compreender o perfil dos investidores pessoa física cadastrados na B3 de 2002 a 2020. Quanto à localização dos investidores, o levantamento disponibilizado pela B3 demonstra que, dos quase 3 milhões de investidores cadastrados, aproximadamente 76% concentra-se em seis estados das regiões sul e sudeste do Brasil, com destaque para o estado de São Paulo, o qual abrange mais de 38% das pessoas cadastradas, o que coincide com os dados expostos no “Raio X do Investidor” pesquisa disponibilizada pela ANBIMA.

De maneira mais específica, quando analisada a separação entre cidades do interior e da capital (considerando também a região metropolitana), a referida pesquisa ressaltou que mais da metade da amostra analisada (51%) é composta de pessoas do interior do país, o que evidencia que investir não necessariamente está condicionado a morar nos grandes centros, pois houve equilíbrio em relação à localização. Ressalta-se, no entanto, que o perfil predominante dos investidores se centra nas regiões mais desenvolvidas do país.

Ainda sobre o perfil dos investidores, quando questionados se conseguiram poupar nos últimos três anos, foi observado que apenas cerca de 33%, 34% e 38% pouparam respectivamente nos anos de 2017, 2018 e 2019. Dentre todos os entrevistados que sinalizaram realizar algum tipo de investimento, o destaque foi para produtos financeiros e imóveis, bens ou pagamento de dívidas. Ademais, os fatores mais predominantes, em relação ao que analisam para escolher as aplicações, foram: os custos e riscos (13%), liquidez (11%) e os benefícios (11%) em 2017; a segurança (20%), o retorno da aplicação (10%) e a liquidez (9%) em 2018; o retorno (28%), a liquidez (25%) e as taxas e impostos (14%). Este fato demonstra que há uma ligeira mudança do foco do investidor, isto é, comparando com os dois primeiros anos, o último demonstra maior foco no retorno e não nos fatores de risco.

A respeito dos canais do Youtube analisados, isto é, “Me Poupe!” e “O Primo Rico”, percebeu-se que o primeiro, até a data limite de análise deste estudo, possuía cerca de 641 vídeos a mais que “O Primo Rico”. Esta diferença demonstra que, em termos de volume de vídeos, o primeiro canal é quase três vezes maior que o segundo. Além disso, ao considerar o número de inscritos, tem-se, respectivamente, 4,8 milhões e 3,3 milhões, o que também evidencia uma popularidade maior para o canal “Me Poupe!”. Quanto aos conteúdos dos vídeos, o canal “Me Poupe!” apresenta um conteúdo mais expressivo sobre controle financeiro e dicas de como ganhar mais e/ou economizar. Já o canal “O Primo Rico” apresenta uma playlist maior sobre o conteúdo “Rumo ao Milhão”, que foi o tema que levou à elaboração de um dos livros bestsellers deste autor.

Recentemente órgãos reguladores realizaram ações para disseminar educação financeira, entende-se que estas iniciativas são essenciais para formação do investidor e desenvolvimento do mercado brasileiro, já que infelizmente menos da metade da população tem conhecimento sobre os produtos financeiros e, dentre os que possuem algum conhecimento, poucos exploram as opções nele existentes.

Considerações/conclusões

A respeito do levantamento realizado, foi possível notar que o perfil do investidor não se alterou muito ao longo dos últimos três anos. Infelizmente, a maioria da população (52%) não possui conhecimento sobre produtos financeiros e, dos que realizam algum investimento, considerável parcela (37%) mantém seus recursos na poupança, ficando estes investidores mais restritos ao mix de produtos ofertados pelos bancos.

No geral, especialmente as regiões sudeste e sul concentram o maior número de investidores da bolsa de valores brasileira, sendo predominantes os indivíduos do gênero masculino. Quanto ao domicílio, há um equilíbrio entre os que são do interior e os que habitam a capital ou região metropolitana, o que indica que investir não está necessariamente ligada à questão dos grandes centros, mas sim às regiões mais desenvolvidas.

Entende-se que, especialmente em tempos de crise, como a crise sanitária em função do COVID-19, faz-se necessária a reflexão da importância de saber ganhar mais dinheiro, reduzir gastos e investir, além de ter uma reserva de emergência.

Por fim, ressalta-se que, durante a pandemia do COVID-19, os dois canais analisados registaram aumento no número de inscritos, sendo, no caso do “Me Poupe!”, um acréscimo de cerca de 500 mil participantes e “O Primo Rico” mais de 700 mil. Isso demonstra que, diante de maiores dificuldades, a população tem procurado se informar mais sobre assuntos que envolvem o dinheiro, orçamentos domésticos e investimentos.



7º EnPE

Encontro de Pesquisa e Extensão

Referências bibliográficas

AGÊNCIA BRASIL. **Copom reduz Selic para 3,75% ao ano para conter impacto da pandemia.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-03/copom-reduz-selic-para-375-ao-ano-para-conter-impacto> . Acesso em: 19. set. de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS – ANBIMA(a). **Raio X do Investidor Brasileiro.** 3ª edição. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-2020.htm . Acesso em: 12. ago. de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS – ANBIMA(b). **Como Investir.** Disponível em: <https://comoinvestir.anbima.com.br/escolha/> . Acesso em: 12. ago. de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS – ANBIMA(c). **ANBIMA e CVM trabalharão juntas em projetos de educação financeira.** Disponível em: <https://comoinvestir.anbima.com.br/escolha/> . Acesso em: 15. set. de 2020.

BANCO CENTRAL DO BRASIL – BACEN. **Taxas de juros básicas – Histórico.** Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/historicotaxasjuros> . Acesso em: 15. set. de 2020.

BITTENCOURT, J. A.; SARDINHA, G.; BARBOSA, C. A.; ALVES, R. C. S.; OLIVEIRA, S. A. Análise da Relação entre o Perfil do Investidor, a Realidade do Mercado de Renda Fixa e Variável e a Teoria de Aversão à Perda. **Revista Razão Contábil & Finanças**, Fortaleza, v. 9, n. 2, 2019.

BRASIL, BOLSA, BALCÃO – B3. **Histórico pessoas físicas.** Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/servicos-de-dados/market-data/consultas/mercado-a-vista/historico-pessoas-fisicas/ . Acesso em: 15. set. de 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

SILVA, M. A.; LEAL, E. A.; ARAÚJO, T. S. As Influências dos Fatores Demográficos e Socioeconômicos no Conhecimento Financeiro dos Estudantes do Ensino Médio: Um Estudo nas Escolas Públicas de Uberlândia - MG. In: 2º Congresso UFU de Contabilidade, Gestão e Agronegócio, Uberlândia, 2017.

SILVA, T. P.; MAGRO, C. B. D.; GORLA, M. C.; NAKAMURA, W. T. Financial education level of high school students and its economic reflections. **Revista de Administração da USP (RAUSP)**, v. 52, p. 285-303, 2017.

VAN ROOIJ, M.; LUSARDI, A.; ALESSIE, R. Financial literacy and stock market participation. **Journal of Financial Economics.** v.101, n. 1, p. 449-472, 2011.