

**ALÉM DO PALPITE: COMO O CONHECIMENTO DE MERCADO E AS
INFLUÊNCIAS SOCIAIS SE RELACIONAM COM AS DECISÕES DE
INVESTIMENTO NO BRASIL**

ADRIANA BRUSCATO BORTOLUZZO
INSPER INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA (INSPER)

BERNARDO URBAN
INSPER INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA (INSPER)

RICARDO HUMBERTO ROCHA
INSPER INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA (INSPER)

ANTONIO MATHEUS SÁ

MAURICIO MESQUITA BORTOLUZZO
USP - UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Introdução

Compreender os fatores que determinam as escolhas de investimento é crucial para a segurança financeira e econômica dos cidadãos. A educação financeira reduz erros que levam a perdas, especialmente em períodos de instabilidade econômica. As decisões de investimento pessoal são influenciadas por fatores pessoais, sociais e econômicos, incluindo renda, nível educacional, conhecimento de mercado e aversão ao risco, além de influências de amigos, familiares e canais de informação, e a confiança nas instituições.

Problema de Pesquisa e Objetivo

O estudo busca entender como os indivíduos tomam decisões de investimento e relacionar essa decisão ao nível de conhecimento do mercado financeiro. O objetivo principal é identificar e analisar os fatores que influenciam as escolhas de investimento pessoal no Brasil, com foco no conhecimento de mercado e nas influências sociais. Essa investigação tem implicações importantes para o mercado financeiro, qualidade de vida e desenvolvimento socioeconômico do país.

Fundamentação Teórica

O processo decisório de investimento envolve a avaliação da situação financeira, definição de objetivos (curto, médio ou longo prazo), alocação de ativos e monitoramento do portfólio. O conhecimento de mercado é crucial, levando a maiores retornos, além de mitigar vieses psicológicos. Influências sociais, como amigos e familiares, e mídias digitais impactam as decisões, podendo reduzir incertezas ou induzir comportamentos impulsivos. Fatores demográficos, como gênero, idade, renda e educação, e fatores comportamentais também influenciam o comportamento do investidor.

Metodologia

Foram utilizados dados brutos anuais de 2018 a 2023 da pesquisa “Raio X do Investidor Brasileiro”, com uma amostra de 26.428 indivíduos. A variável dependente foi a “Escolha de Produtos Financeiros”, categorizada em baixa, média e alta complexidade. As variáveis explicativas foram “Conhecimento de Mercado” e “Influências Sociais” (fontes de informação). Variáveis de controle incluíram grau de escolaridade, renda mensal, sexo, idade, região e número de dependentes. A regressão logística foi o método econométrico empregado devido à natureza dicotômica da variável dependente.

Análise dos Resultados

A familiaridade e utilização de produtos de baixa complexidade foram maiores, com queda em 2021. Produtos de média e alta complexidade apresentaram pico em 2020. Escolaridade e renda correlacionaram-se positivamente com a participação no mercado de capitais. Mulheres investem mais em produtos de baixa complexidade e homens preferem maior risco. Conhecimento aumenta a propensão a investir para todas as complexidades. Fontes profissionais são eficazes em baixa complexidade, busca autônoma em alta, e fontes informais são úteis para ingresso inicial em produtos simples.

Conclusão

O estudo confirma que o conhecimento financeiro aumenta a probabilidade de investir, especialmente em produtos complexos, reduzindo barreiras como medo e insegurança. Escolaridade, renda e região influenciam o comportamento de investimento, com maior diversificação em grupos mais escolarizados e com maior renda, e concentração de investidores nas regiões Sudeste e Sul. Diferenças de gênero também são notáveis. Fontes de informação variam em eficácia: profissionais para baixa e média complexidade, busca autônoma para sofisticados, e informais para iniciantes.

Contribuição / Impacto

Os resultados reforçam a necessidade de políticas públicas para educação financeira, especialmente em regiões com menor acesso à informação. Também indicam oportunidades para o setor financeiro desenvolver produtos mais acessíveis e programas educacionais para aumentar a confiança dos investidores. A pesquisa levanta hipóteses sobre o papel das fontes de informação: profissionais influenciam investidores com algum conhecimento, busca autônoma associa-se a investidores sofisticados e informais servem como facilitadores iniciais.

Referências Bibliográficas

- Aren, S., & Aydemir, S. D. (2015). The factors influencing given investment choices of individuals. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 126–135. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.351>
- Wang, G., Zhang, M., & He, B. (2024). Financial literacy and investment returns: The moderating effect of education level. *Finance Research Letters*, 67, 105781. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105781>