

Raio X

do investidor
brasileiro

2026

9ª EDIÇÃO



ANBIMA

ÍNDICE



3 Apresentação

5 Sumário executivo

8 Introdução

10 A população brasileira e os investimentos

23 Os investimentos na prática

36 Conhecimento e atitude

51 O dinheiro e a saúde mental

59 O impacto das bets

67 O dinheiro atravessa gerações

81 Expediente



Apresentação

01

■ Apresentação

O Raio X do Investidor Brasileiro é uma pesquisa realizada pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), em parceria com o Datafolha, que acompanha o comportamento financeiro da população há nove anos – do hábito de poupar às escolhas de investimento, das fontes de informação aos obstáculos que limitam novos passos.

Com a consistência de sua série histórica, o Raio X oferece uma oportunidade única: mais do que fotografar o momento, enxergar a evolução recente da relação dos brasileiros e brasileiras com o dinheiro, comparando tendências e mudanças em um horizonte mais longo.

É o que procuramos fazer nesta 9ª edição. Ao analisar a progressão dos dados em uma janela de cinco anos (2021 a 2025) sempre que possível, qualificamos os avanços que, de uma edição para a outra, podem parecer pequenos.

Os resultados de 2025 apontam para um cenário de estabilidade em muitas frentes, após progressos incrementais observados no pós-pandemia, à medida que renda e consumo se reorganizaram.

Desde 2021, a parcela de quem consegue economizar cresceu e o percentual de pessoas que fizeram algum tipo de investimento durante o ano e que conhecem produtos financeiros espontaneamente atingiu um pico. Há quatro anos, a população considerada investidora – que possuía algum produto financeiro no momento da pesquisa – se mantém acima de um terço.

Como nas edições anteriores, a pesquisa se renova para capturar temas emergentes e aprofundar dimensões que afetam diretamente a saúde financeira. Em 2025, uma das novidades é uma análise sobre fraudes e golpes financeiros, fenômeno que

acompanha a digitalização do consumo e dos serviços. Os dados mostram que 34% da população passou por ao menos uma situação do tipo.

Outra inovação é a investigação sobre o uso de assistentes de inteligência artificial como canal de informação sobre investimentos. Ainda em estágio inicial, esse comportamento já é relevante: 9% das pessoas investidoras recorrem a essas ferramentas, que passam a superar canais como Facebook ou e-mail.

Para aprofundar a compreensão sobre a capacidade de lidar com imprevistos financeiros, a pesquisa incorporou, também pela primeira vez, uma pergunta sobre reserva de emergência. O resultado demonstra que quem possui dinheiro guardado, tem para pouco tempo – e quase um terço está totalmente vulnerável.

A edição de 2025 traz ainda um recorte especial por geração, que ilumina como idade e ciclo de vida se refletem nas atitudes, prioridades e vulnerabilidades financeiras.

Os contrastes entre Geração Z, Millennials, Geração X e Boomers aparecem especialmente em aspectos como a capacidade de poupança, a diversificação da carteira, a jornada de informação e de execução de investimentos e o planejamento financeiro.

A 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro combina a leitura do ano com a visão de ciclo que só uma pesquisa contínua permite. Ele evidencia que novos saltos no futuro não dependerão apenas do comportamento individual, mas também das condições econômicas e de mercado disponíveis para a população.

O acesso aos dados completos do Raio X do Investidor Brasileiro é gratuito e aberto para toda a sociedade. [Clique aqui para acessar as informações e fazer suas próprias análises.](#)



Sumário executivo

02

Sumário executivo



Avanços graduais na cultura de investimentos marcam últimos cinco anos

Após progressos incrementais na cultura de poupança e investimento no pós-pandemia, os resultados de 2025 sugerem estabilidade. No intervalo das últimas cinco edições, a população que economizou algum dinheiro durante o ano subiu de 27% para 33%, a que conseguiu realizar investimentos foi de 18% para 24% e a fatia de pessoas consideradas investidoras avançou de 31% para 36%.



Conhecimento sobre investimentos e diversificação da carteira crescem

A fatia de pessoas que conhecem algum produto financeiro espontaneamente subiu de 28% para 43% em cinco anos, alcançando um pico em 2025. A poupança (22%) ainda é o investimento mais utilizado pela população em geral, e também é carro-chefe no recorte específico das pessoas investidoras – porém, com significativa perda de espaço (cai de 75% para 61%). Já os títulos privados passaram de 8% para 20% e os fundos, de 9% para 14% no mesmo intervalo.



Canais digitais para se informar predominam; educação financeira é limitada

Entre os investidores, o YouTube foi, pela quinta edição, o canal mais citado para obter informações sobre produtos financeiros, seguido pelo Instagram. A televisão caiu de 34% para 21% das menções em cinco anos. Assistentes de IA já são usados por 9%, superando canais como Facebook, e-mail, TikTok e rádio. Apenas um quinto da população afirma já ter participado de aula, curso ou palestra sobre educação financeira, proporção que chega a um terço entre investidores.



Para 2026, intenções apontam para 8,7 milhões de novos investidores

De toda a população, um contingente de 8% (14,5 milhões) investem e indicam intenção de deixar de investir em 2026. Já 14% (23,2 milhões) não investem, mas afirmam que vão começar nesse ano. Se as intenções se concretizarem, o saldo projetado é de mais 8,7 milhões de novos investidores em 2026.



Gastos acima da renda aumentam vulnerabilidade financeira e estresse

Cerca de um terço da população gasta mais do que ganha. Entre essas pessoas, dívidas em atraso são mais comuns, enquanto reserva de emergência e investimentos são mais raros. O nível de estresse financeiro, calculado pela segunda vez no Raio X, permaneceu estável, com o alto estresse atingindo 47% das pessoas. Outros 48% têm nível de estresse médio.



Adesão a bets cresce, mas motivações para apostar se alteram

Aumentou para 17% a fatia de pessoas que fizeram apostas online no ano. Ganhar dinheiro rápido em caso de necessidade é apontada como a motivação de 39% dos apostadores. Já a visão das bets como diversão subiu para 32% (ante 26% na edição anterior), enquanto a de que é um investimento ficou em 20% (estável). O indicador de tendência ao vício em apostas, calculado pela segunda vez no Raio X, se manteve estável. Os apostadores com alto nível de risco de vício somam 11%



Contraste geracional aparece na forma de poupar e lidar com emergências

Uma análise especial sobre quatro diferentes gerações – Geração Z, Millennials, Geração X e Boomers – mostra contrastes na capacidade de poupar, que diminui com a idade. A parcela de quem não guarda dinheiro de nenhuma forma chega a 62% nos Boomers. Entre as pessoas investidoras, as carteiras mais diversificadas estão nas gerações mais jovens, enquanto as mais velhas se concentram principalmente na poupança. A Geração Z tem a maior proporção de pessoas com alguma reserva de emergência, enquanto os Boomers são os mais vulneráveis a imprevistos: quase metade não possui dinheiro para esse fim.



Introdução

03

Como foi feito o 9º Raio X do Investidor Brasileiro

O Raio X do Investidor Brasileiro é um estudo anual realizado pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais) para conhecer as percepções e os hábitos sobre poupar e investir da população brasileira.

A 9ª edição parte de uma pesquisa de campo realizada pelo Datafolha entre os dias 4 e 21 de novembro de 2025, com aplicação de questionário e abordagem pessoal. Foram realizadas 5.832 entrevistas nas cinco regiões do Brasil.

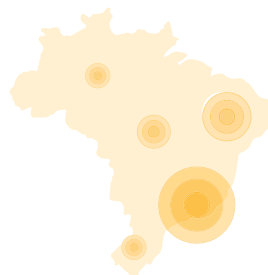
A amostra reflete a população brasileira com 16 anos ou mais, de todas as classes econômicas, com ou sem renda individual. É um universo estimado em cerca de 168,1 milhões de pessoas, conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) de 2023, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Demografia dos participantes

5.832 entrevistas 

com pessoas de 16 anos ou mais, que ofereceram respostas sobre sua situação financeira, seus comportamentos e preferências ao poupar e investir

Mulheres **51%** | **48%** Homens



43% Sudeste

26% Nordeste

15% Sul

8% Centro-Oeste

8% Norte

33% Ensino Fundamental

45% Ensino Médio

22% Ensino Superior

24%

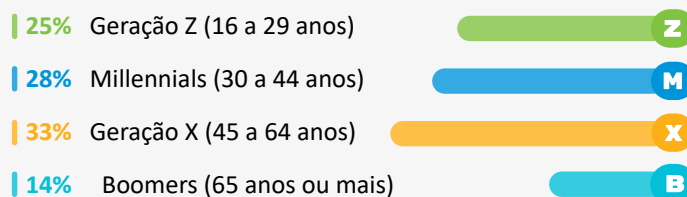
Classe AB
Renda média:
R\$ 9.355,00

47%

Classe C
Renda média:
R\$ 3.565,00

28%

Classe DE
Renda média:
R\$ 2.144,00



A margem(*) de erro da pesquisa é de 1 ponto percentual, para mais ou para menos. O nível de confiança é de 95%, o que significa que se fossem realizados 100 levantamentos simultâneos com a mesma metodologia, em 95 deles os resultados estariam dentro da margem de erro.

A checagem das entrevistas foi feita por meio de áudio gravado simultaneamente à coleta de dados, cobrindo, no mínimo, 20% do material de cada pesquisador ou pesquisadora. Além disso, a base de dados foi submetida a análises de consistência.

Você pode conferir os dados completos da pesquisa e fazer seus próprios cruzamentos de informações no [dashboard](#) da 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro.



69% trabalham

31% não trabalham

(aposentados, donas de casa, estudantes, desempregados)

▲ 84% possuem renda

▼ 16% não possuem renda



R\$ 4.627

é a renda familiar mensal média dos entrevistados

(*) Em função dos arredondamentos, a soma dos resultados de algumas questões pode variar de 99% a 101%. O total pode ultrapassar 101% nas perguntas de respostas múltiplas.



A população brasileira e os investimentos

04

Destaques

Mais gente consegue economizar e fazer algum tipo de investimento no ano

População que conseguiu economizar algum dinheiro durante o ano passou de 27% para 33% em cinco anos. Proporção de brasileiros que fizeram algum tipo de investimento no ano atingiu recorde de 24% em 2025 (18% em 2021).

Quem investe em produtos financeiros soma 36% da população

Fatia de investidores cresceu de 31% para 36% em cinco anos, com leve recuo ante 2024 (37%). É considerado investidor quem, no momento da pesquisa, declarou ter aplicações financeiras – que podem ter sido feitas em 2025 ou não.

Cortar gastos é principal estratégia de economia, mas planejamento cresce

Cortar gastos com lazer (44%) e evitar compras supérfluas (22%) foram as mais citadas em 2025, mas guardar parte do salário cresceu de 11% para 20% em cinco anos. Os principais destinos das economias foram aplicar em produtos financeiros (38%), guardar sem aplicar (19%) e comprar imóvel (7%) ou veículo (6%).

Investir em 2025 foi sobre produtos financeiros, imóveis e empreendimentos

Dos 24% que investiram em 2025, 10% fizeram aplicações financeiras, 9% compraram imóveis e outros bens e 4% se voltaram para os negócios. Fatia que investiu sobe para 42% na classe AB, com 24% em produtos financeiros.

Percepções dos investidores: segurança e retorno predominam

Segurança (44%) e retorno (33%) são as vantagens dos produtos financeiros mais citadas por quem é considerado investidor. Nesse público, quase um terço não enxerga nenhuma desvantagem de investir. Comprar imóvel (32%) e manter aplicado (22%) são os destinos mais mencionados para o retorno das aplicações.

Canais de informação e canais de execução: digitalização acelera

Falar com gerente ou assessor (26%) é principal meio para se informar, seguido de amigos (18%) e sites de bancos (11%). Já a forma de realizar aplicações mudou: ir ao banco caiu de 43% para 32% em cinco anos; meios online subiram de 49% para 63%.

Não investidores são maioria e entrave está na pressão financeira

Cerca de 64% dos brasileiros não investem em produtos financeiros, dos quais 55% não guardam dinheiro de nenhuma forma. Razões para não guardar dinheiro estão nas condições financeiras desfavoráveis (75% em 2021; 82% em 2025).

O que mudou em cinco anos

Os últimos cinco anos foram de progressos incrementais na cultura de poupança e investimento no Brasil. Conforme as condições de renda e consumo estabilizaram no pós-pandemia, o hábito de guardar e aplicar dinheiro também se intensificou.

Cresceu a fatia de pessoas que conseguem guardar dinheiro e investir nesse período. Aumentou ainda a proporção daqueles que conhecem produtos financeiros, bem como a diversificação da carteira de quem já é investidor ou investidora. Entre quem não investe, a intenção de começar também avançou.

Os resultados de 2025 sugerem o atingimento de um nível de estabilidade em relação ao ano anterior, diante das condições econômicas e de mercado encontradas no cotidiano pela população.

A população que afirma ter **conseguido economizar algum dinheiro ao longo do ano** alcançou 33% em 2025, pelo segundo ano consecutivo, saindo de um piso de 27% em 2021.

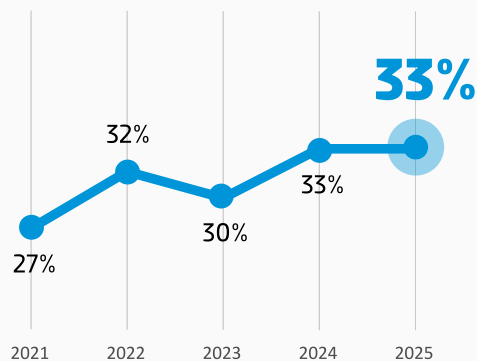
Já a fatia das pessoas que afirmam ter **feito algum tipo de investimento ao longo do ano**, seja em um produto financeiro ou não, atingiu a maior proporção da série histórica (24%). Em 2021, elas representavam apenas 18%.

Conforme esses dois grupos cresceram, um terceiro – o de **brasileiras e brasileiros investidores** – também avançou. Saiu de 31% em 2021 e chegou a 36% em 2025, com ligeiro recuo em relação aos dois anos anteriores. Estima-se que as pessoas investidoras somavam 60,6 milhões no Brasil em 2025.

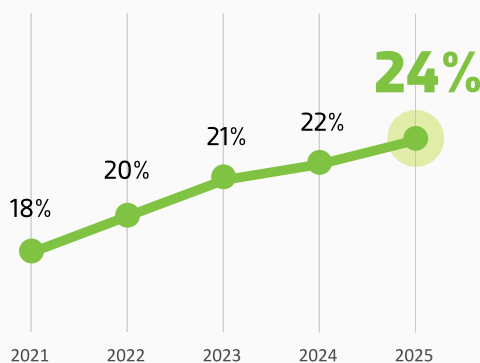
Brasil tem

60,6 milhões de pessoas investidoras, 36% da população

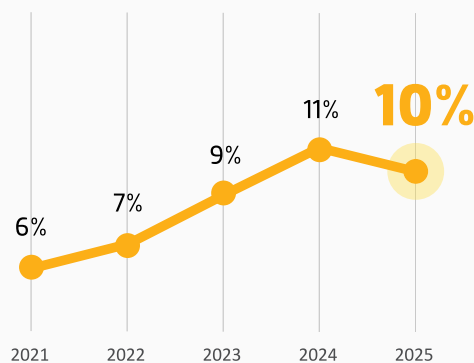
Quem conseguiu economizar algum dinheiro ao longo do ano



Quem fez algum tipo de investimento ao longo do ano



Quanto investiram em produtos financeiros



Embora esses três grupos "conversem" entre si, há diferenças conceituais importantes. Quem afirma ter conseguido economizar em 2025 não necessariamente investiu o dinheiro, assim como quem diz ter feito um investimento em 2025 pode não ter aplicado em produtos financeiros.

Os dois primeiros grupos representam uma "foto" da relação da população com o dinheiro a cada ano. Já o grupo de brasileiros e brasileiros investidores é como um "filme", refletindo resultados acumulados ao longo do tempo.

São consideradas pessoas investidoras aquelas que, no momento em que a pesquisa foi realizada, declararam possuir aplicações em produtos financeiros (*) – que podem ter sido realizadas em 2025 ou não.

As estratégias para economizar

As principais atitudes tomadas pelas **pessoas que conseguiram economizar algum dinheiro em 2025** se mantiveram em níveis semelhantes nas últimas cinco

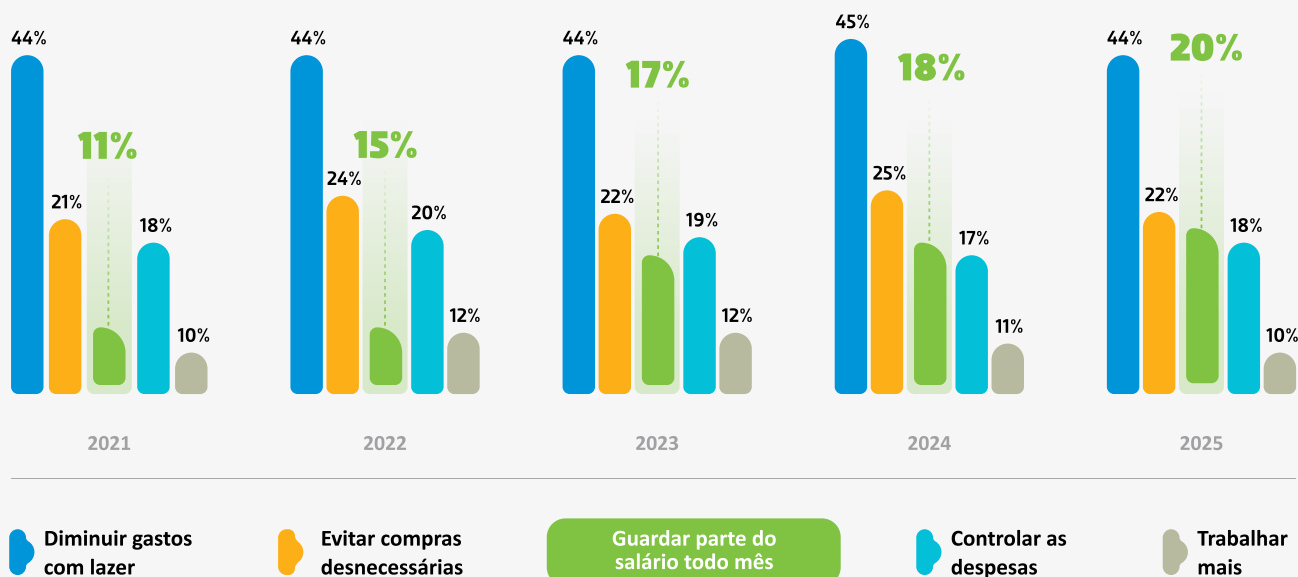
edições do estudo em quase todos os casos – a não ser por um.

As estratégias mais frequentes para economizar estão relacionadas principalmente à redução de despesas, como diminuir gastos com lazer (44%) e evitar compras desnecessárias (22%). Mas, ao longo dos anos, guardar parte do salário todo mês – uma ação de planejamento financeiro – foi a atitude que cresceu de maneira mais consistente, de 11% para 20% entre 2021 e 2025.

O principal destino dado ao dinheiro economizado em 2025 foram as aplicações em produtos financeiros, com 38% das respostas. Um grupo também relevante, de 19%, afirma apenas ter guardado o dinheiro, deixando parado no banco ou fora dele.

Outra parcela consumiu as economias na compra de um imóvel (7%) ou veículo (6%) e na reforma ou construção de uma casa (6%). Fatias de 4% investiram em negócio próprio, fizeram uma viagem ou pagaram dívidas.

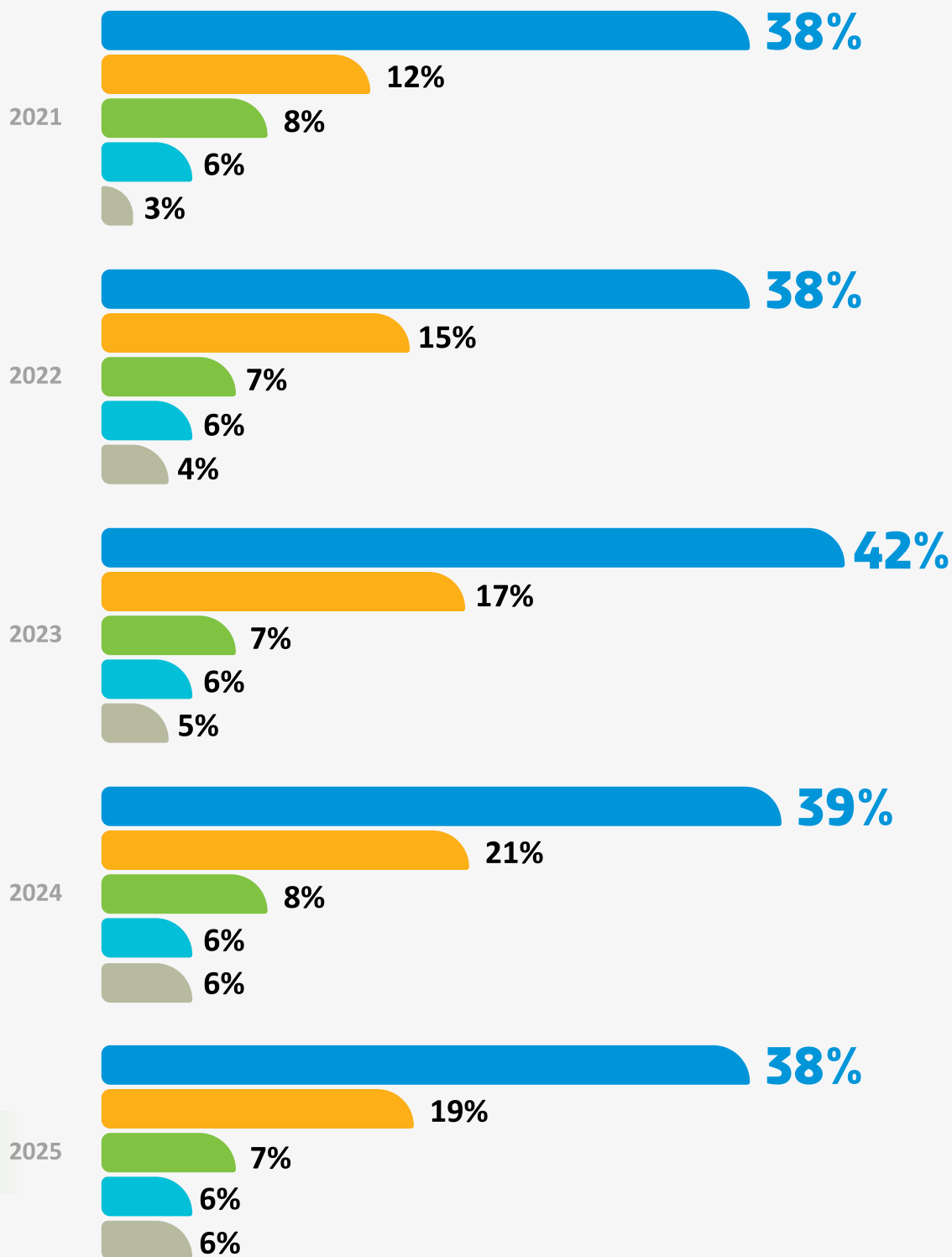
As atitudes para conseguir guardar dinheiro



(*) Caderneta de poupança, fundos de investimento, títulos públicos, títulos privados, ações, plano de previdência privada, moedas digitais ou moedas estrangeiras.

O que fez com o dinheiro economizado

Aplicou em produtos financeiros
Guardou o dinheiro
Comprou imóvel
Comprou veículo
Reformou ou construiu casa

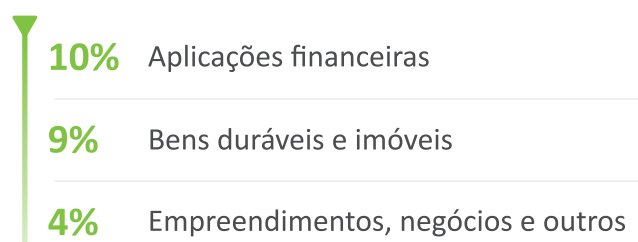


O que significa investir?

Investir é uma ação com significados distintos para pessoas diferentes, e não raro eles passam longe de bancos e corretoras. A possibilidade de obter retorno ou renda parece ser a característica definidora do que é considerado um investimento – seja ele em um produto financeiro ou não.

Cerca de um quarto (24%) dos entrevistados afirmam que fizeram **algum tipo de investimento em 2025**. Deles, 10% disseram ter feito aplicações financeiras, levemente abaixo dos 11% registrados em 2024.

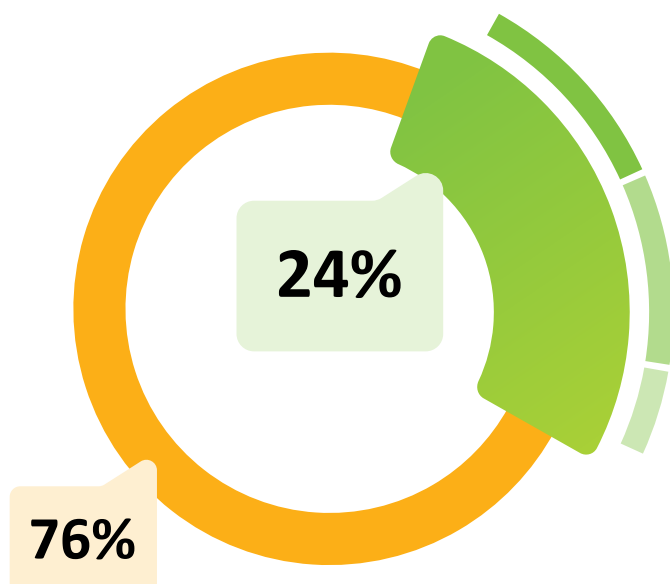
As aplicações feitas em 2025



Quem investiu



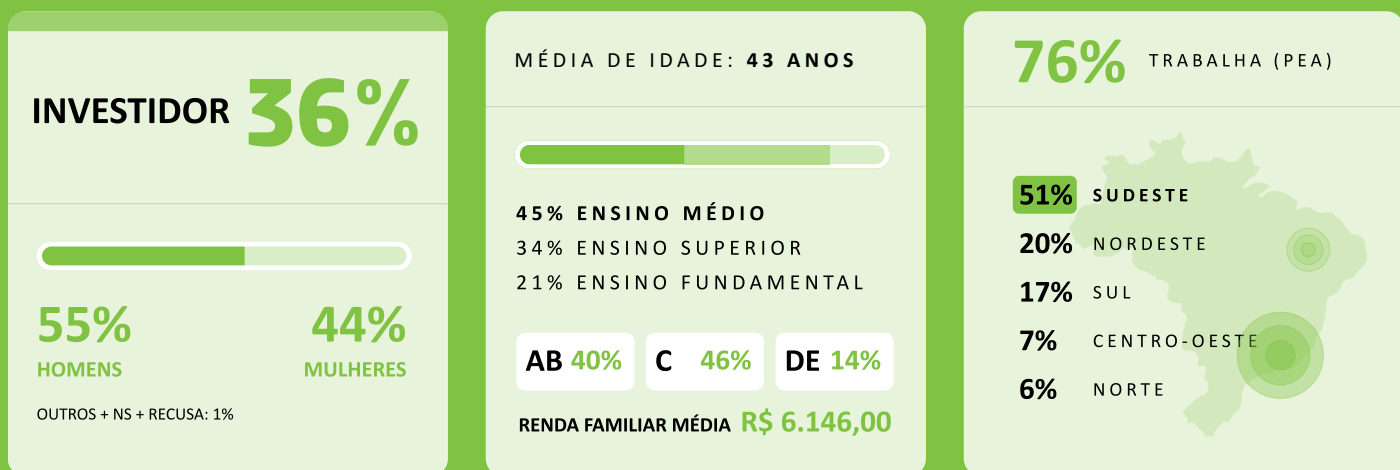
Quem não investiu



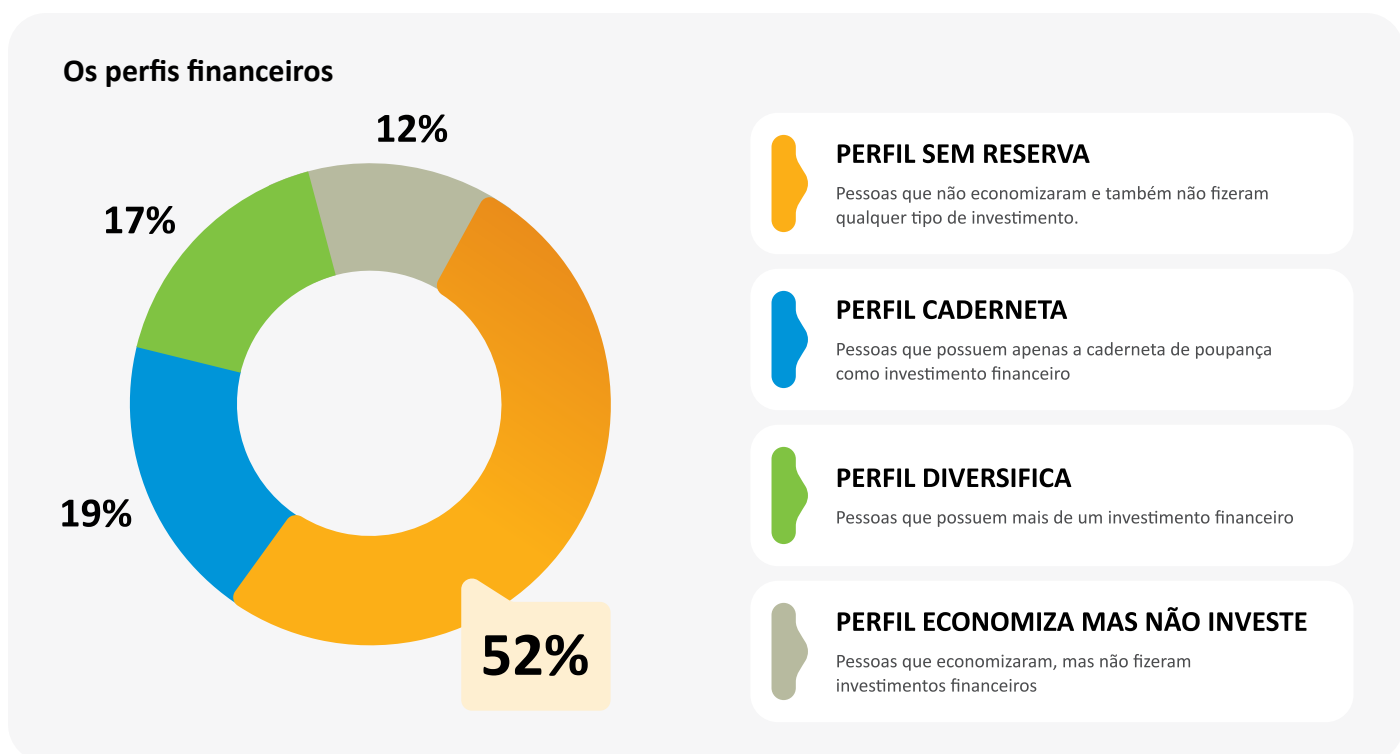
Já 9% apontaram a compra de um bem durável, como um imóvel, como o investimento do ano (contra 8% em 2024) e 4% indicaram ter investido em empreendimentos ou negócios (contra 3% em 2024).

As diferenças entre classes sociais são marcantes. Enquanto na classe AB 42% das pessoas afirmam ter feito investimentos em 2025, sendo 24% em aplicações financeiras, 13% em bens duráveis e 5% em empreendimentos ou negócios, o percentual é de 12% na classe DE. Nesse grupo, apenas 2% fizeram aplicações financeiras; 6% optaram por bens duráveis e 4%, por empreendimentos ou negócios.

Quem já investe













Em função da relação que mantêm com o dinheiro, as brasileiras e os brasileiros podem ser categorizados em quatro grandes perfis:



Entre os entrevistados, um contingente de 19% investe, mas apenas na poupança – é o Perfil Caderneta. Outros 17% investem e diversificam suas alocações em mais de um produto – é o Perfil Diversifica. Esses percentuais se mantiveram praticamente estáveis em relação à 8ª edição do estudo.

Juntos, os dois grupos compõem o público investidor identificado no Raio X do Investidor Brasileiro, somando 36% da população.

A maior parte dos brasileiros, no entanto, são não investidores enquadrados nos Perfis Sem Reserva (52%) e Economiza Mas Não Investe (12%).

PRINCIPAIS VANTAGENS DE INVESTIR EM PRODUTOS FINANCEIROS		PRINCIPAIS DESVANTAGENS DE INVESTIR EM PRODUTOS FINANCEIROS	
 SEGURANÇA	44%	25%	BAIXO RETORNO 
 RETORNO	33%	8%	TER DE ESPERAR PARA RESGATAR 
 PODER RESGATAR SE NECESSÁRIO	6%	7%	CORRER RISCO DE PERDA 
 NENHUMA VANTAGEM	5%	31%	NENHUMA DESVANTAGEM 
 NÃO SABE	4%	10%	NÃO SABE 

Dentre o público investidor, 44% enxergam a segurança como a principal **vantagem** de investir em produtos financeiros, seguida pelo retorno (33%). São percentuais sensivelmente mais elevados que os da população em geral, grupo em que segurança aparece com 38% e retorno com 27%.

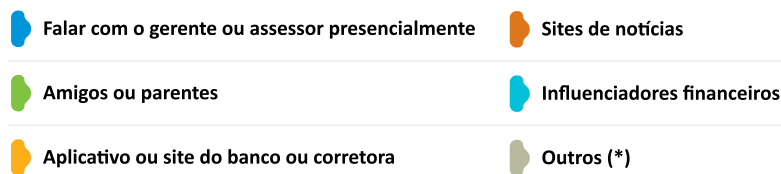
Já quando questionados sobre as **desvantagens** de investir em produtos financeiros, a resposta mais comum é que não há nenhuma, com uma proporção de 31% tanto entre os investidores quanto na população em geral. Baixo retorno é apontado por 25% dos investidores (20% da população em geral), ter de esperar para resgatar é a resposta de 8% dos investidores (6% da população) e correr risco de perda, de 7% dos investidores (6% da população).

Como **destino para o retorno** obtido com os produtos financeiros, a parcela mais representativa dos investidores (32%) indica a compra de um imóvel, enquanto 22% dizem que vão manter o dinheiro aplicado. Uma em cada dez pessoas pretende usar o recurso na velhice, 10% para comprar um veículo e outros 10% para viagens e passeios. Investir no próprio negócio (7%) e na educação (5%) aparecem menos.

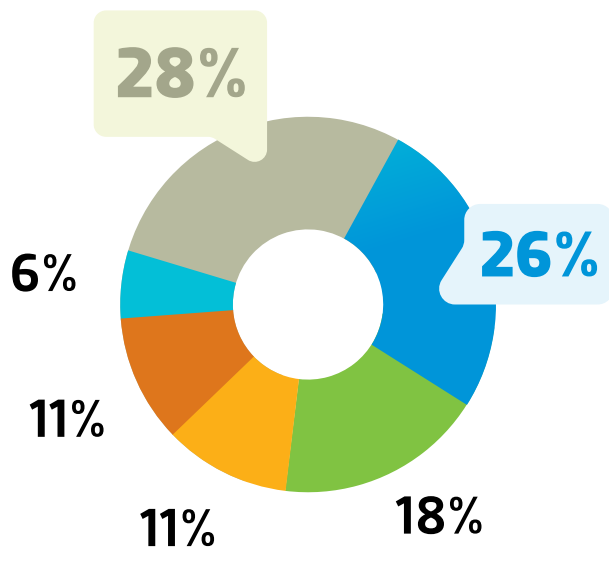
Os destinos para o retorno mudam conforme a classe social. Investidores da classe AB indicam mais do que a média que manterão o dinheiro aplicado (27%) e usarão na velhice (14%). Já a classe C se destaca na compra de um imóvel (34%), enquanto a classes DE predomina em investir no próprio negócio (11%).

Os meios para escolher e os meios para investir

Os meios utilizados pelos investidores para obter informações e decidir o melhor produto financeiro para aplicar se mantiveram praticamente os mesmos nos últimos cinco anos: falar presencialmente com o gerente ou assessor (26%), consultar amigos e parentes (18%), aplicativos e sites dos bancos e corretoras (11%), sites de notícias (11%) e influenciadores digitais financeiros (6%).



Quem orienta você na hora de investir

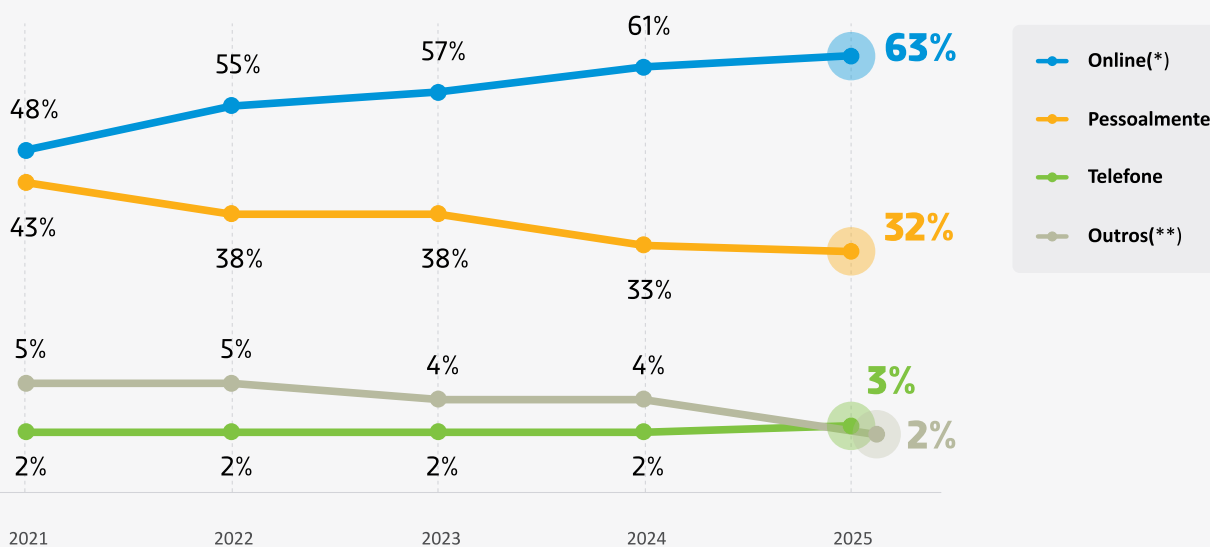


(*) Portais, fóruns de investimento e blogs; falar com gerente ou assessor à distância; consultorias e casas de investimento; não busca informações.

Porém, no mesmo período, houve uma mudança relevante no meio utilizado para efetivar uma aplicação financeira. Até 2021, ir pessoalmente ao banco era a principal forma de investir – mas a preferência, que era de 43% naquele ano, caiu para 32% em 2025.

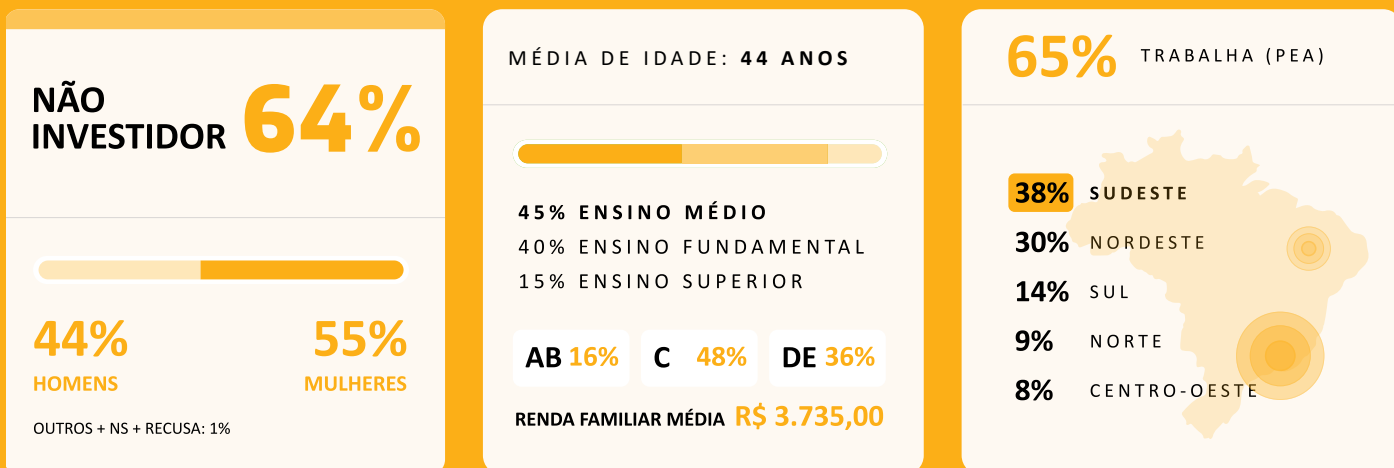
Na ponta oposta, a adoção das ferramentas digitais disparou, passando de 48% para 63%. O aplicativo do banco – meio usado por 33% dos investidores para fazer aplicações financeiras em 2021 – saltou para 46% em 2025. Da mesma forma, o site do banco passou de 6% para 11% da preferência na mesma comparação.

Meios utilizados para fazer uma aplicação financeira

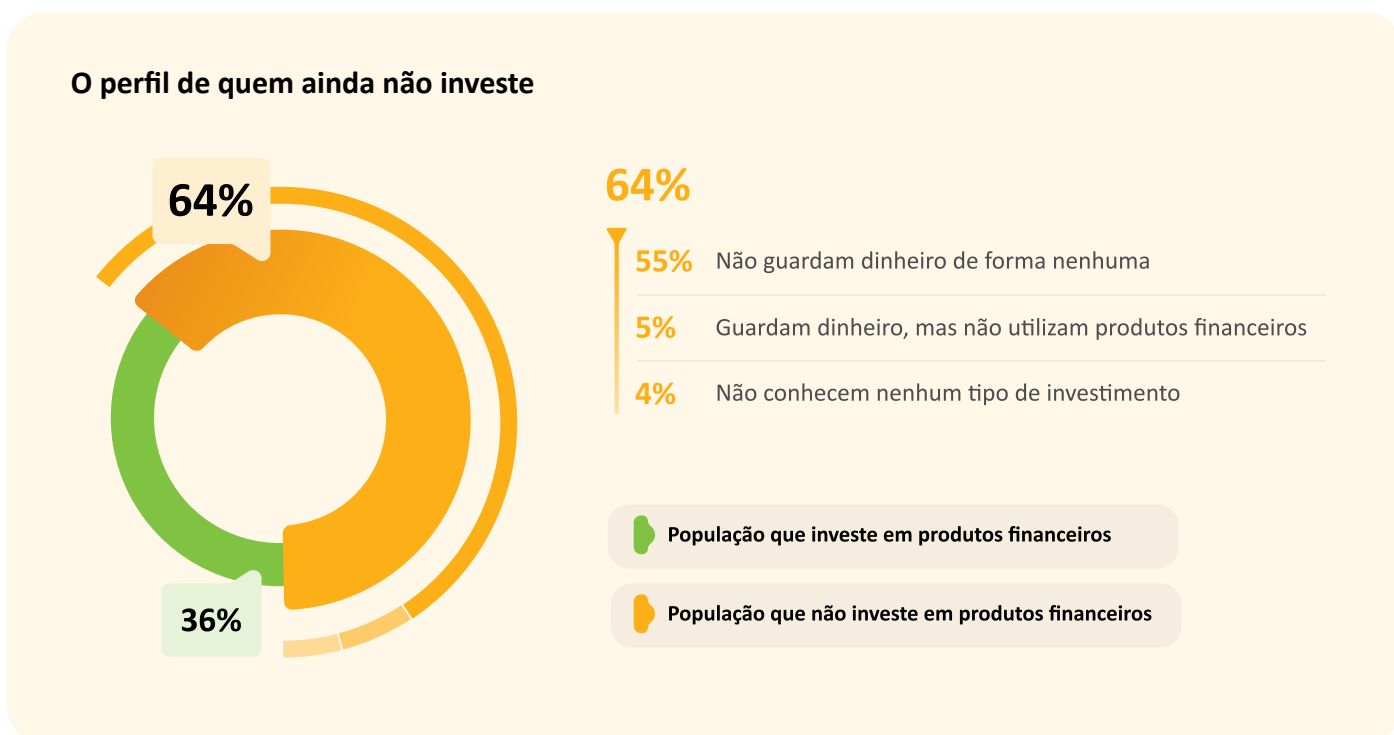


(*) Aplicativo ou site do banco, aplicativo ou site da corretora (**) Clubes de investimento, lotérica, caixa eletrônico, não lembra

Quem ainda não investe



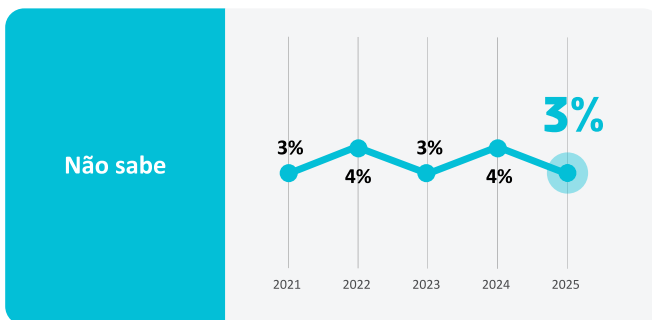
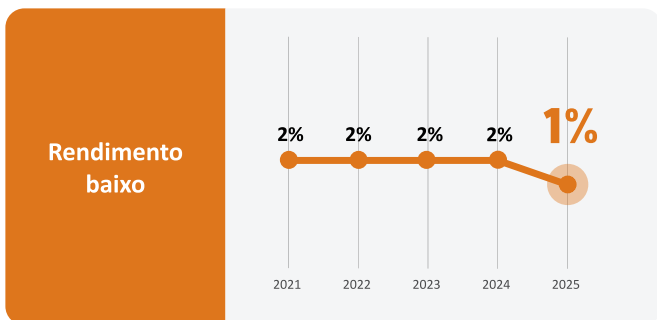
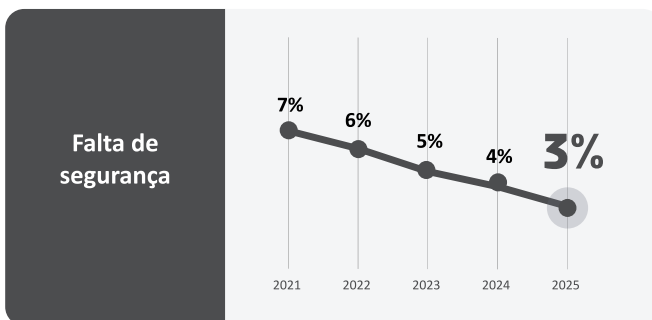
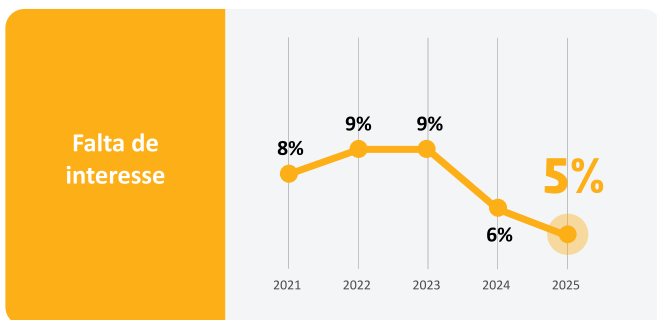
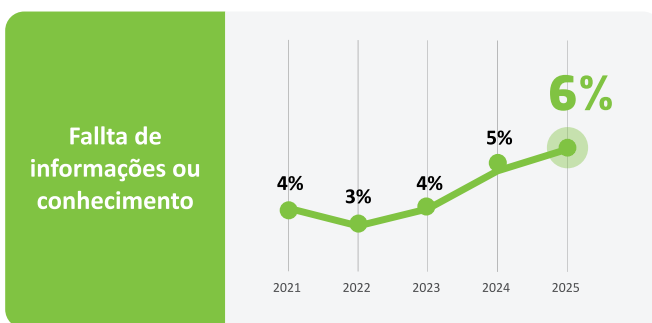
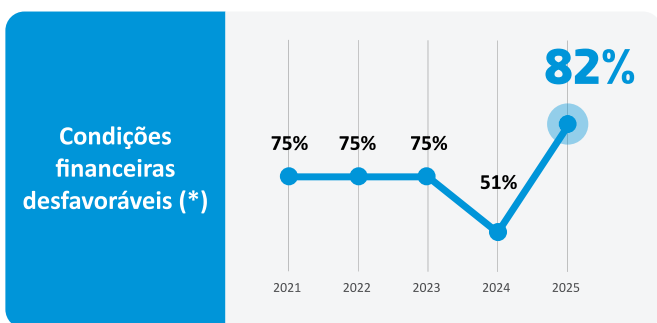
O Brasil ainda é um país predominantemente de não investidores. Esse grupo soma 64% da população, o equivalente a 107,7 milhões de pessoas.



“ Renda média dos não investidores é quase 40% menor que a dos investidores

Para a parcela da população que não guarda dinheiro de nenhuma forma (55%), as **condições financeiras desfavoráveis** são a principal razão, citada por 82% dos entrevistados em 2025 – um aumento substancial em relação a 2021, quando alcançavam 75%.

Aí está incluída principalmente a percepção de que falta dinheiro (67% em 2025, contra 60% em 2021). O desemprego como uma razão para não investir recuou (6% em 2025, contra 9% em 2021).



Esse movimento reforça a hipótese de que mesmo havendo avanços na cultura de poupança e investimento no Brasil ao longo dos últimos cinco anos, novos passos dependem também da melhora das condições gerais da vida das pessoas e da economia do país.

Uma pequena parcela da população – de 5%, o equivalente a cerca de 7,8 milhões de brasileiros e brasileiras – dizem investir, mas sem utilizar produtos financeiros. Dentre essas pessoas, 46% afirmam que investem em imóveis (40% em 2021). Outros 44% dizem que mantêm o dinheiro em casa (45% em 2021). Há ainda os que preferem opções de investimentos físicos, como ouro (7% em 2025 e em 2021).

(*) Salário baixo, falta de dinheiro, existência de outros gastos e prioridades, estar desempregado ou não ter emprego fixo, inflação

As motivações para esse comportamento mudaram pouco ao longo dos últimos cinco anos, concentrando-se na percepção de retorno para 51% das pessoas, na facilidade de acesso para 12% e na pura e simples preferência por manter os recursos em casa para 8%.

5% da população investe, mas sem produtos financeiros, preferindo imóveis ou deixar o dinheiro em casa

Motivos para utilizar outros investimentos em vez de produtos financeiros

Retorno



Acesso



Preferência por deixar em casa



Informações



Facilidade e patricidade



O que esperar para 2026

Os dados apurados pelo Raio X do Investidor Brasileiro sugerem que, de modo geral, predomina entre as pessoas a intenção de manter os seus comportamentos sobre investimentos no futuro próximo.

Dos 36% de brasileiros e brasileiras que já investem em produtos financeiros, somando 60,6 milhões de pessoas, a maior parte – 46,1 milhões – afirma que pretende continuar investindo em 2026.

Na ponta oposta, dentre os 64% de não investidores, que totalizam 107,7 milhões de pessoas, a maioria – cerca de 84,5 milhões – indica que não pretende começar investir em produtos financeiros em 2026.

Os progressos na cultura de poupança e investimento são incrementais: acontecem de forma gradual e consistente ao longo do tempo. A expectativa é de que, a cada ano, novas parcelas de não investidores se juntem ao contingente daqueles que já investem em produtos financeiros. E uma vez incluídos nesse grupo, que aí permaneçam no futuro.

Naturalmente, haverá casos de pessoas que deixarão de investir a cada ano, por uma variedade de razões. O esperado é que, no saldo de quem entra e deixa o grupo de quem investe, a curva se mostre ascendente no longo prazo.

Por isso, o Raio X do Investidor Brasileiro se debruçou sobre os dados de quem indica ter a intenção de **mudar de comportamento em 2026**: os não investidores que pretendem começar a investir em produtos financeiros, e os já investidores que indicam a intenção de deixar de investir.

Projeções para a população investir

População em 2025

60,6
milhões investem

107,7
milhões ainda não investem

População em 2026

46,1 milhões
continuarão investindo

23,2 milhões começarão

14,5 milhões deixarão

66,1 milhões
não pretendem investir



Saldo de

8,7 milhões de novos investidores

No grupo dos investidores, cerca de 14,5 milhões – equivalente a 8% população total considerada no estudo – indicam a intenção de deixar de investir em produtos financeiros em 2026, seja migrando para produtos não financeiros, seja simplesmente parando de investir. É um número estável em relação ao apurado em 2024. Desde 2021, ele variou de 13 milhões a 15 milhões, sempre entre 8% e 9%, a cada ano.

No grupo dos não investidores, 23,2 milhões – população total – afirma ter a intenção de começar a investir em produtos financeiros em 2026. O número

é bem maior que os 18 milhões apurados em 2024, ficando entre os maiores dos últimos cinco anos, período em que variou de 18 milhões a 24 milhões (entre 11% e 14% do total).

As respostas apontam para um saldo projetado de 8,7 milhões de novos investidores de produtos financeiros em 2026, caso concretizadas as intenções. É importante lembrar, no entanto, que há a tendência natural ao otimismo entre os entrevistados, demandando cautela com as expectativas.

Expectativa vs realidade: aumento % de investidores

	2022	2023	2024	2025	2026
EXPECTATIVA	+3%	+5%	+4%	+2%	+6%
REALIDADE	+5%	+1%	0%	-1%	—



Os investimentos na prática

05

Destaques

Conhecimento sobre investimentos avançou fortemente em cinco anos

População que conhece algum investimento espontaneamente (sem lista de opções) subiu de 28% para 43%, atingindo um pico. Na pesquisa estimulada (com opções), quase todos reconhecem algum investimento. Os produtos financeiros mais lembrados espontaneamente são poupança, títulos privados e ações.

Do conhecimento à prática: uso de produtos financeiros ainda é concentrado

Dos produtos que as pessoas utilizam, a poupança é o mais citado (22%), seguida por títulos privados (7%) e fundos (5%). A poupança também é o investimento que mais gente pretende fazer em 2026 (20%), seguida por títulos privados (7%), fundos e criptomoedas (6% cada). Imóveis são o investimento não financeiro preferido para 2026 (13% de intenção). Os principais motivos para escolher um investimento são retorno (37%), segurança (26%) e facilidade (15%).

Entre quem já investe, poupança perde espaço e diversificação cresce

Analisando somente quem já é investidor, a poupança perde espaço, em benefício de uma carteira mais diversificada. Em cinco anos, o uso da caderneta caiu de 75% para 61%. Títulos privados foram de 8% para 20% e fundos, de 9% a 14%.

Títulos privados: avanço consistente em conhecimento, uso e intenção

Na medida em que cai o interesse por poupança, a demanda por outros papéis de renda fixa aumenta. O conhecimento espontâneo sobre títulos privados cresceu de 6% para 14% em cinco anos, assim como o uso e a intenção de uso (ambos de 2% para 7%). A classe AB é quem puxa os números para cima. As principais razões para investir nesses ativos são retorno (53%), segurança (23%) e facilidade (21%).

Aposentadoria: quebra de expectativa e choque de realidade

Dentre os não aposentados, 60% esperam contar com a previdência pública para se manter na velhice. A realidade é que 93% dos já aposentados dependem do INSS. Caiu para 16% a fatia de pessoas que já iniciaram uma reserva para o futuro.

Emergência financeira: muitos têm reserva, mas de curta duração

Da população em geral, 69% afirmam ter algum dinheiro guardado para emergências, mas 43% consumiriam tudo em até seis meses. Quase um terço não possui nenhum valor guardado, fatia que cai para 11% entre investidores.

Conhecimento, adoção e intenção de uso de produtos financeiros

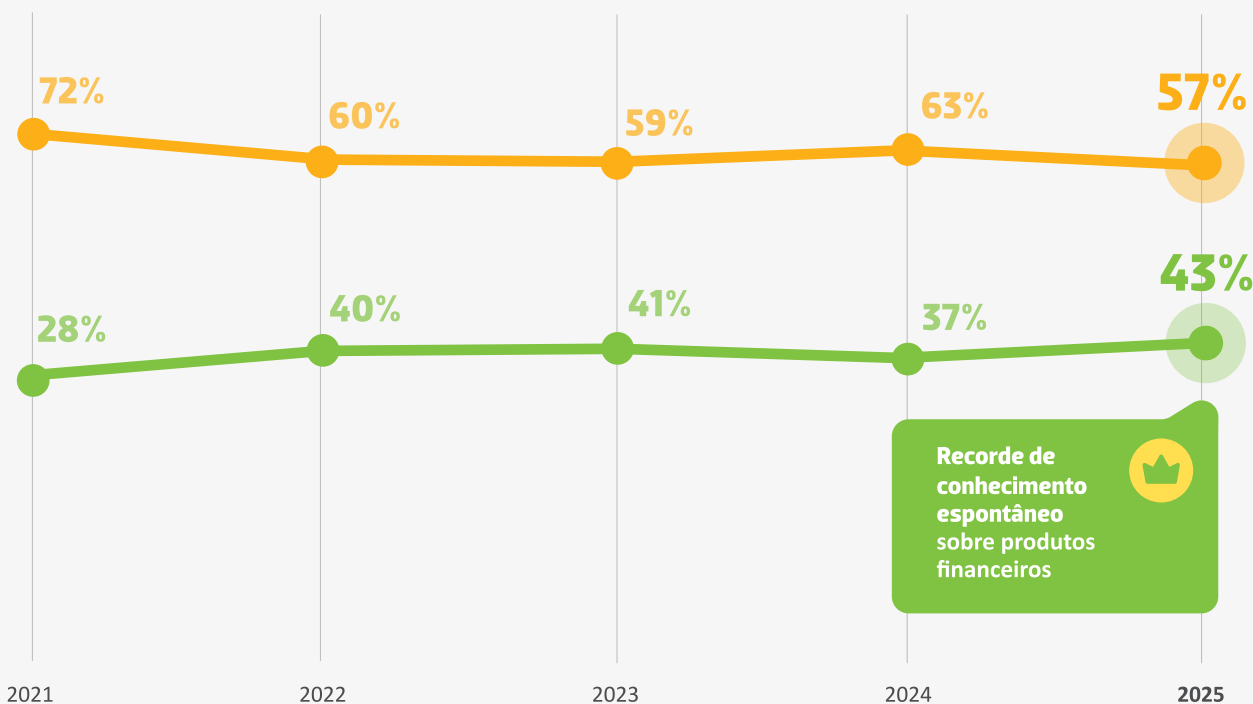
O nível de conhecimento da população em geral sobre investimentos teve avanços expressivos nos últimos cinco anos, na medida em que o assunto se tornou mais comum na cena pública – seja no noticiário, nas rodas de conversa ou nas redes sociais.

Na 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro, o volume de pessoas que afirmam conhecer algum tipo de investimento – financeiro ou não – de maneira espontânea (sem a apresentação de alternativas pelos pesquisadores) atingiu um pico histórico: foi de 43%, contra 37% em 2024 e 28% em 2021.

Nível de conhecimento da população sobre investimentos

Não conhece nenhum investimento

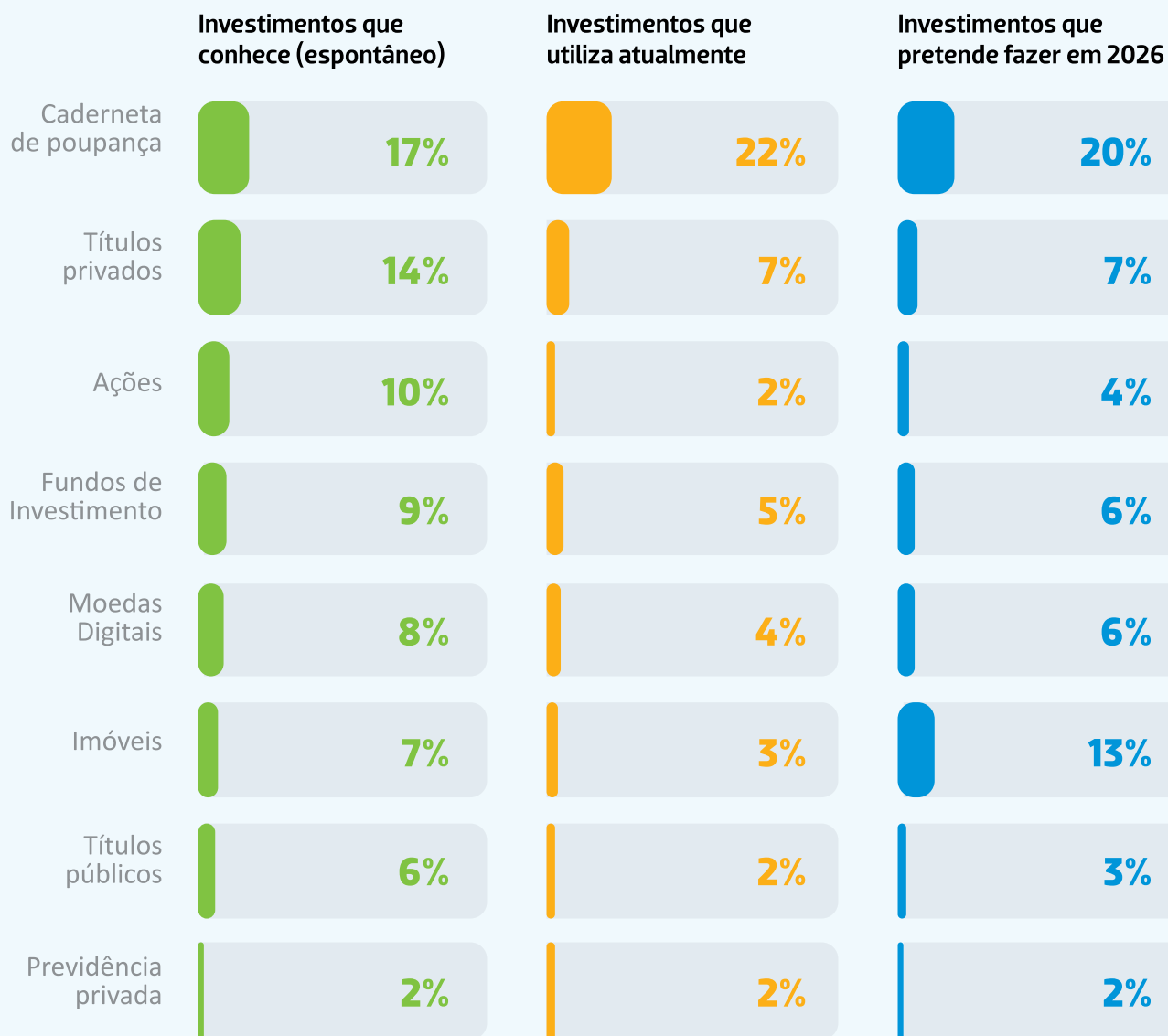
Conhece algum investimento



Recorde de conhecimento espontâneo sobre produtos financeiros

Obs: respostas espontâneas, sem a apresentação de alternativas pelos pesquisadores

Top of mind entre os produtos financeiros



Na pesquisa espontânea, a caderneta de poupança aparece como o produto financeiro mais conhecido, indicado por 17% dos respondentes, seguida pelos títulos privados (14%), pelas ações (10%) e pelos fundos de investimentos (9%).

Na pesquisa estimulada, a proporção de pessoas que afirmam não conhecer nenhum investimento cai para apenas 4%, o menor das últimas cinco edições do estudo. Do lado dos que conhecem algum investimento,

quase todos os tipos apresentaram níveis semelhantes aos de 2023, após uma queda generalizada verificada em 2024.

A caderneta de poupança também é a mais conhecida na pesquisa estimulada, sendo apontada por 82% das pessoas, seguida pela compra e venda de imóveis (79%), pelas ações (69%) e pelo ouro (67%). Títulos privados e títulos públicos atingiram máximas históricas, indicados por 41% dos entrevistados.

Do conhecimento para a ação: quando questionadas sobre **quais investimentos utilizam atualmente**, uma parcela de 22% das pessoas entrevistadas indica a poupança, com ligeiro recuo frente a 2024.

A caderneta é seguida pelos títulos privados (7%), que cresceram pelo quarto ano consecutivo, e os fundos de investimentos (5%). A fatia mais significativa da população, no entanto, de 59%, afirma não utilizar nenhuma alternativa de investimento.

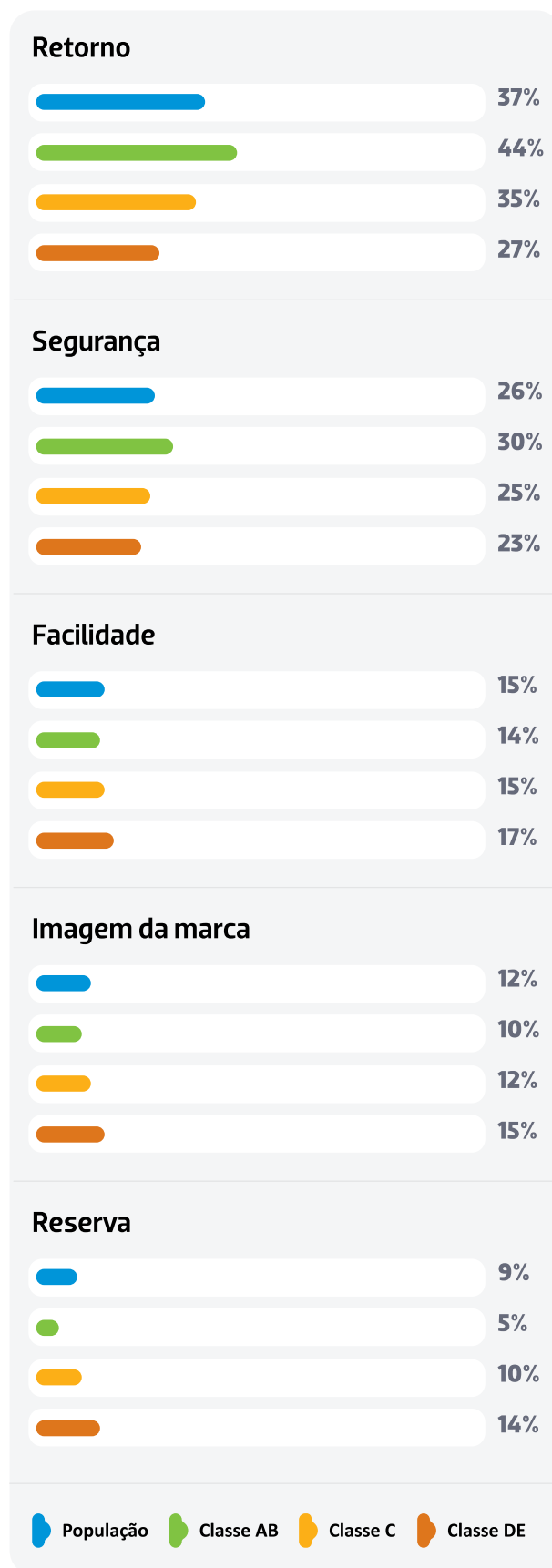
Já ao serem questionadas sobre **quais investimentos pretendem utilizar em 2026**, a preferência das pessoas se volta, novamente, para as opções mais tradicionais: a poupança, com 20% de intenção de investimentos, e os imóveis, com 13%. Depois, vêm os títulos privados (7%), os fundos de investimentos (6%) e as criptomoedas (6%).

A fatia dos que não pretendem fazer nenhum investimento no ano, de 45%, é significativamente menor do que a de pessoas que não utilizam nenhum produto de investimento atualmente (59%).

Entre as pessoas que pretendem investir ou continuar investindo em 2026, as razões indicadas se concentram no retorno, apontado por 37% das pessoas, e na segurança, indicada por 26%. Ambos os atributos foram os que apresentaram crescimento mais significativo de menções em relação à edição anterior do Raio X, especialmente entre os respondentes da classe AB. Nesse grupo, o retorno é a razão para a escolha de 44% das pessoas e a segurança, de 30%.

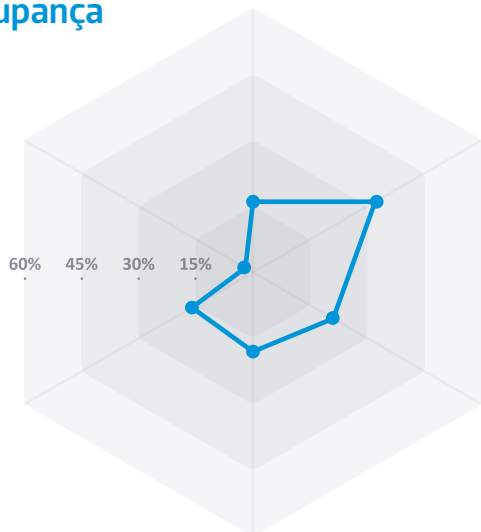
Outros atributos mencionados pelos entrevistados são a facilidade de investir (15%), a imagem da marca (12%) e o uso dos produtos como reserva (9%). Os três são apontados com mais frequência pelos respondentes da classe DE (17%, 15% e 14%, respectivamente).

Razões para escolher os produtos financeiros

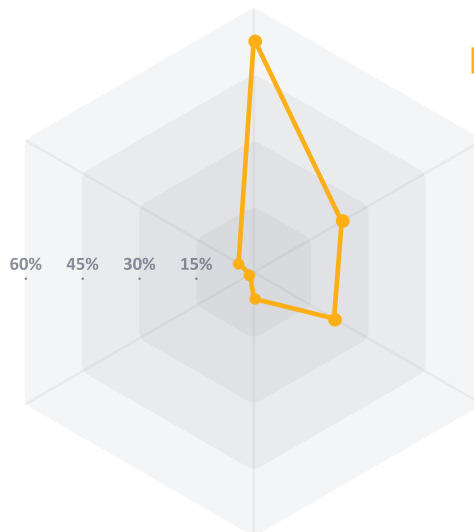


Motivos para investir em cada produto financeiro

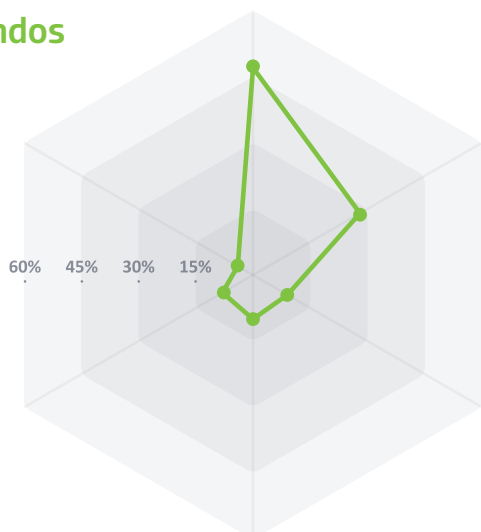
Poupança



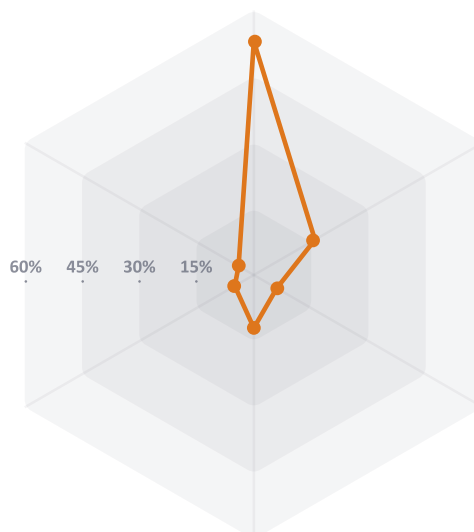
Títulos privados



Fundos



Ações



Entre os diferentes produtos financeiros, a poupança é escolhida principalmente por atributos de segurança (32%) e facilidade (21%). Os títulos privados se destacam pela percepção de retorno (53%) e segurança (23%), assim como os fundos (47% e 28%, respectivamente). No caso das ações, o atributo de retorno é ainda mais forte (53%), mas também aparecem menções à segurança e à imagem da marca (12%).

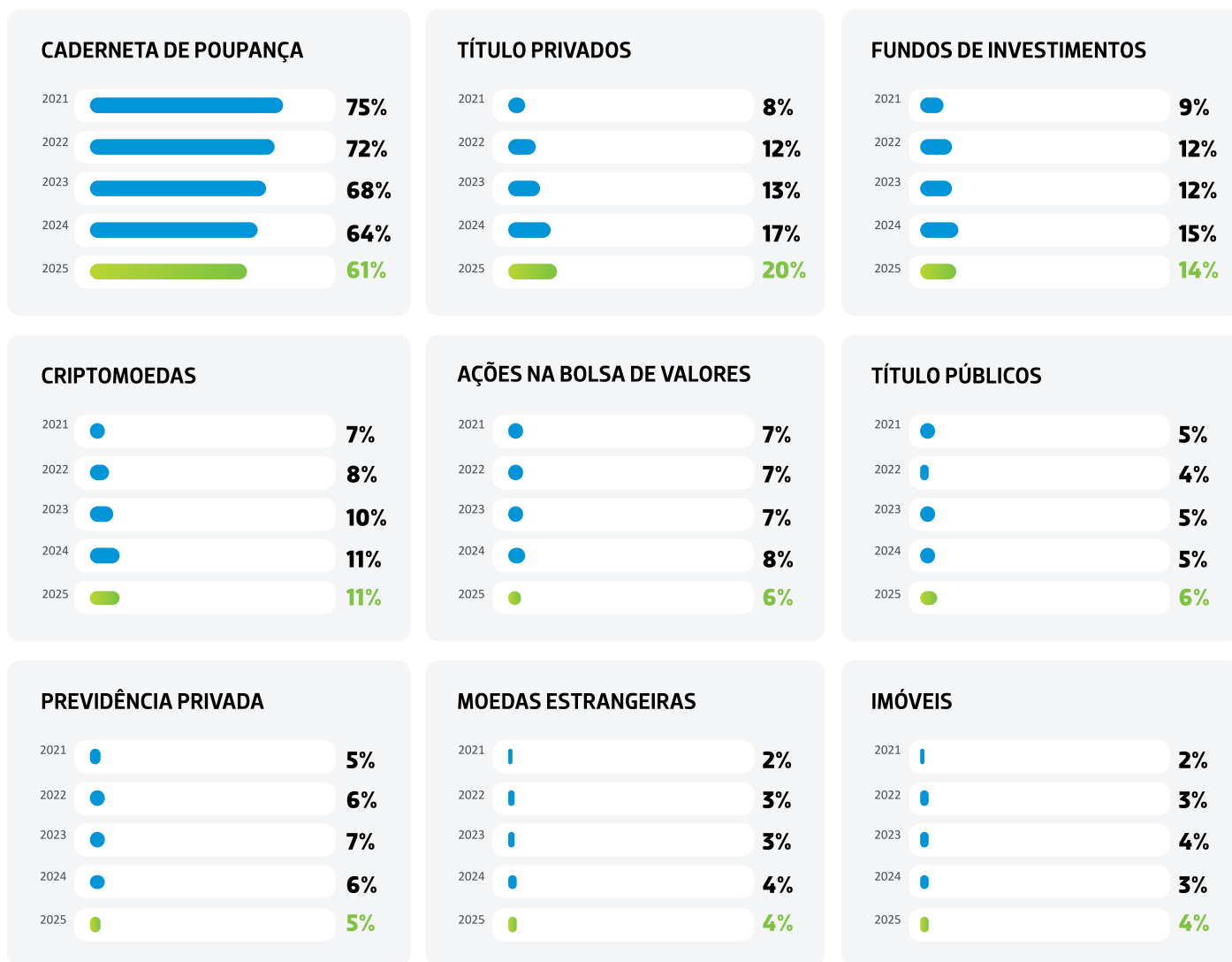
53%

dizem que retorno é razão para investir ou continuar investindo em ações e títulos privados em 2026

As preferências de quem já investe

Ao direcionar a análise especificamente para a população que já investe em produtos financeiros, algumas tendências ficam claras. Embora também nesse público a poupança seja o investimento mais utilizado, e por larga margem, sua predominância diminuiu significativamente nos últimos cinco anos, caindo de 75% em 2021 para 61% em 2025.

Produtos financeiros que os investidores utilizam



Os dados divulgados mensalmente pelo Banco Central apontam que o volume de recursos aplicados na poupança atingiu um pico histórico nominal de R\$ 1,036 trilhão em setembro de 2021. De lá para cá, o estoque da caderneta orbitou no entorno de R\$ 1 trilhão, encerrando 2025 em R\$ 1,022 trilhão.

A diminuição do uso da poupança pelas brasileiras e brasileiros investidores parece ter aberto espaço para outros tipos de investimentos em suas carteiras. As menções a títulos privados, por exemplo, mais do que

duplicaram, saindo de 8% em 2021 para 20% em 2025. O crescimento também foi expressivo nos fundos de investimentos (9% em 2021 e 14% em 2025) e nas criptomoedas (7% em 2021 e 11% em 2025).

Na prática, os dados sugerem que as pessoas que já investem reduziram a dependência da poupança e ampliaram a diversificação dos seus portfólios, incluindo mais produtos com maior nível de sofisticação.

O crescimento dos títulos privados

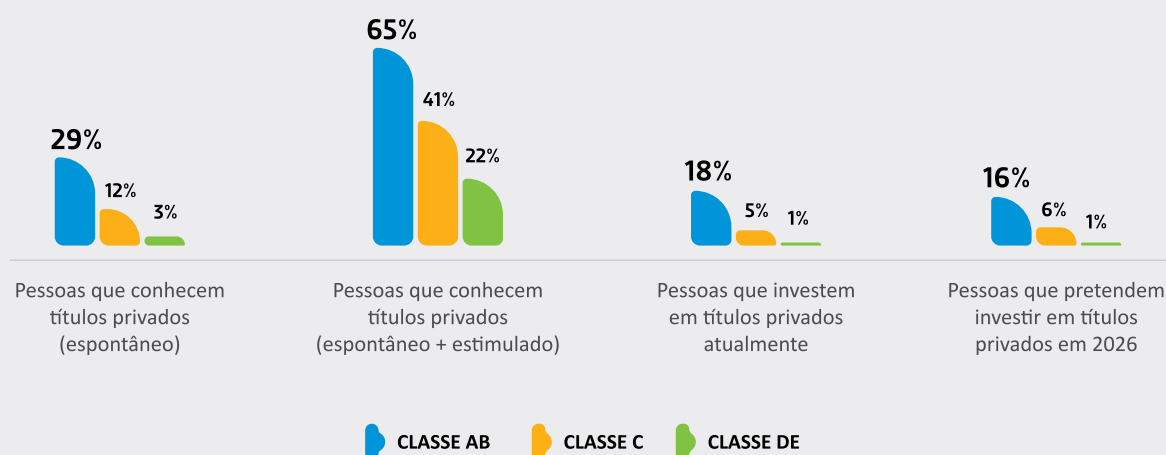
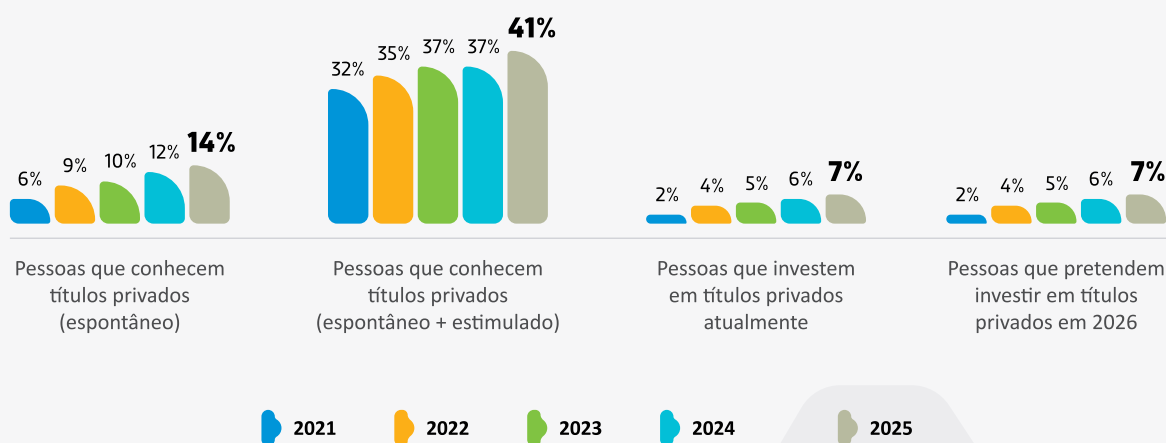
Na medida em que o interesse pela poupança diminui, a demanda por outros produtos de renda fixa cresce.

Em 2025, 88% das emissões realizadas no mercado de capitais foram dessa classe, com debêntures, notas comerciais, fundos de recebíveis (FIDCs), entre outros. Na frente de produtos bancários, o estoque de CDBs, letras de crédito (LCI e LCA) e letras financeiras (LF)

bateu quase R\$ 5 trilhões, crescimento de 17% ante 2024.

Esse avanço parece refletir não apenas a movimentação de grandes investidores institucionais, mas também da população de modo geral, revelam os dados apurados no Raio X do Investidor Brasileiro.

Conhecimento, adoção e intenção de uso de títulos privados



Os títulos privados, em conjunto, estão entre as poucas alternativas de investimento cujo nível de conhecimento pelas pessoas cresceu consistentemente, ano após ano, desde 2021.

Na pesquisa espontânea, 14% da população afirma conhecer aplicações como CDB, letras de crédito (LCI e LCA), debêntures, entre outros. Essas respostas são todas agrupadas e apresentadas no relatório como títulos privados.

O nível de conhecimento da população sobre as diversas opções de títulos privados só é superado pelo da poupança (17%). Especificamente na classe AB, 29% das pessoas afirmam conhecer títulos privados, chegando a superar a caderneta (26%).

Não apenas o nível de conhecimento sobre os títulos privados cresceu, como também a sua utilização (de 2% em 2021 para 7% em 2025) e a intenção de investimento (de 2% em 2021 para 7% em 2025). A escolha por essa classe

de ativos é predominantemente associada a atributos como retorno (para 53% dos entrevistados), segurança (23%) e facilidade para investir (21%).

Entre as pessoas que já são consideradas investidoras, a queda expressiva do uso da poupança foi compensada principalmente pelo aumento dos investimentos em títulos privados, como já visto anteriormente nesse relatório.

Os dados sugerem que os **títulos privados** estão entre as primeiras alternativas das pessoas que se tornam mais informadas sobre investimentos, com relativa distância inclusive dos títulos públicos, também vistos como opções de entrada – seja pela facilidade de encontrar papéis como CDBs em quase toda instituição financeira, seja pela difusão das plataformas de investimento, que oferecem os títulos privados como opções mais rentáveis para seus clientes.

Aposentadoria: expectativa x realidade

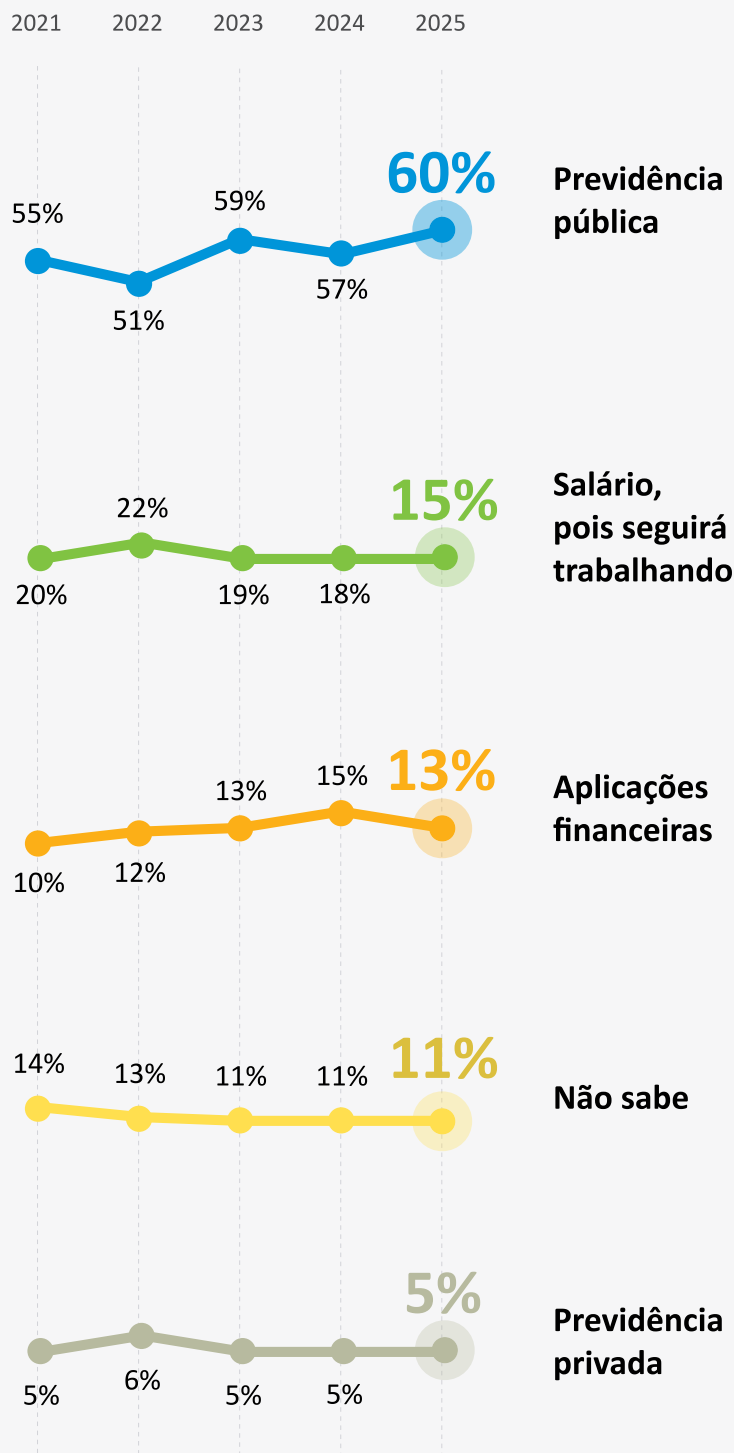
Planejar financeiramente a aposentadoria é um desafio para grande parte da população, sobretudo porque, durante muitos anos da vida, esse objetivo está em um horizonte distante. A distância temporal reduz a sensação de urgência e faz com que decisões financeiras priorizem o curto prazo, mesmo entre quem tem consciência da importância de estar preparado para a velhice.

É o que se constata a partir dos resultados da 9ª edição do Raio X do Investidor Brasileiro, cuja amostra tem aproximadamente 15% de aposentados e 85% pessoas não aposentadas.

Dentre os não aposentados, nota-se um aumento persistente dos que declaram que dependerão dos recursos da previdência pública na aposentadoria. Em 2025, a proporção chegou a 60%. O piso foi verificado em 2022, quando essa era a resposta de 51% dos entrevistados.

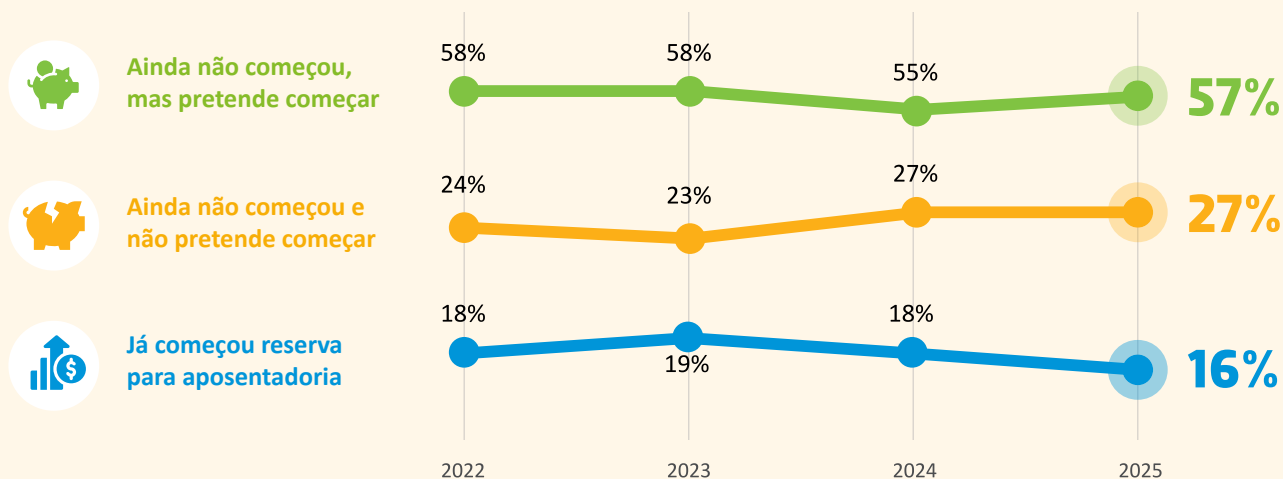
Uma parcela decrescente afirma que dependerá do próprio salário (15%), indicando que não tem intenção de parar de trabalhar, e um grupo menor (13%) contará com suas aplicações financeiras. A previdência privada é indicada por apenas 5% dos respondentes.

De onde virá o dinheiro para se sustentar na aposentadoria?



Obs: As repostas "aluguel de imóveis", "economias" e "família ou filhos" somaram menos de 4% cada.

Formação de reserva para a aposentadoria



A outra face da expectativa crescente de contar com a previdência pública é o declínio das pessoas que afirmam já ter iniciado uma reserva para a aposentadoria: são apenas 16%, o menor número da série histórica.

A população que ainda não começou a poupar para a aposentadoria, mas pretende começar, teve um incremento de dois pontos, alcançando 57%. Já a parcela

que não começou nem pretende começar se manteve estável em 27%.

Ao se observar a realidade das pessoas já aposentadas, que somam 15% dos entrevistados nesta edição do Raio X, é possível projetar uma quebra de expectativas significativa para os ainda não aposentados no futuro.

84%

das pessoas não aposentadas ainda não começaram a formar uma reserva para a aposentadoria

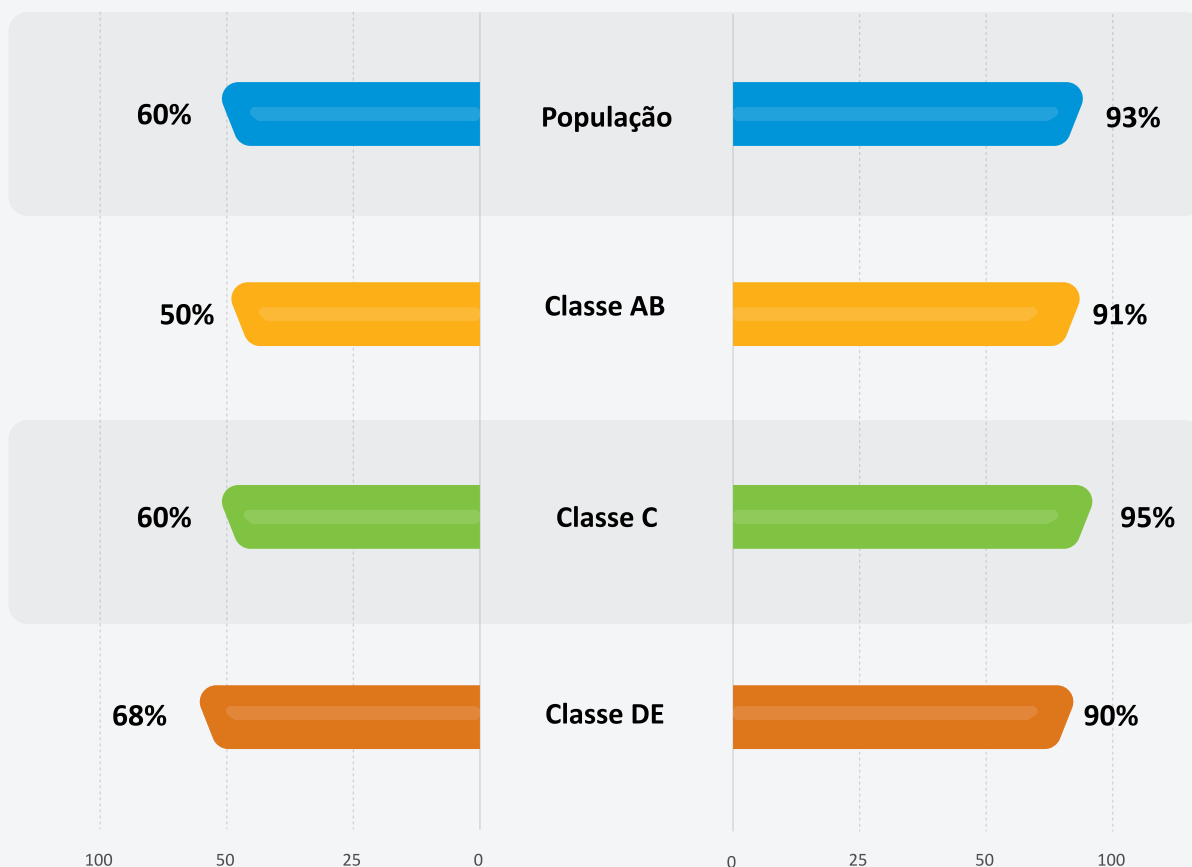
O peso real da previdência pública na aposentadoria

DA TEORIA...

Pessoas não aposentadas que afirmam que o dinheiro para sustento durante a aposentadoria virá do INSS

...À PRÁTICA

Pessoas já aposentadas que afirmam que o dinheiro para sustento na aposentadoria efetivamente vem do INSS



Embora 60% das pessoas ativas apontem que tirarão seu sustento da previdência pública, na prática um número muito maior dos já aposentados (93%) dependem do INSS. A discrepância é ainda mais evidente entre as pessoas da classe AB, em que 50% dos não aposentados contam com o INSS como fonte de renda futura, mas 91% dos aposentados efetivamente dependem dele.

A discrepância entre expectativa e realidade pode ter algumas implicações, como uma redução da renda maior que o previsto na aposentadoria ou a necessidade de estender a vida ativa. Nesta edição do estudo, a proporção de pessoas que pretendem se aposentar até os 59 anos de idade diminuiu, chegando a 27%, enquanto 47% afirmam que gostariam de se aposentar entre os 60 e 69 anos.



Quem consegue lidar com uma emergência financeira?

Se uma parcela de apenas 16% da população já deu início às economias para a aposentadoria, uma fatia bem maior (69%) afirma dispor de algum dinheiro guardado para emergências. O que parece um alento, no entanto, precisa ser analisado com atenção.

Cerca de 20% das pessoas possuem reservas que durariam no máximo um mês; para 43%, os recursos seriam todos consumidos em 6 meses. Apenas 26% das pessoas suportariam mais do que seis meses com o dinheiro que possuem, enquanto quase um terço simplesmente não pode contar com qualquer reserva.

Entre os investidores, a situação é relativamente mais favorável: 47% possuem reservas por até seis meses e 42% teriam fôlego financeiro para um período superior, enquanto 11% não possuem qualquer recurso para emergências.

A fragilidade é mais acentuada entre não investidores, grupo em que 42% não possuem reservas e apenas 17% poderiam se manter por seis meses ou mais em caso de emergência.

3%

têm reserva para 5 anos ou mais



6%

têm reserva para 1 a 2 anos

15%

têm entre 6 meses e 1 ano

12%

têm entre 3 e 5 meses

12%

têm entre 1 e 2 meses

10%

conseguem cobrir até um mês

10%

têm reserva para menos de uma semana

31%

não têm nenhuma reserva





Conhecimento e atitude

06

Destaques

Conhecimento, acesso à informação e atitude financeira caminham juntos

Pessoas investidoras têm perfil educacional mais alto do que quem ainda não investe, embora a formação no Ensino Médio seja predominante nos dois grupos.

Educação financeira ainda é limitada, mas mais presente em investidores

Uma fatia de 21% da população já participou de aula, curso ou palestra sobre educação financeira. A proporção sobe para 33% entre investidores e vai a 14% entre quem não investe. Por renda, 37% da classe AB participou de atividades desse tipo. Entre quem já esteve em cursos e palestras, 39% têm perfil de investimento diversificado.

Canais para se informar sobre investimentos são majoritariamente digitais

O acesso à internet é alto no geral, mas desigual entre investidores (97% possuem acesso, 77% sempre) e quem ainda não investe (90% têm acesso, 62% sempre). Entre os investidores, pela quinta edição, o YouTube é o canal mais citado para obter informações sobre produtos financeiros, seguido pelo Instagram. A televisão caiu de 34% para 21% das menções em cinco anos.

9% usam assistentes de IA para obter informações sobre investimentos

Essas ferramentas, incluídas pela primeira vez na pesquisa, já superam canais como Facebook, e-mail, TikTok e rádio. Quem usa IA tem perfil mais masculino, jovem, de maior renda, além de mais propenso a diversificar e continuar investindo.

Conhecimento se traduz em desempenho em finanças básicas

A maioria dos entrevistados (66%) acertou a resposta a uma questão sobre juros, com vantagem para investidores (74%), que possuem maior grau de instrução e engajamento em atividades de educação financeira. Uma segunda questão para medir o autocontrole financeiro demonstrou que 44% da população apresenta perfil mais imediatista, enquanto entre os investidores a proporção cai para 38%.

Fraudes e golpes financeiros: mais de um terço da população sofreu tentativa

Análise sobre golpes financeiros são uma novidade da nova edição do Raio X. Os resultados indicam que 34% da população passou por ao menos uma situação golpe ou fraude. A incidência é maior entre investidores (42%) e na classe AB, possivelmente pelo maior uso de canais digitais e serviços financeiros.

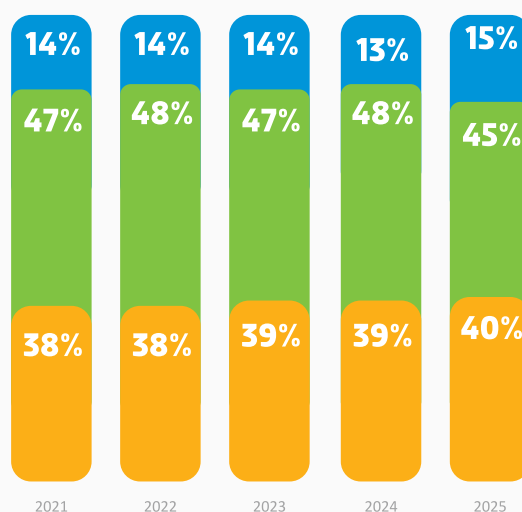
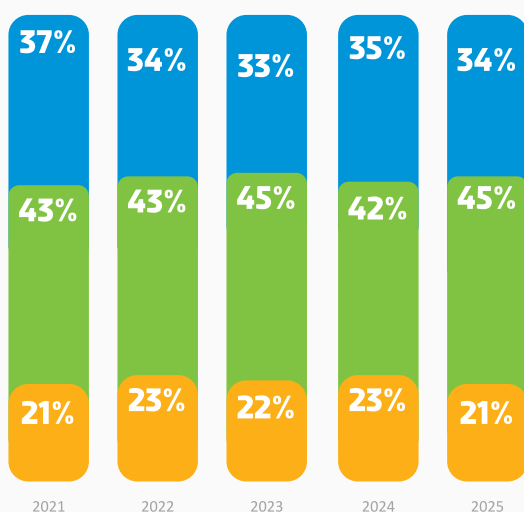
Saber para investir

O nível de conhecimento e de acesso à informação das pessoas é determinante para sua compreensão sobre os fenômenos financeiros, sua habilidade para avaliar riscos e suas atitudes ao lidar com dinheiro. Por isso, o 9º Raio X do Investidor Brasileiro também avaliou esses aspectos.



Grau de escolaridade

INVESTIDORES



NÃO INVESTIDORES

■ Ensino superior
 ■ Ensino médio
 ■ Ensino fundamental



34%

dos investidores possuem Ensino Superior. Essa proporção é de 15% entre os não investidores

Há diferenças importantes entre o grau de instrução dos entrevistados considerados investidores e daqueles que ainda não investem. Nos dois grupos, a formação predominante é o Ensino Médio, correspondendo a 45% dos casos. Entre os investidores, no entanto, há um percentual significativamente maior de pessoas com Ensino Superior do que com Ensino Fundamental (34% x 21%). A situação oposta se verifica entre os não investidores, com 40% dos entrevistados possuindo apenas a formação básica e 15%, um curso superior.

Pessoas que participaram de aula, curso, treinamento ou palestra sobre educação financeira

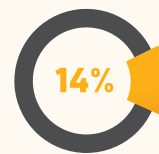
População



Investidores



Não Investidores



Principais assuntos das atividades:

Assunto	População	Investidores	Não Investidores
Fazer investimentos financeiros	10%	18%	5%
Planejamento do orçamento pessoal ou familiar, guardar dinheiro	8%	14%	4%
Comprar de forma consciente e evitar gastos desnecessários	6%	10%	4%
Proteção contra fraudes e golpes financeiros	6%	10%	4%
Conhecer seus direitos como consumidor	6%	9%	4%

Também se verificam padrões diferentes de engajamento em atividades de educação financeira entre os dois grupos.

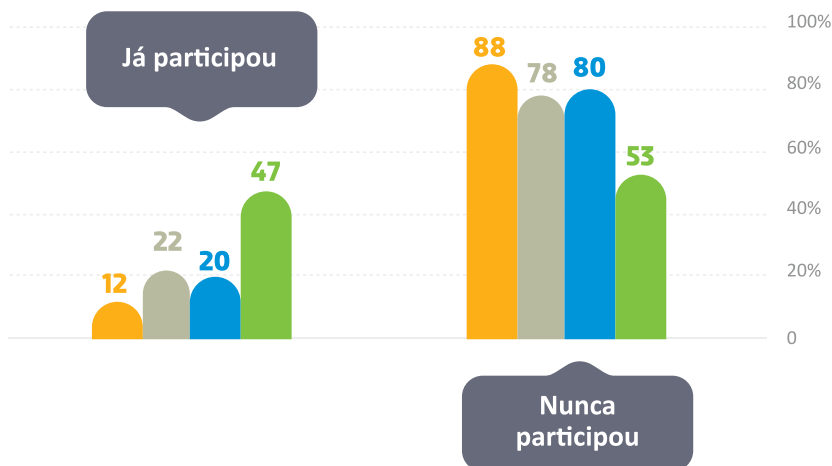
Dois em cada dez brasileiros afirmam já ter participado de alguma aula, curso, treinamento ou palestra relacionada a temas como investimentos, planejamento financeiro, consumo consciente, aposentadoria, entre outros. Entre os investidores, a proporção aumenta para um terço; entre quem ainda não investe, cai para 14%.

Quando se observa a distribuição por classe social, a fatia de entrevistados da classe AB que já participaram de atividades de educação financeira alcança 37%, chegando a 19% na classe C e a apenas 8% na classe DE.

Outra análise possível compara a participação em atividades de educação financeira entre pessoas com diferentes perfis de investimento. Esses perfis foram detalhados no capítulo **"A população brasileira e os investimentos"**.

Participação em atividades de educação financeira por perfil de investimento

- Perfil sem reserva
- Perfil economiza, mas não investe
- Perfil caderneta
- Perfil diversifica



Entre as pessoas de perfil Sem Reserva, apenas 12% já participaram de atividades de educação financeira e 88%, nunca. É o menor engajamento em atividades do tipo entre os quatro perfis analisados pelo Raio X.

Já entre as pessoas com perfil Diversifica, que investem em mais de um produto financeiro, a proporção que já participou de atividades de educação financeira dá um salto para 47%. É, de longe, o grupo com maior engajamento em atividades desse tipo. As que nunca participaram somam 53%.

O comportamento no perfil Economiza, mas não Investe e no Perfil Caderneta é muito semelhante, com cerca de um quinto das pessoas já tendo participado de atividades de educação financeira e o restante, não.

Parece existir uma relação clara entre essas variáveis, perfil de investimento e participação em atividades de educação financeira. No entanto, é difícil estabelecer a causalidade: se essas atividades levam as pessoas a constituírem reservas e diversificarem mais, ou se são justamente os investidores mais experientes que procuram esse tipo de formação.

A internet como meio de informação

Existem padrões diferentes de uso da internet entre os investidores e quem ainda não investe.

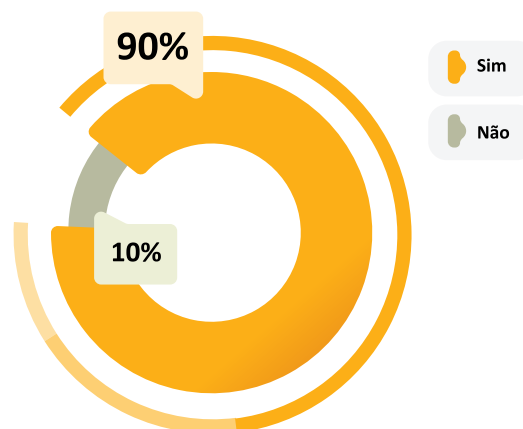
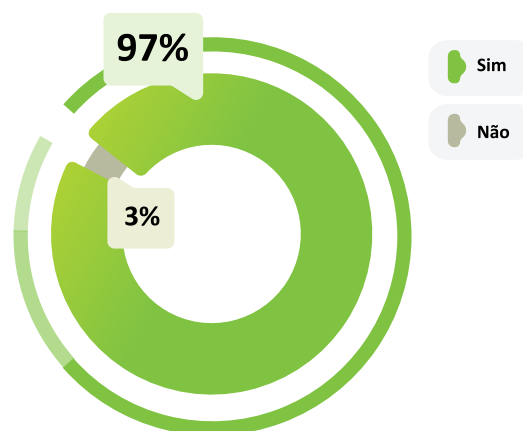
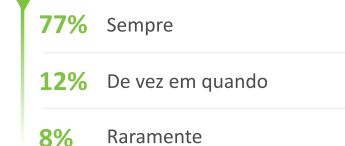
Enquanto 97% dos investidores possuem acesso à internet, sendo que 77% afirmam ter acesso sempre, entre os não investidores o patamar é de 90% (62% sempre). Apenas 3% dos investidores dizem não ter acesso à rede, contra 10% de quem não investe.

Esse é um dado relevante considerando os meios utilizados por quem já investe tanto para decidir qual o melhor produto financeiro, quanto para realizar aplicações. Como destacado na seção **Os meios para escolher e os meios para investir**, os principais meios para obter informações sobre investimentos e as principais formas de realizá-los dependem diretamente do acesso à internet.

Acesso à internet

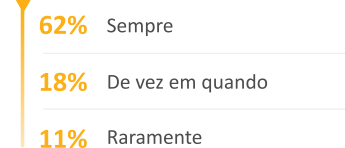
INVESTIDORES

97%



NÃO INVESTIDORES

90%



A pesquisa buscou detalhar os canais pelos quais os brasileiros que já são investidores se informam sobre investimentos. O YouTube foi o líder absoluto nas cinco últimas edições do Raio X, indicado por 35% dos entrevistados em 2025, seguido pelo Instagram, com 27% das menções.

YouTube foi o canal mais citado pelos investidores como fonte de informação sobre investimentos nas últimas cinco edições do Raio X

Dos meios tradicionais, a televisão predomina, apontada por 21% dos investidores. O declínio ao longo dos últimos cinco anos, porém, é considerável. Em 2021, a TV era mencionada por 34% das pessoas, bem à frente do Instagram, que registrava 25% das respostas na época.

O Whatsapp registra queda consistente como meio de informação para investidores, saindo de 22% das menções em 2021 para 15% em 2025.

Dois novos meios foram acrescentados nessa edição do estudo: ferramentas de busca, como o Google, e assistentes de inteligência artificial (IA). As ferramentas de busca alcançaram 20% das menções, praticamente empatando com televisão e portais e sites.

Já os assistentes de IA foram mencionados por 9% dos entrevistados – uma fatia menor, mas significativa, superando canais como Facebook, e-mail, Tik Tok, rádio e outras redes sociais.

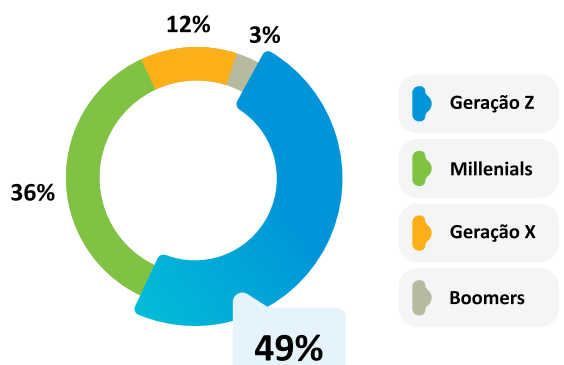
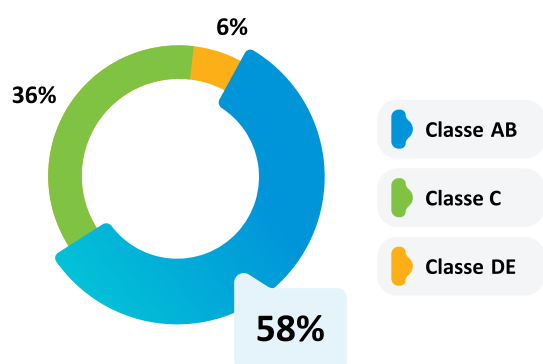
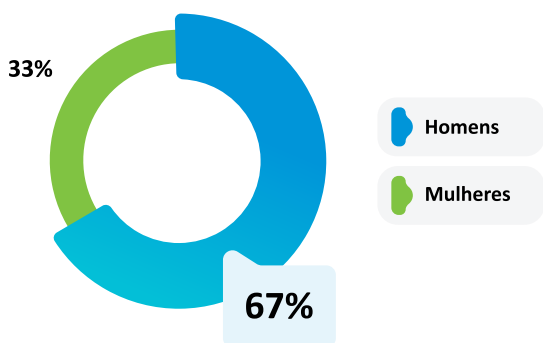
Canais utilizados para buscar informações sobre investimentos



A inteligência artificial chega aos investimentos

A disseminação do uso de assistentes de inteligência artificial (IA) na vida cotidiana tem levado essa tecnologia a ser também utilizada como fonte de informação sobre produtos financeiros. Pela primeira vez, o Raio X do Investidor Brasileiro mediu a utilização dessas ferramentas no contexto dos investimentos.

Investidores que utilizam assistentes de IA



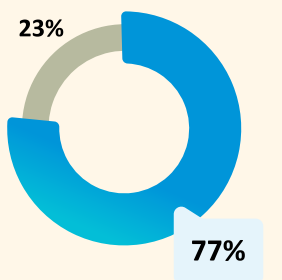
Uma análise dos investidores que utilizam IA como fonte de informação mostra que o grupo possui características específicas. É um público mais masculino (67% são homens), mais jovem (49% pertencem à Geração Z) e mais rico (58% estão na classe AB) do que os investidores em geral.

Quando fazemos a análise a partir dos homens e mulheres que são investidores, 11% utilizam IA para se informar sobre produtos financeiros, em contraste com 7% das mulheres. Considerando as diferentes gerações identificadas no Raio X, 17% dos investidores da Geração Z usam ferramentas de IA, enquanto 11% dos Millennials, 4% da Geração X e 2% dos Boomers fazem o mesmo.

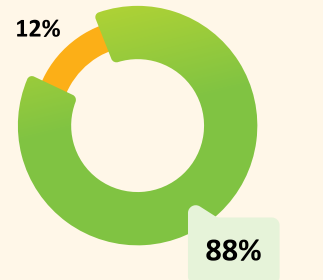
Por classe social, 13% dos investidores da classe AB usam assistentes de IA, assim como 7% da classe C e 4% da classe DE.

Investidores que utilizam assistentes de IA

Perfil de Investimento



Intenção de investir em 2026



Os investidores que utilizam assistentes de IA tendem a ter uma carteira mais diversificada – 77% deles se enquadram no Perfil Diversifica e apenas 23% investem só na caderneta de poupança.

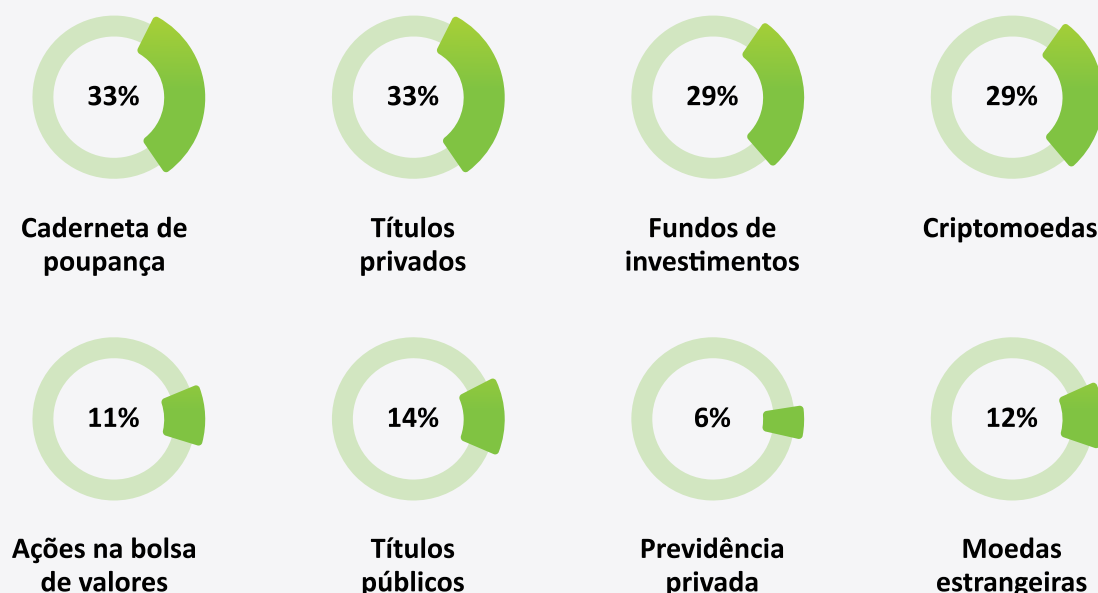
Além disso, 88% dos investidores que usam IA demonstram ter a intenção de investir em 2026, enquanto apenas 12% afirmam que não pretendem realizar aplicações financeiras.

Fazendo a análise a partir do contingente de pessoas que pretendem investir em 2026, 10% utilizam assistentes de IA para se informar sobre produtos financeiros e 90%, não utilizam. Já dentre as pessoas que não têm intenção de investir em 2026, 4% utilizam IA e 96%, não.

Partindo do perfil de investimento, 14% dos investidores com perfil Diversifica fazem uso das ferramentas de IA, assim como 4% do perfil Caderneta.



Como quem usa assistentes de IA investe



Os investidores que utilizam IA possuem carteiras menos concentradas na poupança – cerca de um terço deles (33%) afirmam ter dinheiro na caderneta. É o mesmo percentual que possui títulos privados. Outros 29% têm fundos de investimentos na carteira e 29% têm criptomoedas.

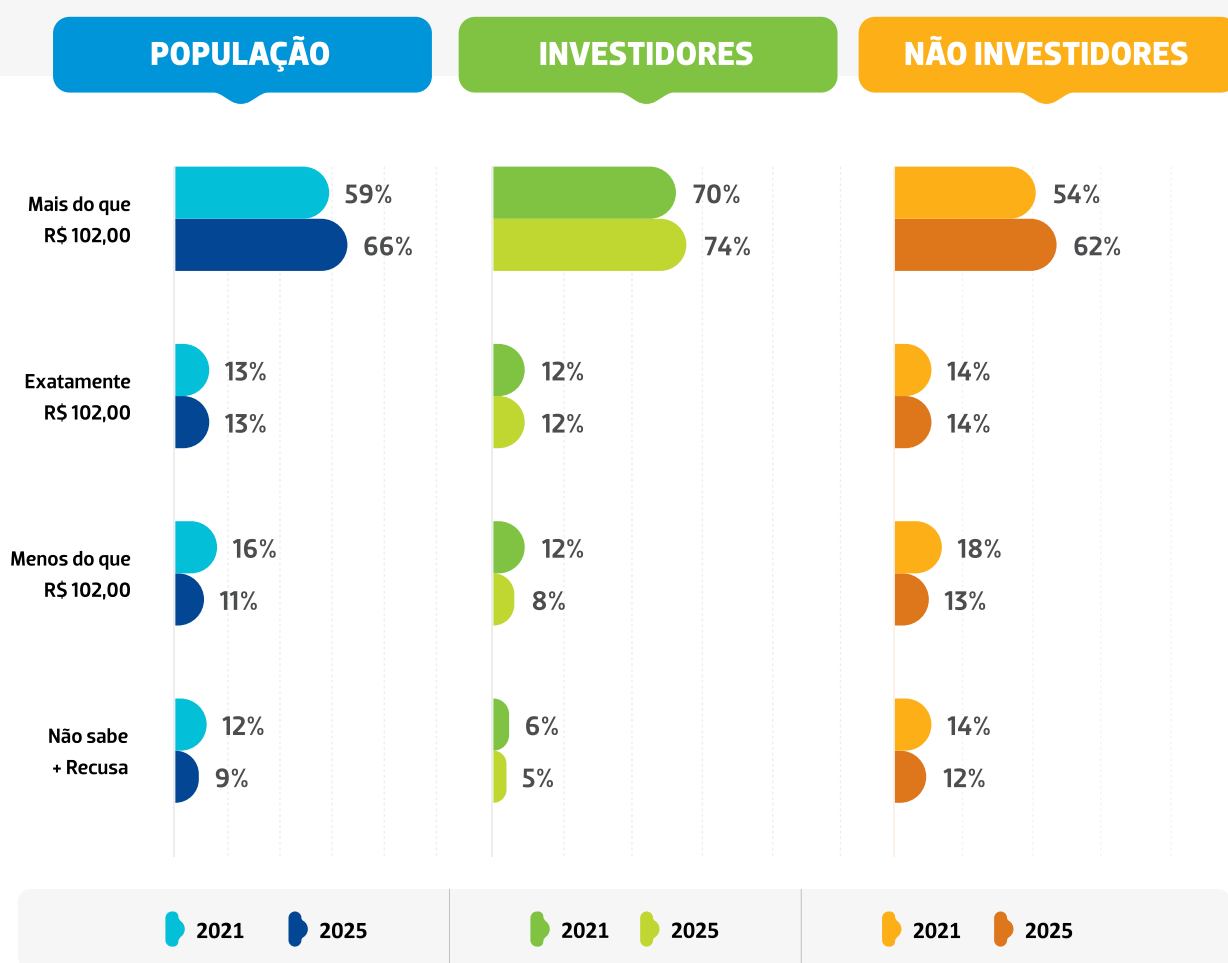
Além de usar a IA para obter informações sobre investimentos, esses investidores também adotam outros canais digitais com muito mais intensidade. O YouTube é apontado por 51%, as ferramentas de busca por 41%, o Instagram por 38% e portais e sites por 35%. A televisão, por sua vez, é utilizada como fonte por apenas 9%.

Os reflexos práticos do conhecimento

De que maneira o grau de instrução e a participação em atividades de educação financeira refletem no comportamento dos brasileiros com relação ao dinheiro e aos investimentos?

Duas perguntas feitas nesta edição do Raio X do Investidor Brasileiro ajudam a entender. A primeira (*) envolve uma operação matemática simples para aferir a percepção sobre o rendimento de uma aplicação financeira:

Suponha que você possui R\$ 100 em investimentos financeiros que rendem 2% ao ano. Depois de 5 anos, quanto você imagina que terá como saldo dessa aplicação?



A maior parte dos participantes respondeu corretamente, com 66% das pessoas indicando que o saldo será superior a R\$ 102. Entre os investidores, o nível de respostas corretas (74%) é significativamente superior ao das respostas corretas oferecidas pelas pessoas que ainda não investem (62%).

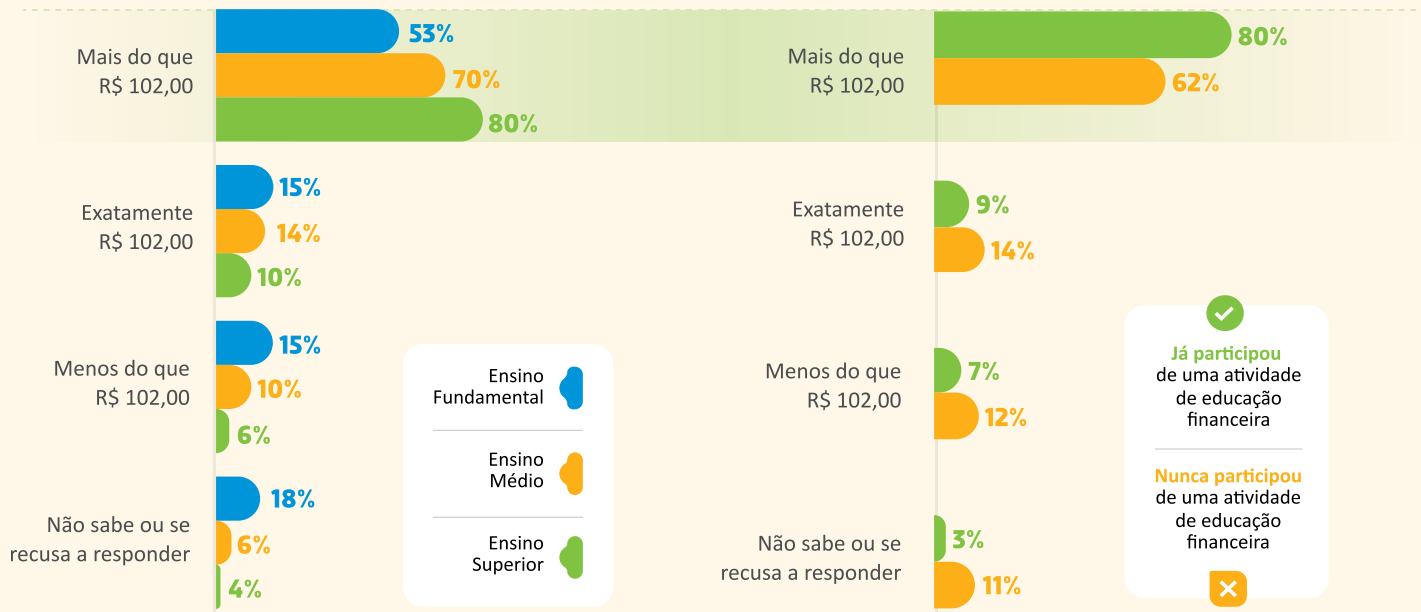
(*) Essa é uma das perguntas que compõem o chamado Big Three, método desenvolvido pelas especialistas em educação financeira Annamaria Lusardi (Itália) e Olívia Mitchell (EUA) para medir as noções básicas de economia e finanças da população.

Suponha que você possui R\$ 100 em investimentos financeiros que rendem 2% ao ano. Depois de 5 anos, quanto você imagina que terá como saldo dessa aplicação?

Respostas de acordo com grau de instrução

Respostas de acordo com participação em atividades de educação financeira

✓ RESPOSTA CORRETA



Ao analisar as respostas dadas por pessoas com diferentes perfis educacionais, nota-se que o índice de acerto é bem mais elevado entre quem possui Ensino Superior (80%) do que entre quem cursou Ensino Fundamental (53%) ou Médio (70%).

Percebe-se um comportamento semelhante quando a análise leva em conta a participação em atividades de educação financeira. O índice de acerto entre as pessoas que já participaram de atividades do tipo (80%) também é sensivelmente mais alto do que entre quem nunca participou (62%).

“ Nível de acerto é maior entre pessoas que possuem Ensino Superior e que já participaram de atividades de educação financeira

Uma segunda pergunta foi feita na pesquisa para identificar o nível de imediatismo e autocontrole da população quando o assunto é dinheiro:

Imagine que você pudesse escolher entre receber um pagamento de X nesse mês ou receber um pagamento de X + 10% no mês seguinte. O que você escolheria?



Os valores apresentados na pergunta variaram proporcionalmente à renda familiar dos respondentes, para torná-los mais atrativos. Para pessoas com renda até um salário mínimo, por exemplo, a escolha foi entre receber R\$ 760 neste mês ou R\$ 840 no mês seguinte. Já para aquelas com renda superior a 20 salários mínimos, as opções foram R\$ 53.100 neste mês ou R\$ 83.500 no mês seguinte.

As respostas foram classificadas como "mais imediatistas" quando indicavam preferência por receber o pagamento neste mês e "menos imediatistas" quando indicavam receber no mês seguinte.

Dentre os entrevistados, 53% escolheram a opção de receber no mês seguinte – ou seja, apresentaram um comportamento menos imediatista. Em contrapartida, 44% podem ser considerados mais imediatistas, pois responderam que prefeririam receber neste mês.

O grau de imediatismo é maior nas faixas de renda mais baixa, com a opção por receber neste mês alcançando 49% entre os que ganham até um salário mínimo e 50% para aqueles com renda de um a dois salários mínimos. O menor nível de imediatismo, somando 17%, aparece na faixa de renda superior a 20 salários mínimos.

Entre quem já é investidor, o nível de imediatismo é menor, com 38% optando por receber a quantia no mesmo mês. Já entre as pessoas que ainda não investem, é maior, com esse percentual alcançando 47%. Além disso, há uma proporção maior de não investidores que não souberam o que responder (4%, contra 1% entre os investidores).

Observando o grau de imediatismo das respostas de acordo com o perfil educacional das pessoas, percebem-se movimentos importantes. Quanto maior a formação, maior é a adesão à resposta menos imediatista.

Quase dois terços (64%) dos entrevistados com Ensino Superior afirmam que aceitariam esperar um mês para ganhar mais dinheiro. Entre as pessoas que possuem o Ensino Fundamental, esse percentual cai para 47%. Nesse grupo, também é maior a proporção que não sabe o que escolher (7%).

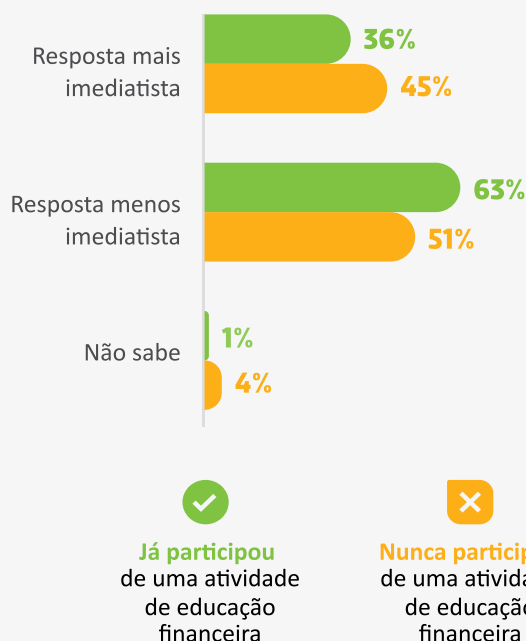
Também se observam diferenças entre as pessoas que já participaram de atividades de educação financeira: 63% delas dão a resposta menos imediatista. Entre aqueles que nunca participaram de atividades desse tipo, 51% afirmam que esperariam um mês para ganhar mais dinheiro. Nesse grupo, a proporção de pessoas que não sabem cresce para 4%.

Imagine que você pudesse escolher entre receber um pagamento de X nesse mês ou receber um pagamento de X + 10% no mês seguinte. O que você escolheria?

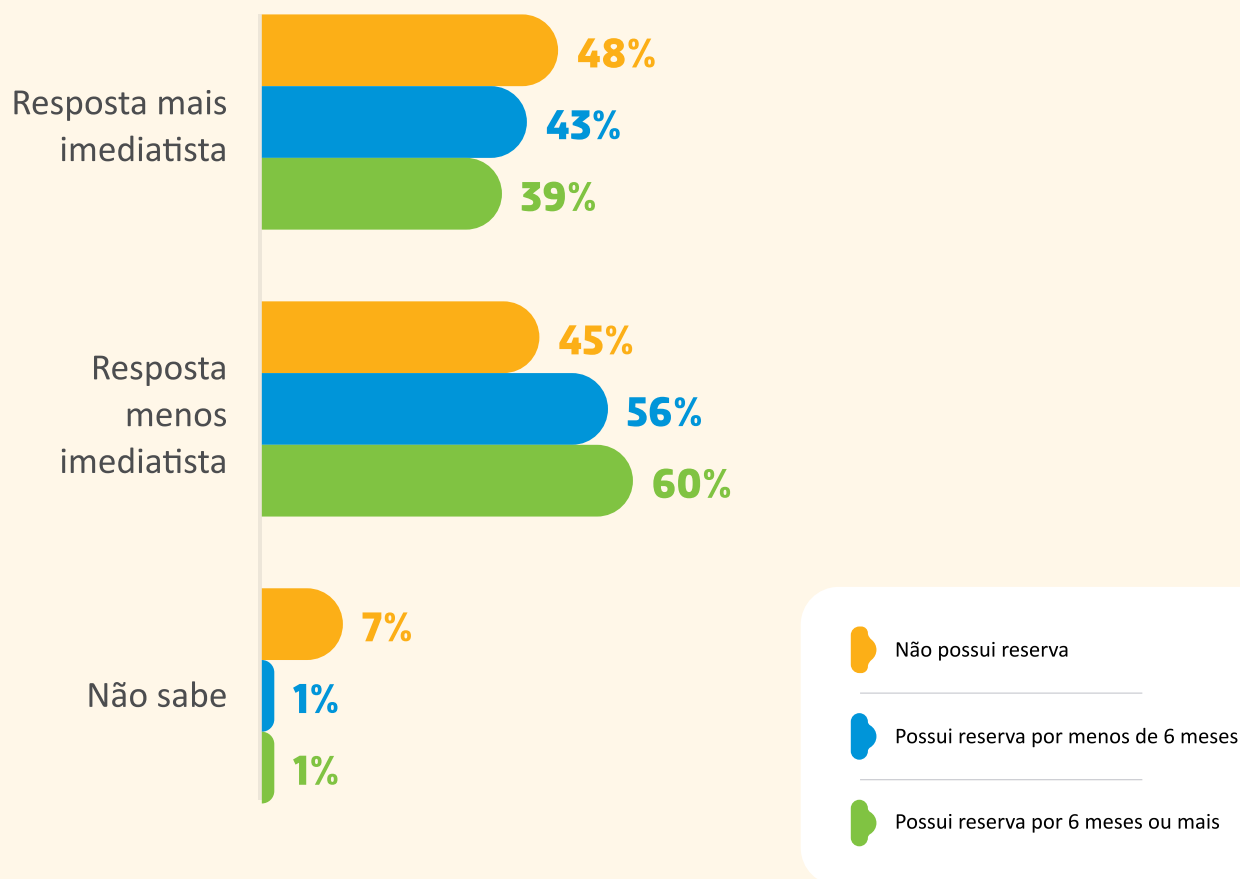
Respostas de acordo com grau de instrução



Respostas de acordo com participação em atividades de educação financeira



Respostas de acordo com nível de reserva de emergência



Ter um perfil mais ou menos imediatista parece ter uma relação prática com a vida financeira das pessoas. Um exemplo é a formação da reserva de emergência.

Entre as pessoas que não possuem nenhuma reserva, quase metade (48%) afirmam que preferem receber o dinheiro no mesmo mês, ainda que isso signifique ganhar um valor menor (resposta mais imediatista). Outros 45% dizem que aceitariam receber no mês seguinte para ganhar mais (resposta menos imediatista) e 7%, que não sabem.

Já entre as pessoas que possuem reserva para viver por seis meses ou mais, é a resposta menos imediatista que predomina: 60% dizem que aceitariam receber o valor no mês seguinte e apenas 39%, que preferem receber no mesmo mês.

A disseminação de fraudes e golpes financeiros

A experiência da população com fraudes e golpes financeiros é um dos novos aspectos avaliados nesta edição do Raio X do Investidor Brasileiro. Aos respondentes, foi questionado se haviam passado por uma série de situações associadas a tentativas de golpe ao longo de 2025.

34%

da população passou por alguma situação

66% não passou por qualquer situação

Os resultados indicam que uma parcela relevante da população, de 34%, vivenciou pelo menos uma situação de fraude ou golpe. Em média, os respondentes relataram ter vivenciado 1,5 tipo de ocorrência em 2025, com a aparente predominância de fraudes digitais e casos típicos de uso de engenharia social.

Entre as práticas fraudulentas, destaca-se o recebimento e acesso a links falsos enviados por e-mail, SMS ou redes sociais, simulando comunicações de bancos, mencionado por 15% da população.

Outras ocorrências relevantes incluem a compra de produtos em lojas virtuais falsas (7%), as tentativas de solicitar dinheiro a contatos próximos por meio do WhatsApp (5%), o pagamento de boletos falsos (5%), a clonagem de cartões de crédito ou débito (5%) e o desvio de dinheiro a partir de celulares roubados (5%).

Uma análise mais detida dos dados revela diferenças expressivas entre perfis distintos de entrevistados. Entre as pessoas consideradas investidores, a incidência de fraudes e golpes é

15% Recebeu e acessou links falsos enviados por e-mail, SMS ou redes sociais que imitam bancos ou serviços para roubar dados e instalar vírus.

7% Comprou produtos pela internet numa loja falsa ou que imitava lojas verdadeiras.

5% Teve o WhatsApp clonado para pedir dinheiro para amigos e parentes.

Pagou um boleto falso (golpe) ou falou com uma falsa central de atendimento de bancos.

Teve cartão de crédito clonado após uma compra online ou física em um estabelecimento comercial.

Teve o celular furtado ou roubado e teve dinheiro retirado de sua conta via PIX.

4% Teve dados de cartão de crédito ou débito utilizados para fazer compras sem sua autorização

Falsos investimentos que prometem altos retornos financeiros, como esquemas de pirâmides.

1% Abriam contas em seu nome sem seu consentimento.

Usaram seus dados para contratar planos de celular ou TV, entre outros.

significativamente maior, com 42% dos entrevistados afirmando terem passado por alguma das situações em 2025. Já entre os não investidores, o percentual cai para 30%.

Um fenômeno semelhante se verifica na análise por classe social. Na classe AB, 47% dos entrevistados relataram ter passado por alguma situação de fraude, superior ao percentual observado entre os participantes da classe C (34%) e da classe DE (24%).

Nas duas análises, observa-se a presença dos mesmos tipos de golpes, indicando que, embora tenham intensidades distintas, as fraudes são vivências transversais abrangendo tanto investidores quanto não investidores, além de pessoas de todas as classes.

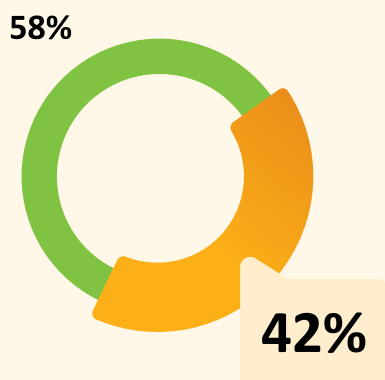
Os dados, porém, sugerem que investidores e indivíduos de classes sociais mais altas são alvos mais frequentes de fraudes. Uma hipótese é de que isso pode acontecer em função de maior uso de serviços digitais, produtos financeiros e canais online por esses grupos.

▶ Não passou por qualquer situação

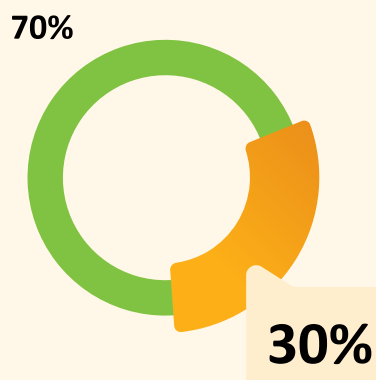
▶ Passou por alguma situação

Fraudes e golpes entre investidores

Investidores

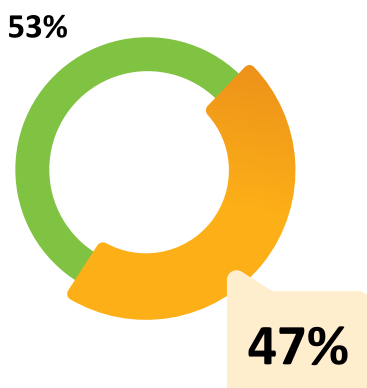


Não Investidores

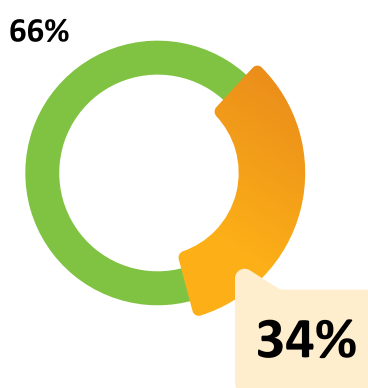


Fraudes e golpes por classe social

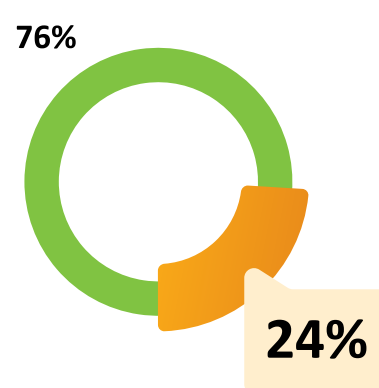
Classe AB



Classe C



Classe DE





O dinheiro e a saúde mental

07

Destques

Orçamento doméstico pressionado, situação financeira vulnerável

Cerca de um terço dos brasileiros dizem gastar mais do que ganham. Essas pessoas são financeiramente mais vulneráveis, apresentando maior dificuldade para economizar e investir, maior percentual de dívidas em atraso e menos acesso a uma reserva de emergência.

Sinais de estresse financeiro são disseminados e persistentes

Maioria das pessoas demonstra preocupação em aumentar renda (84%), controlar finanças (82%), evitar compras desnecessárias (74%), entre outros. Indicador de nível de estresse financeiro permaneceu estável em relação à edição anterior, com alto estresse atingindo 47% das pessoas e estresse médio, 48%.

Maiores vítimas do estresse: mulher, classe DE, de 30 a 64 anos

Entre pessoas com alto estresse financeiro, as mulheres são a maioria (53%). Também predominam pessoas da Geração X (37%) e Millennials (30%), além de integrantes da classe DE (39%). O alto estresse está associado a menos poupança e proteção e a mais dívida.

O dinheiro na cabeça das pessoas

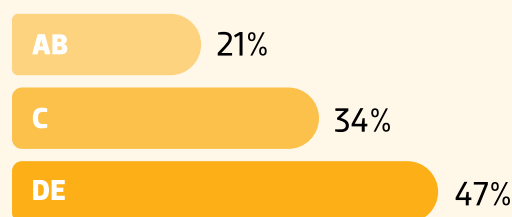
Aproximadamente um terço dos brasileiros e brasileiras afirmam que tiveram gastos superiores à sua renda nos últimos seis meses, praticamente estável em relação às últimas edições da pesquisa. Em contrapartida, manteve-se em um quinto a fatia daqueles que consumiram menos do que ganharam no período. A maior parcela afirma que os gastos são mais ou menos equivalentes à sua renda.

Os gastos foram maiores do que a renda

População



Recorte por classe social

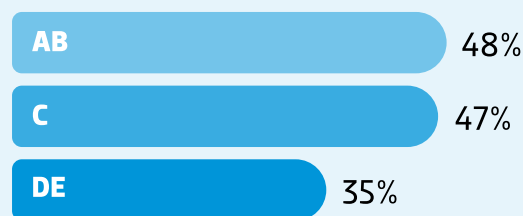


Os gastos foram mais ou menos iguais à renda

População



Recorte por classe social

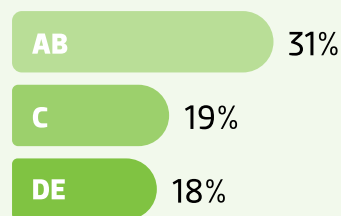


Os gastos foram menores do que a renda

População

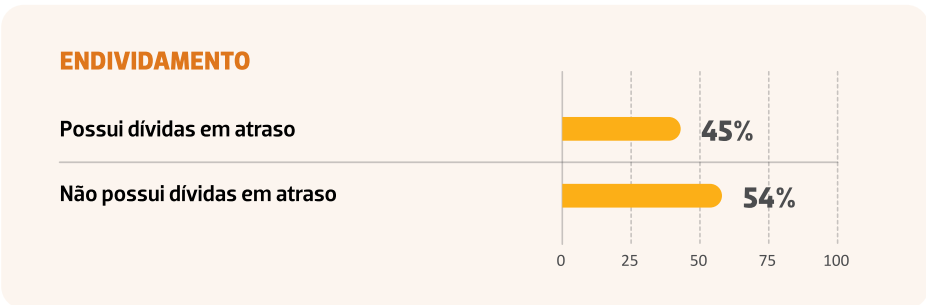
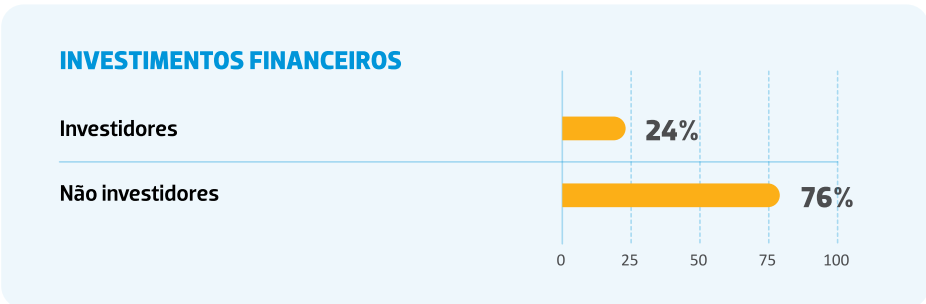
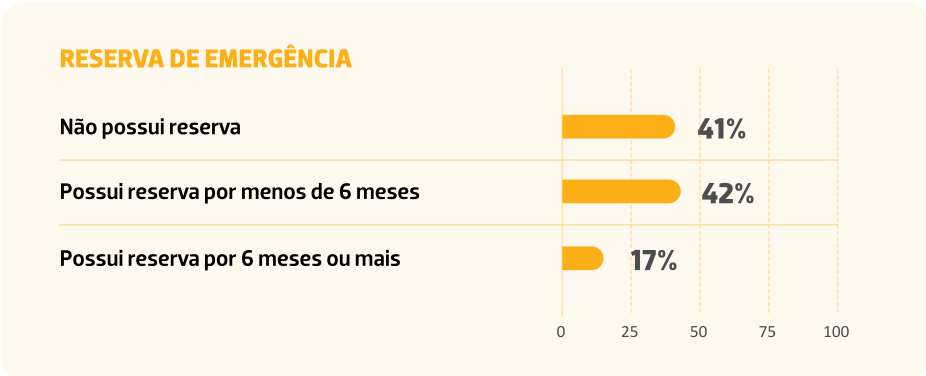
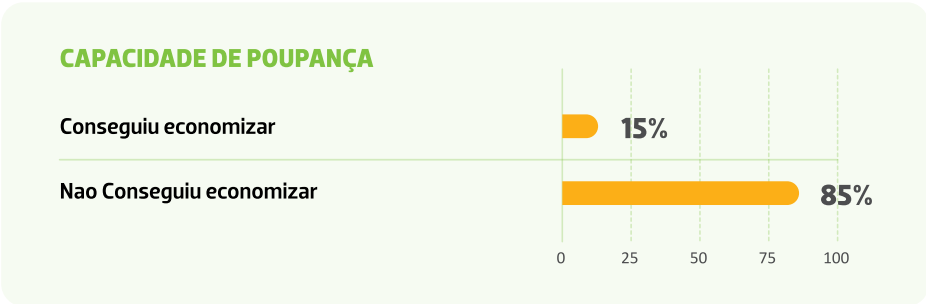
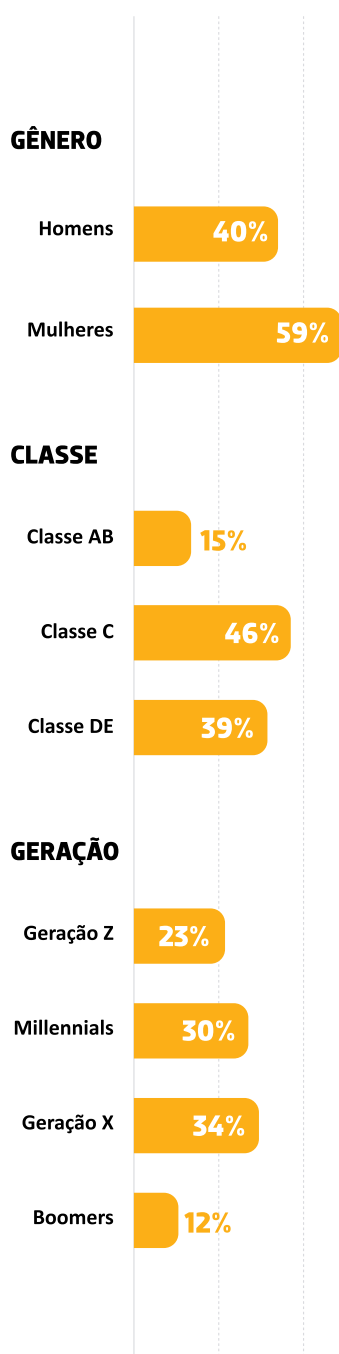


Recorte por classe social



O recorte por classe social revela mais contornos desse dado. Chega a 47% o número de pessoas da classe DE com gastos superiores à renda, enquanto 31% da classe AB afirma gastar menos do que ganha.

Quem são e como agem as pessoas que gastam mais do que ganham



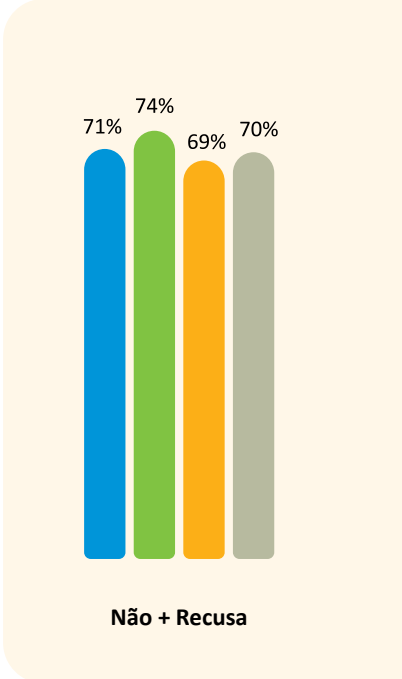
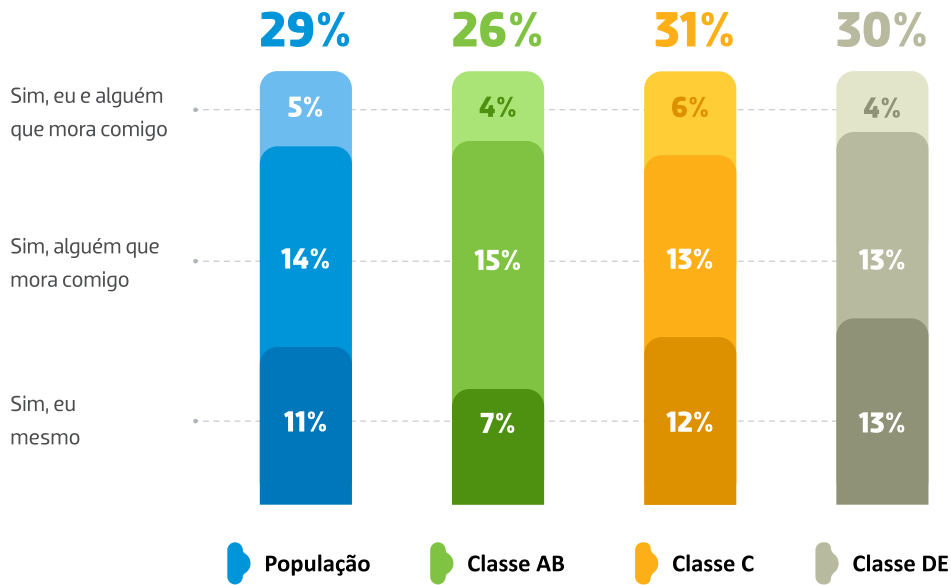
As pessoas que gastam mais do que ganham apresentam especificidades em relação à população em geral. É um público mais feminino (59%) e de menor renda (39% estão na classe DE). Não há diferenças significativas em relação à idade.

Quando o nível de consumo supera o nível de renda, sobra pouco ou nenhum dinheiro no fim do mês. Naturalmente, a proporção de pessoas desse grupo que conseguiu economizar em 2025 é significativamente

menor do que entre a população em geral (15% contra 33%) – das variáveis comparadas, essa é a que apresenta a maior diferença. Como consequência, o volume daqueles sem reserva é maior (41%), enquanto o de investidores é menor (24%).

Também é significativamente maior a fatia dessas pessoas que possuem dívidas em atraso (45%) em relação à população em geral (29%).

Brasileiros e brasileiras que possuem alguma dívida em atraso



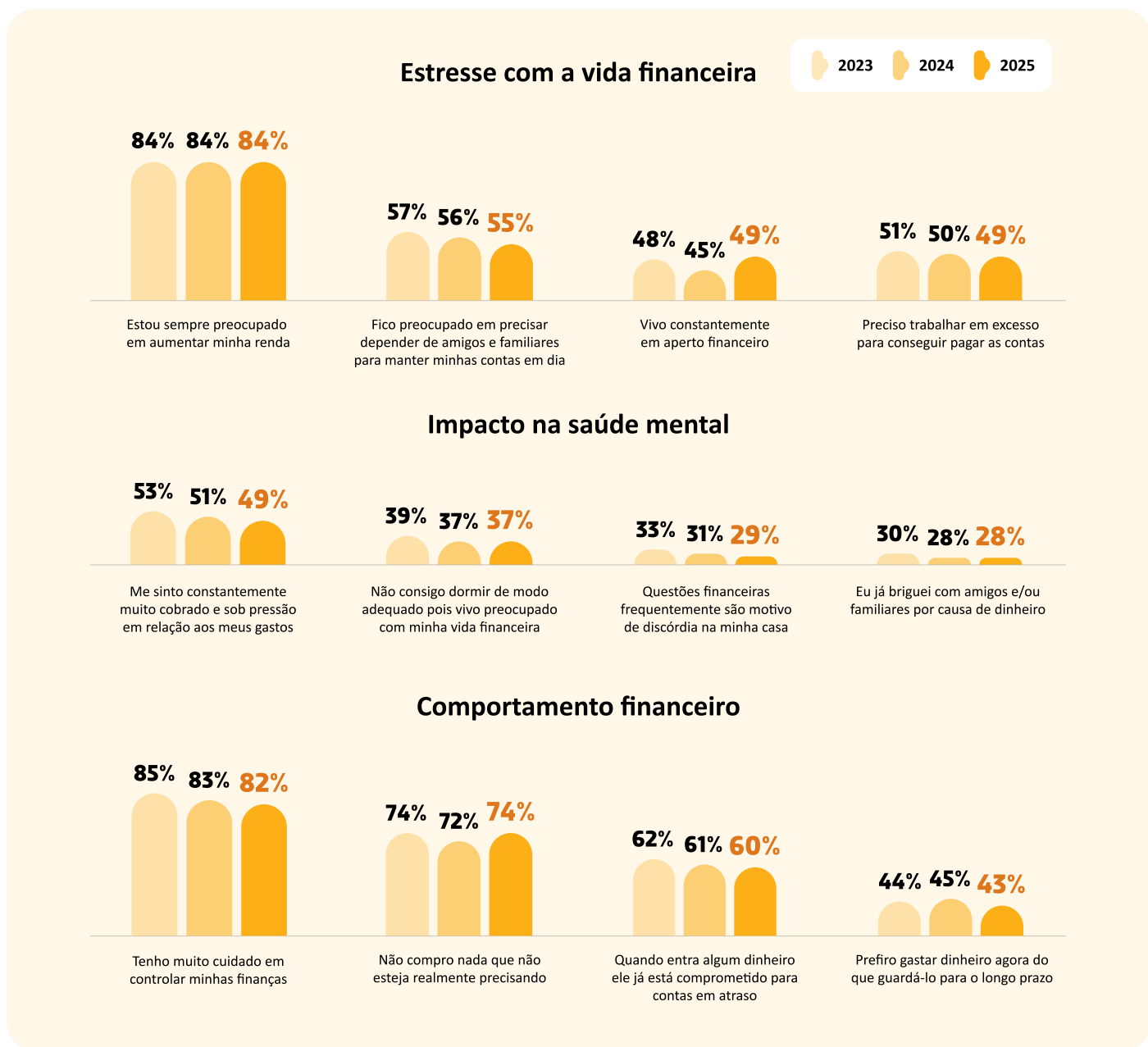
Embora permaneça elevado, o percentual de brasileiros e brasileiras que afirmam possuir alguma dívida em atraso diminuiu para 29% em 2025, contra 33% no ano anterior. No recorte por renda, a classe C é a que apresenta maior nível de inadimplência, alcançando 31%.

29%

dos brasileiros afirmam possuir alguma dívida em atraso, o equivalente a 49,3 milhões de pessoas

Gastar mais ou menos do que se ganha e ter ou não dívidas em atraso são preditores de potencial estresse financeiro. Para aferir com precisão os impactos da relação com o dinheiro na saúde mental dos brasileiros e brasileiras, o Raio X mergulha no tema com uma bateria de perguntas aos participantes.

O estresse financeiro da população brasileira



Soma das respostas “concordo totalmente” e “concordo em parte”

A maior parte das afirmações – com as quais os respondentes são convidados a concordar ou discordar – mantiveram resultados com leve tendência de queda, na comparação com as edições anteriores.

Entre os destaques, os brasileiros afirmam estar sempre preocupados em aumentar a renda (nível de concordância de 84%, somando as respostas “concordo totalmente” e “concordo em parte”), ter cuidado em

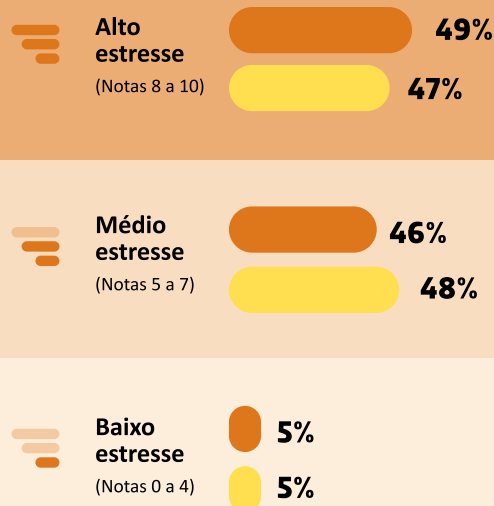
controlar as finanças (82%) e não comprar nada que não esteja precisando (74%).

Também têm níveis elevados de concordância afirmações como “quando entra algum dinheiro, já está comprometido com contas em atraso” (60%) e “fico preocupado em depender de amigos e familiares para manter as contas em dia” (55%).

Nível de estresse financeiro

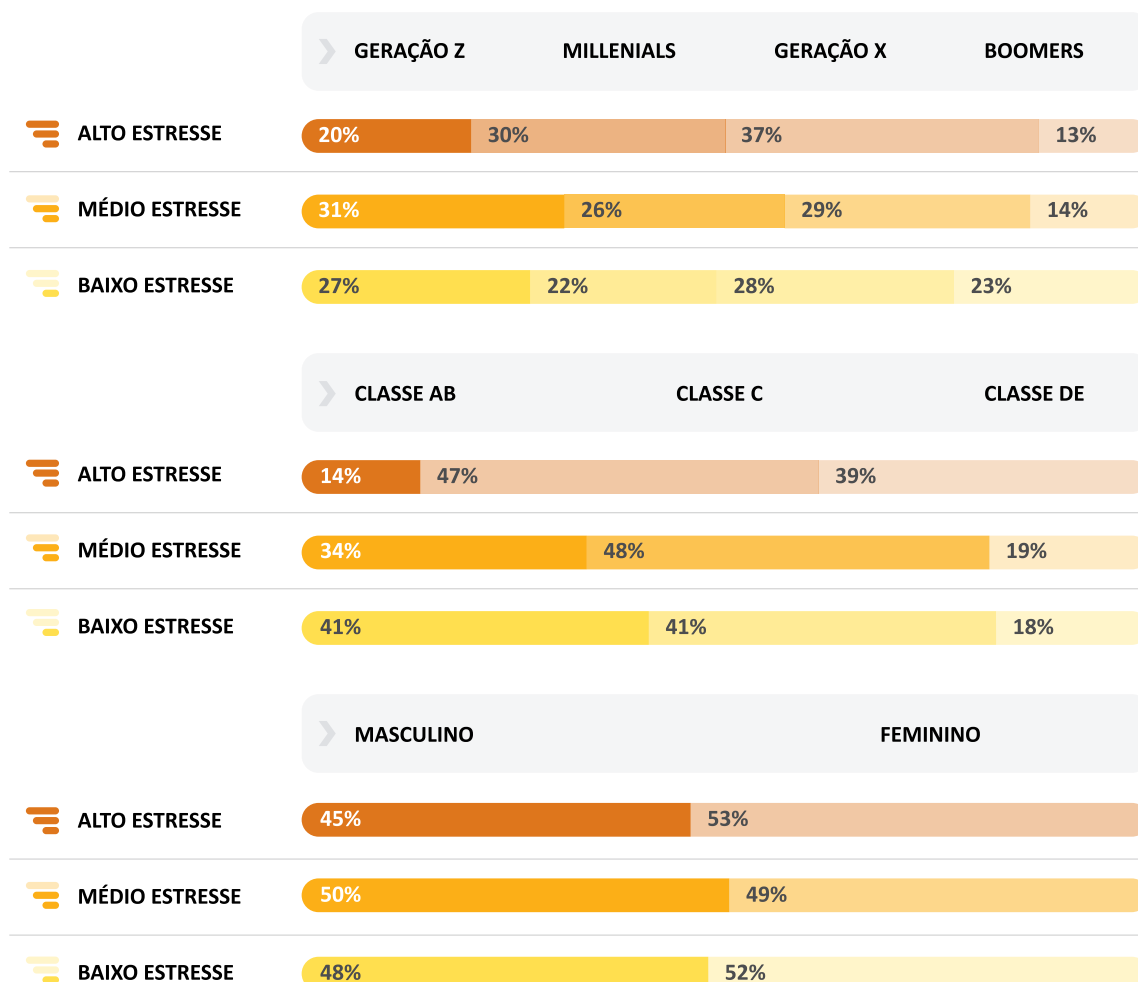
As respostas a essas afirmações serviram de base para o cálculo de um indicador de nível de estresse financeiro dos brasileiros e brasileiras – diferentemente da edição passada do Raio X, quando as pessoas foram questionadas diretamente sobre sua autopercepção de estresse.

Os níveis de estresse se mantiveram perto da estabilidade. As pessoas com alto estresse, que responderam às afirmações predominantemente com notas 8 a 10, somam 47% (48% em 2024), enquanto as de estresse médio (notas 5 a 7) perfazem 48% (47% em 2024). O baixo estresse ficou inalterado (5%).



2025 2024

Perfil da população em cada nível de estresse financeiro



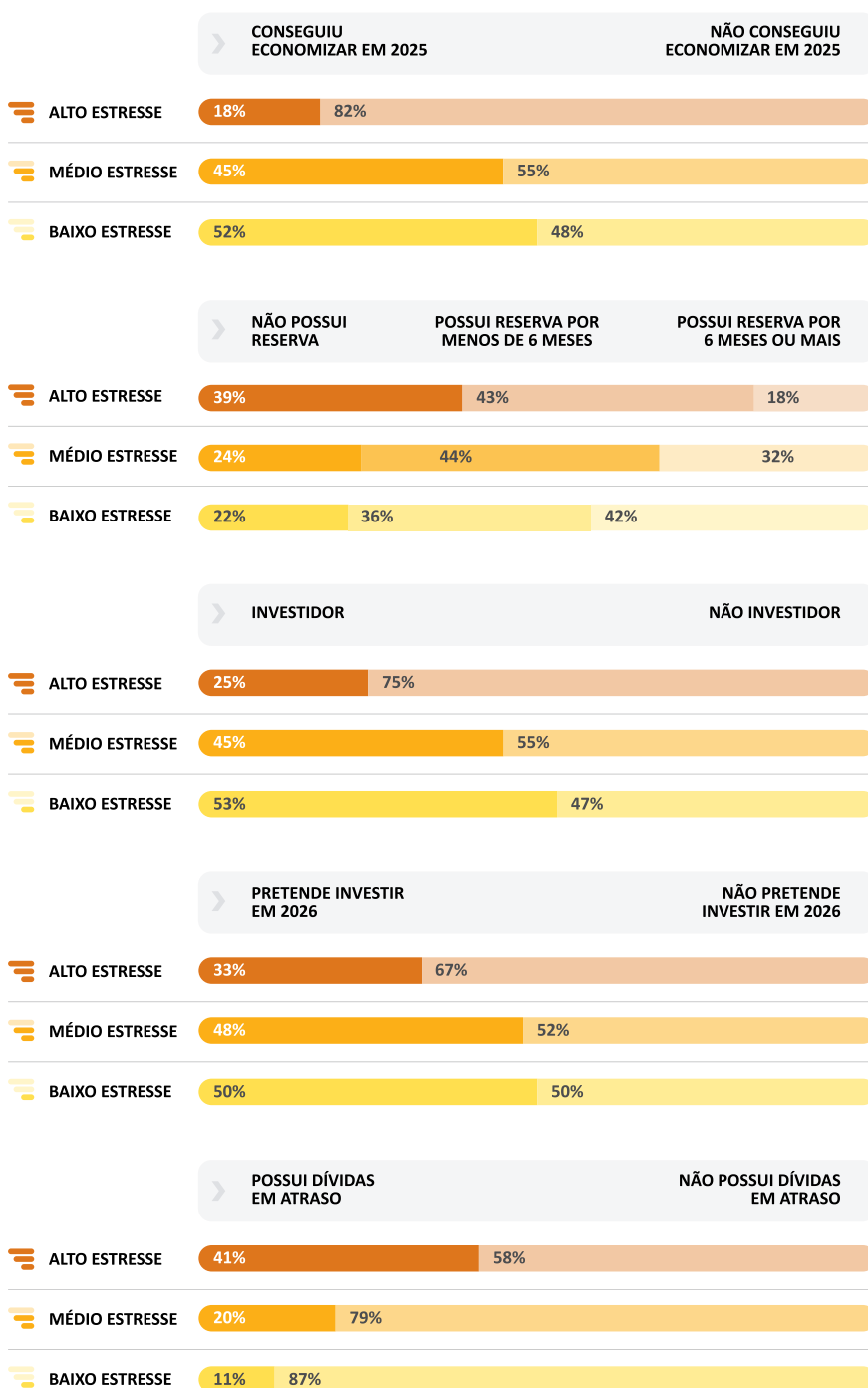
Uma tentativa de traçar o perfil das pessoas por nível de estresse financeiro revela que entre as que apresentam alto estresse há maior concentração de mulheres (53%), de Millennials (30%) e integrantes da Geração X (37%), além de mais pessoas da classe DE (39%) do que na população em geral (28%).



Também parece haver uma associação entre o nível alto de estresse financeiro e alguns comportamentos em especial. A capacidade de poupança, por exemplo, parece ser menor – 82% das pessoas com alto estresse não conseguiram economizar em 2025. Ao mesmo tempo, a fatia daqueles que não possuem reserva de emergência é maior nesse grupo (39% contra 31% na população em geral).

Há menos investidores entre os brasileiros e brasileiras mais estressados (25%), assim como menos pessoas com intenção de investir em 2026 (33%). Por outro lado, também são mais numerosos os com dívidas em atraso (41%) entre as pessoas com nível de estresse financeiro alto.

Comportamentos da população em cada nível de estresse financeiro



82%

das pessoas com alto nível de estresse financeiro não conseguiu economizar nada em 2025



0 impacto
das bets

08

Destques

Adesão da população a bets e apostas online cresce

Da amostra, 17% afirmam ter feito apostas online em 2025; 7% apostam raramente e apenas 1%, todos os dias. O perfil dos apostadores é mais masculino (66%), mais jovem (35 anos em média) e de maior renda familiar (R\$ 5.402/mês). A maior fatia (37%) gasta R\$ 100 ou mais por mês com apostas.

Ganhar dinheiro é maior motivação para apostar, mas cresce visão recreativa

Ganhar dinheiro rápido em caso de necessidade ainda é a motivação de 39% dos apostadores. A visão das apostas como diversão subiu para 32% (ante 26% na edição anterior), enquanto a de que é um investimento ficou em 20% (estável).

Tendência ao vício em apostas mantém níveis de estabilidade

Os apostadores com alto nível de risco somam 11%. Entre eles, a maioria são homens, 82% são da Geração Z ou Millennials e 56% estão na classe C. Pessoas sem indicadores de problemas com jogos sobem para 35%.

O avanço das apostas online

APOSTADOR (17%)

66%

HOMENS

34%

MULHERES

OUTROS + NS + RECUSA: 1%

MÉDIA DE IDADE: **35 ANOS**



57% ENSINO MÉDIO
22% ENSINO FUNDAMENTAL
21% ENSINO SUPERIOR

AB 29%

C 53%

DE 18%

RENDA FAMILIAR MÉDIA

R\$ 5.402,00

86%

TRABALHA (PEA)

41% SUDESTE

25% NORDESTE

16% SUL

10% CENTRO-OESTE

8% NORTE



NÃO APOSTADOR (83%)

44%

HOMENS

55%

MULHERES

OUTROS + NS + RECUSA: 1%

MÉDIA DE IDADE: **46 ANOS**



42% ENSINO MÉDIO
36% ENSINO FUNDAMENTAL
22% ENSINO SUPERIOR

AB 24%

C 46%

DE 30%

RENDA FAMILIAR MÉDIA

R\$ 4.481,00

66%

TRABALHA (PEA)

43% SUDESTE

26% NORDESTE

15% SUL

8% NORTE

8% CENTRO-OESTE

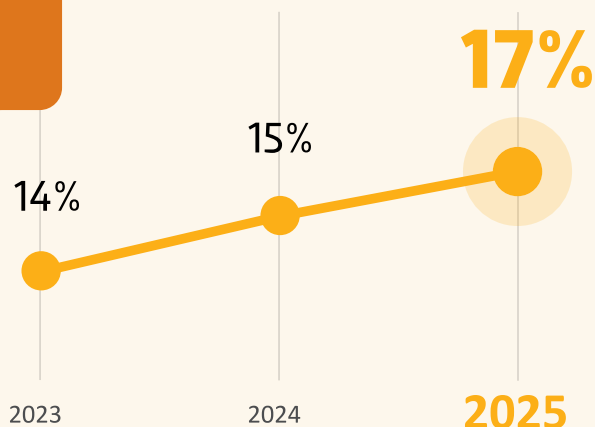


O segmento de apostas online se expande a cada ano, levando o Brasil a já ser considerado o quinto maior mercado do mundo. Em 2025, a receita bruta das empresas reguladas – que possuem autorização

da Secretaria de Prêmios e Apostas, do Ministério da Fazenda (SPA-MF), para operar – alcançou R\$ 37 bilhões. O valor representa o total de apostas realizadas, menos os valores de prêmios pagos.

Percentual de pessoas que fazem apostas online

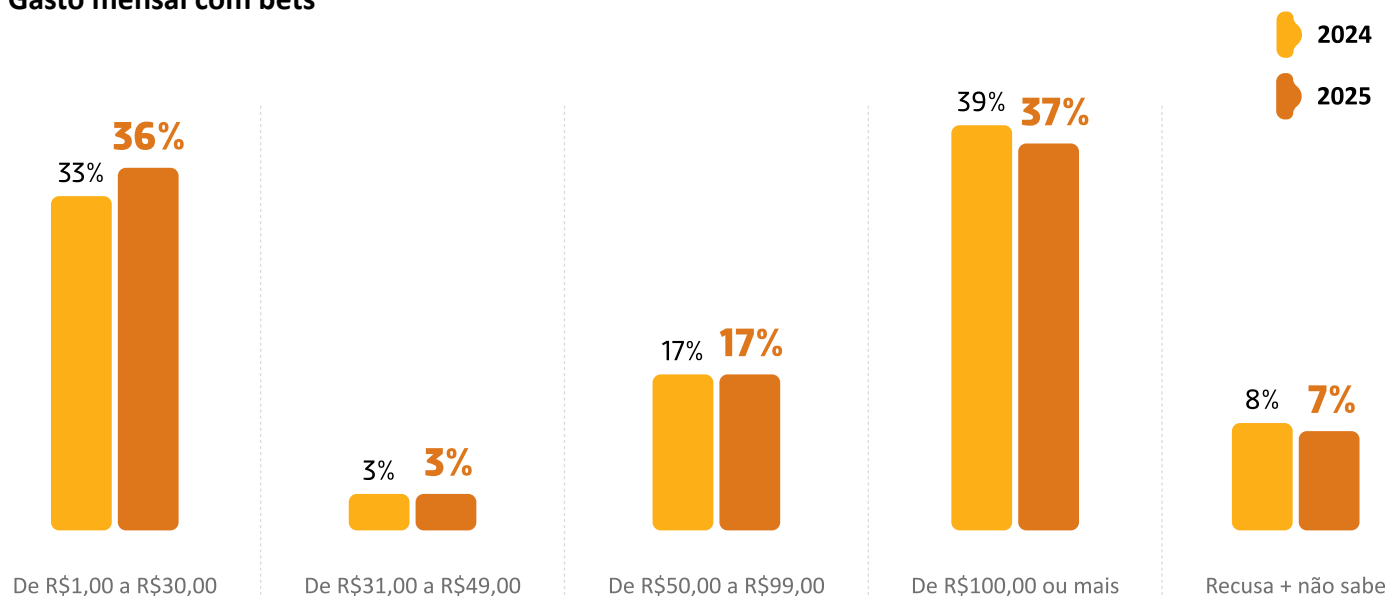
Os números se refletem nos resultados observados pelo Raio X do Investidor Brasileiro, que há três edições explora o assunto na pesquisa. A fatia dos respondentes que declaram ter realizado algum tipo de aposta online em 2025 cresceu para 17%, ante 15% registrados no ano anterior. Dos 83% não apostadores, 60% dizem nunca ter utilizado aplicativos de apostas (eram 63% em 2024).



Entre os apostadores, a prática parece ser mais esporádica do que frequente: 7% declaram apostar raramente, enquanto os que utilizam os sites todos os dias (1%), mais de uma vez por semana (2%) e uma vez por semana (2%) formam grupos menores.

Na comparação com a população em geral, os apostadores são um público mais masculino (66% são homens, contra 48% no geral), mais jovem (idade média de 35 anos, contra 44 anos no geral) e de maior renda familiar (R\$ 5.402 por mês, contra R\$ 4.627 por mês no geral).

Gasto mensal com bets



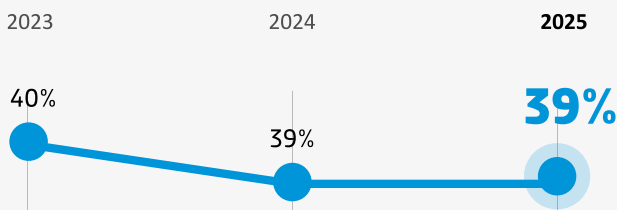
Os dados de gasto mensal demonstram que a fatia mais relevante dos apostadores, de 37%, desembolsa R\$ 100 ou mais por mês. É, no entanto, um percentual menor que o registrado na edição anterior, quando 39% afirmavam ter gasto mensal dessa monta. Na mesma comparação, aumentou o percentual de pessoas que realizam gastos pequenos, de até R\$ 30 por mês com apostas (36% em 2025, contra 33% em 2024). Gastos de R\$ 31 a R\$ 49 (3%) e de R\$ 50 a R\$ 99 (17%) se mantiveram estáveis.

R\$ 195,15

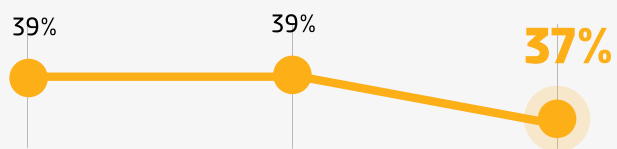
é o gasto médio mensal dos apostadores com apostas online

Motivações para apostar

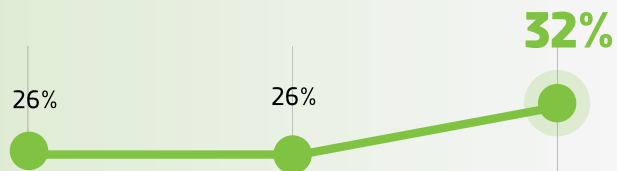
Chance de ganhar dinheiro rápido em momentos de necessidade



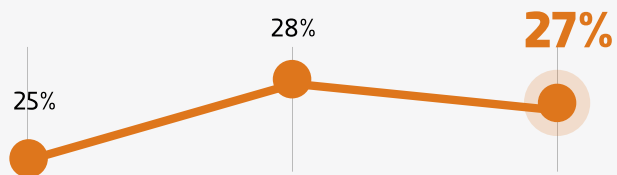
Chance de ganhar uma grande quantidade de dinheiro



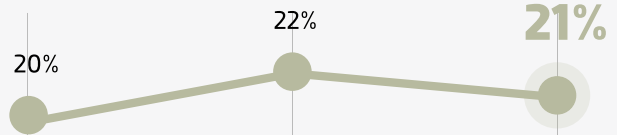
É uma diversão



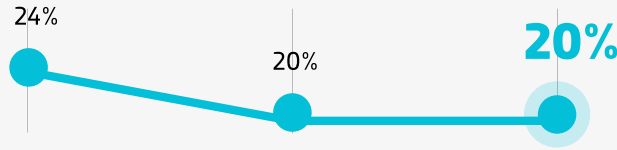
Emoção de apostar



Oportunidade de apostar valores pequenos



É uma forma de investir ou de juntar dinheiro



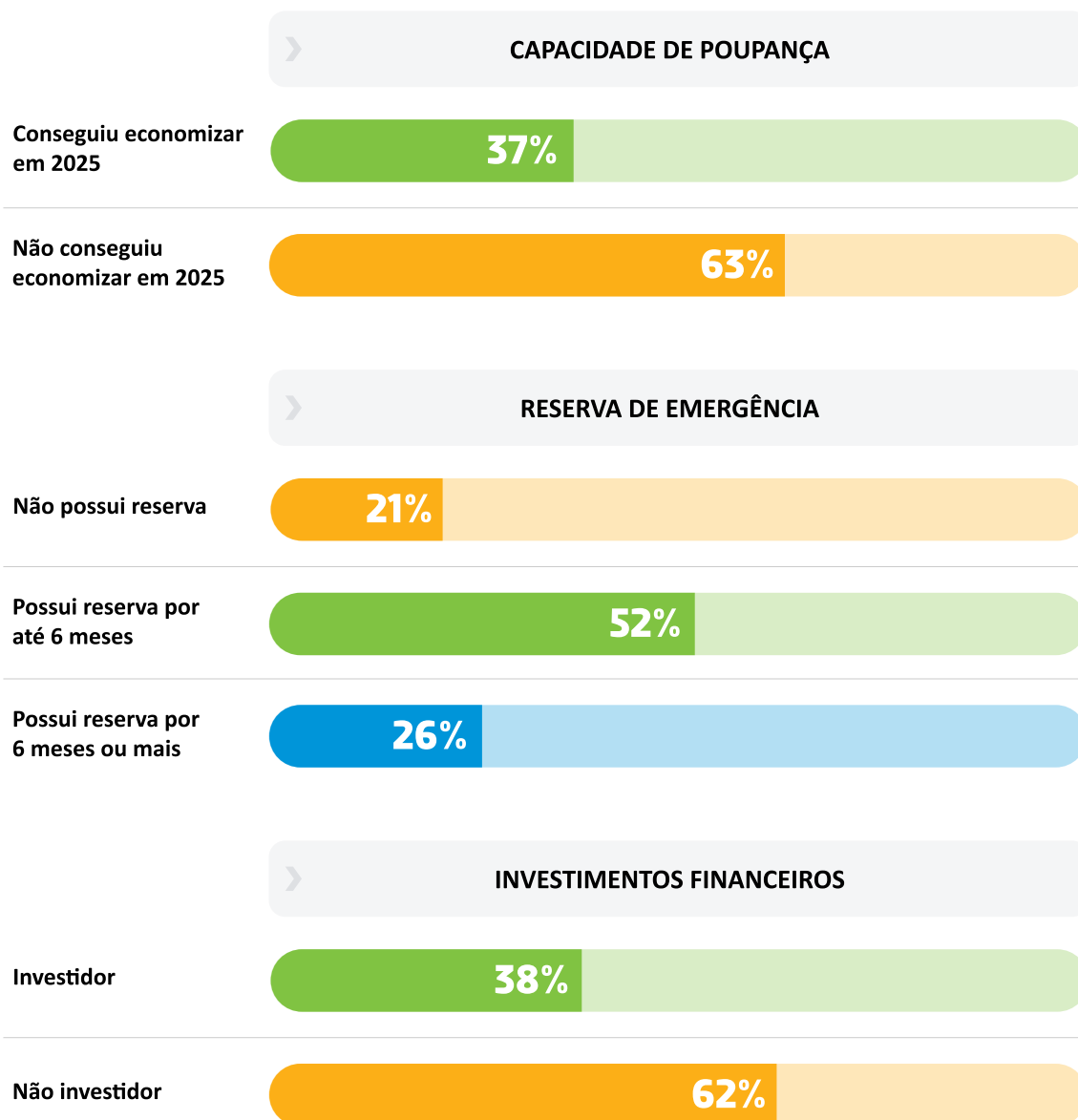
Dentre as principais motivações para fazer apostas online, muitas estão associadas ao ganho financeiro, como a chance de ganhar dinheiro rapidamente em momentos de necessidade (39%) ou de obter uma grande quantia (37%), com pouca variação em relação aos anos anteriores.

Por outro lado, há sinais de crescimento de uma visão recreativa sobre as apostas. O percentual dos que consideram apostar uma diversão cresceu significativamente em 2025, para 32%, contra 26% nas

edições anteriores. Ao mesmo tempo, a fatia daqueles que veem as apostas como uma forma de investir ou juntar dinheiro é de 20%, contra 24% duas edições atrás.

Quem considera as bets um investimento declara gastar mais com apostas, com média mensal de R\$ 284,81, e maior concentração no grupo que aposta mais de R\$ 100 (44%), enquanto os que não consideram um investimento apresentam média de R\$ 178,47 por mês e menor participação em R\$ 100 ou mais (36%).

Comportamentos financeiros dos apostadores



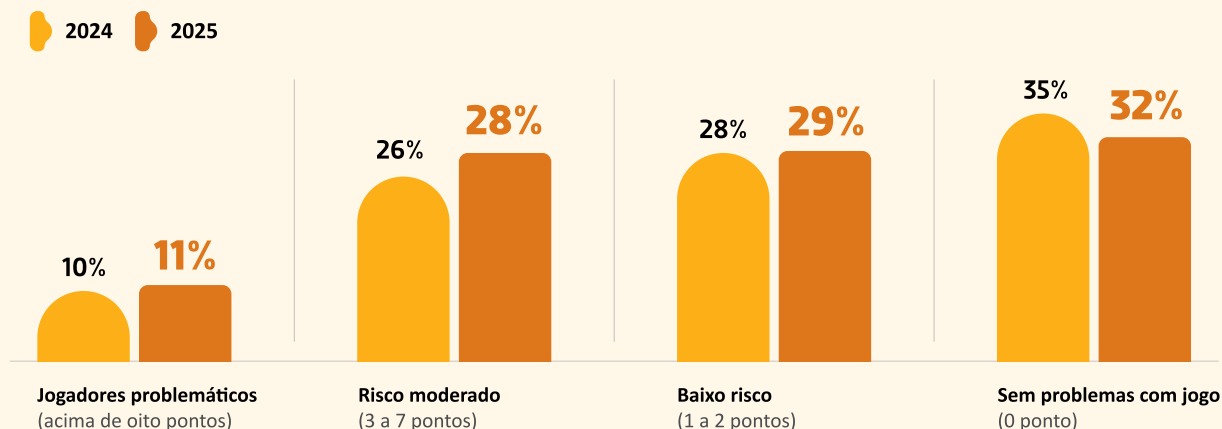
O Raio X procurou caracterizar os comportamentos financeiros dos apostadores. Eles não diferem substancialmente da população em geral.

Um exemplo: dentre os apostadores, 37% conseguiram economizar algum dinheiro em 2025, ligeiramente acima da população em geral que guardou dinheiro no ano passado (33%).

No público apostador, cerca de um quinto (21%) não possui qualquer reserva de emergência, contra 31% na população. Cerca de 38% dos apostadores são investidores de produtos financeiros; no geral, o percentual é de 36%.

Índice de Tendência ao Vício em Apostas

O Raio X do Investidor Brasileiro calculou novamente o índice que avalia a tendência ao vício em apostas criado pela Anbima na edição passada. Desenvolvido com base no indicador internacional *Problem Gambling Severity Index (PGSI)*, ele contabiliza as respostas dos participantes – que podem ser "sempre", "na maior parte do tempo", "às vezes" ou "nunca" – a seis afirmações. Quanto maior a soma dos resultados, maior é a tendência de vício nas apostas.



Dos apostadores, 11% são enquadrados como problemáticos, com uma ligeira elevação em relação aos 10% verificados na edição anterior. Aqueles com risco moderado subiram de 26% para 28% dos apostadores, e os de baixo risco foram de 28% para 29%.

O grupo mais representativo continua sendo o de apostadores que não apresentam risco no índice de tendência ao vício, somando 32%. Porém, o percentual deles caiu em relação à edição passada, quando alcançavam 35%.

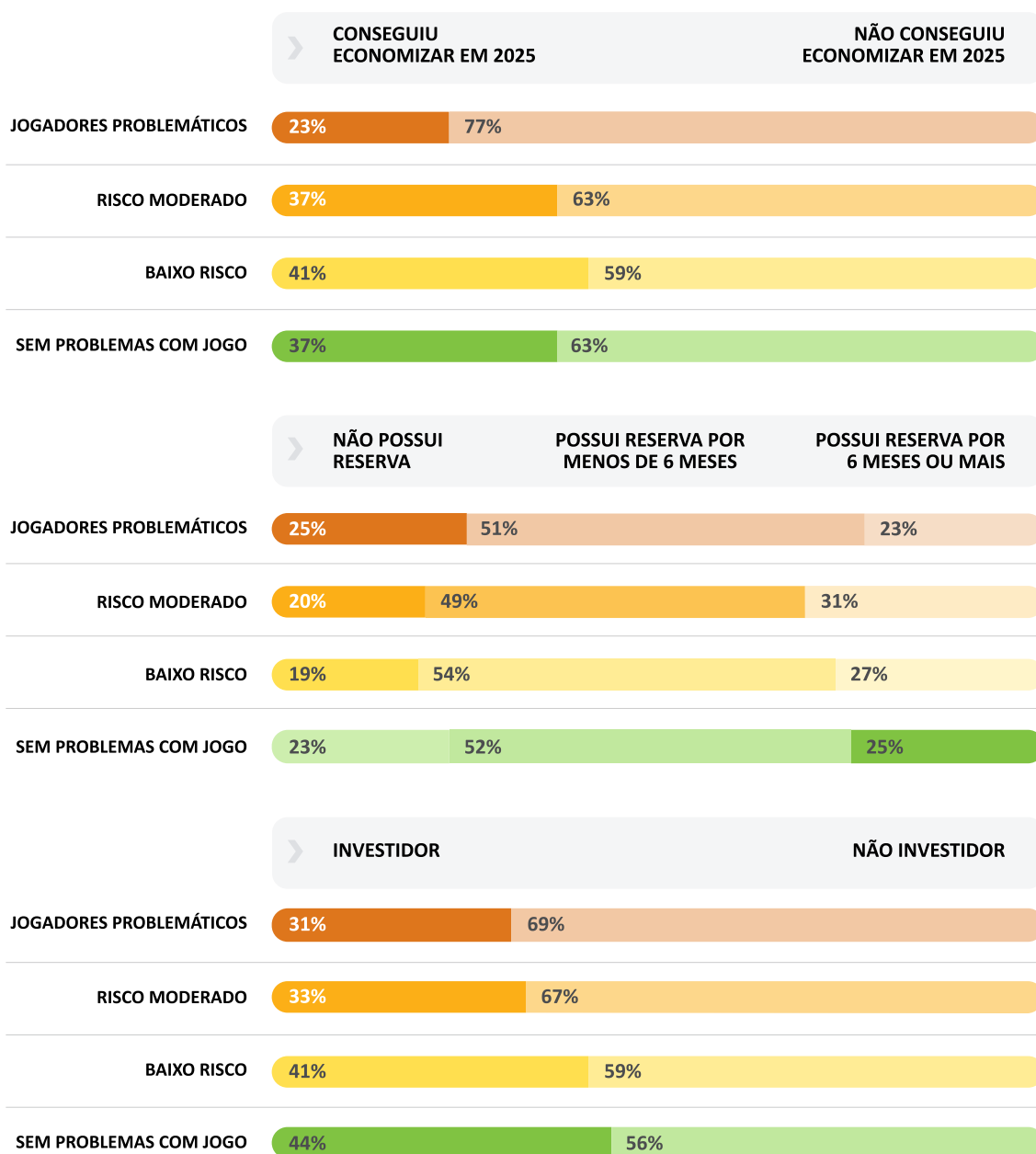
Quem são os apostadores problemáticos? É um público, em geral, jovem (82% pertencem à Geração Z ou são Millennials), concentrado na classe C (56%), como os apostadores em geral, e ainda mais masculino (73%).

Com relação aos comportamentos financeiros, são os que menos conseguiram economizar em 2025 (23%), somam o maior grupo sem reserva dentre os apostadores (25%) e também o menor com reserva para períodos superiores a seis meses (23%). Também

apresentam o menor volume de investidores (31%).

Estima-se que os danos associados às apostas e jogos de azar geram um custo social anual de R\$ 38,8 bilhões no Brasil, sendo quase 80% desse valor ligado à saúde, como perda de qualidade de vida ou tratamentos relacionados à depressão, além de mortes adicionais por suicídio. O cálculo foi realizado por Instituto de Estudos para Políticas de Saúde (IEPS), Frente Parlamentar Mista para Promoção da Saúde Mental (FPSM) e organização Umame.

Comportamentos financeiros dos apostadores





O dinheiro
atravessa gerações

09

Destaques

Quatro gerações, quatro modos de lidar com o dinheiro

A proporção de investidores muda pouco por faixa etária. O contraste aparece na capacidade de poupar (ou na falta dela). A parcela de quem não guarda dinheiro de nenhuma forma cresce com a idade e chega a 62% nos Boomers.

Retorno importa para os mais jovens, segurança para os mais velhos

Quando apontam vantagens de investir, Geração Z e Millennials valorizam temas relativos a retorno mais que as outras, enquanto Geração X e Boomers destacam atributos de segurança. Para estas gerações, baixo retorno é desvantagem importante, enquanto para aquelas sobressai prazo de resgate.

Grau de diversificação da carteira muda com a idade

O nível de utilização de diferentes produtos de investimento indica carteiras mais diversificadas nas gerações mais jovens e mais concentradas na poupança entre os mais velhos. A parcela de pessoas que não utilizam ou conhecem produtos de investimento aumenta com a idade e alcança 65% entre os Boomers.

Meios digitais sobressaem na jornada de informação e investimento de jovens

Jovens confiam menos na conversa presencial com gerentes ou assessores para decidir sobre investimentos, e mais em amigos ou parentes e meios digitais. Entre os principais canais, Youtube e Instagram são os preferidos desse público, enquanto a televisão tem papel importante para os mais velhos – que também ainda preferem realizar aplicações financeiras pessoalmente no banco.

Geração Z se destaca em reserva de emergência e atenção à aposentadoria

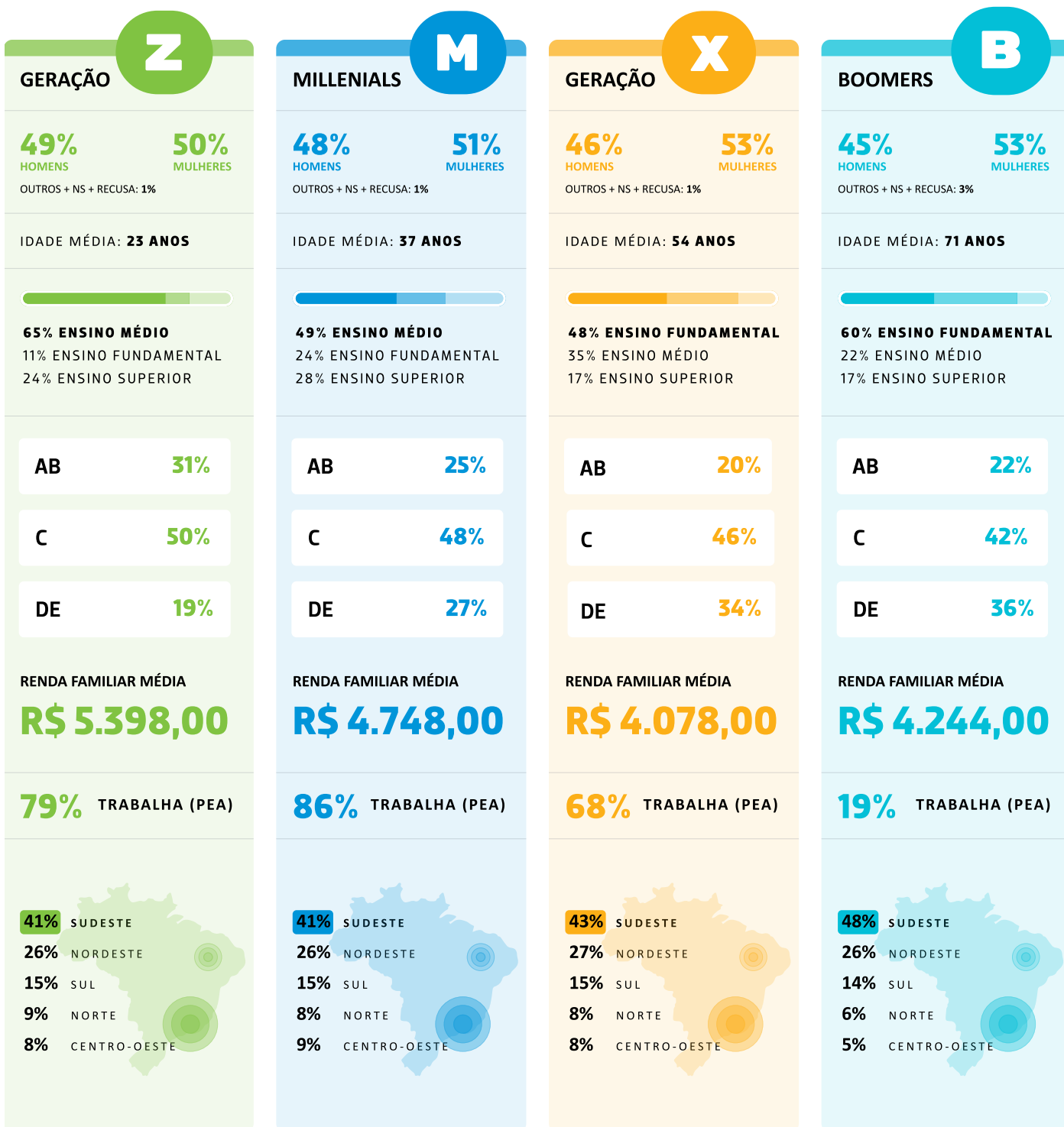
Geração Z tem a maior proporção de pessoas com reserva, mas é a mais curta: para 57%, duraria menos de 6 meses. Boomers são os mais frágeis, com quase metade sem reserva. Geração Z e Millennials são os mais preocupados em iniciar poupança para velhice; 56% dos Boomers nem pretendem começar.

Golpes atingem os jovens, que também são os que mais fazem aposta online

Gerações mais jovens reportam uma incidência maior que a média de situações de fraude ou golpes financeiros. As apostas online também parecem uma prática jovem, com 73% dos Boomers afirmando nunca ter usado sites de apostas.

O que muda sobre o dinheiro com a idade?

Como a relação com o dinheiro se dá em cada etapa da vida? Uma análise especial do Raio X do Investidor Brasileiro mergulhou nos comportamentos de consumo, poupança e investimento das quatro gerações identificadas no estudo: a Geração Z (pessoas de 16 a 29 anos), os Millennials (30 a 44 anos), a Geração X (45 a 64 anos) e os Boomers (65 anos ou mais).



Investe em produtos financeiros

Não investe em produtos financeiros

As diferenças começam no perfil demográfico. Entre as gerações mais jovens, a escolaridade predominante é o Ensino Médio (65% na Geração Z e 49% entre os Millennials), além de haver fatias relevantes de pessoas com Ensino Superior (24% e 28%, respectivamente). Entre as pessoas mais velhas, a proporção de pessoas com Ensino Fundamental é maior (48% na Geração X e 60% entre os Boomers).

As Gerações Z e Millennial também concentram uma proporção maior de pessoas da classe AB (31% e 25%, respectivamente), o que eleva a renda familiar média das pessoas desses dois grupos. Nas Gerações X e Boomer o volume de pessoas da classe DE é maior (34% e 36%, respectivamente), empurrando a renda familiar média para baixo.

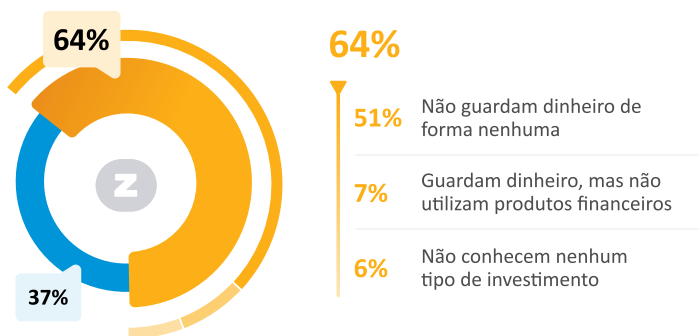
Entre as quatro gerações, as diferenças de comportamento aparecem de forma mais clara em três frentes: como guardam dinheiro, que produtos de investimentos utilizam e como buscam informação e realizam aplicações financeiras. Há contrastes também em temas relacionados a educação financeira, exposição a golpes e apostas online.

De modo geral, a proporção de pessoas investidoras – aquelas que afirmam aplicar em produtos financeiros – é semelhante entre as gerações, tendendo para baixo nas gerações mais velhas. O grupo dos Boomers, por exemplo, tem a menor proporção de investidores (33%), enquanto a maior está nos Millennials (38%).

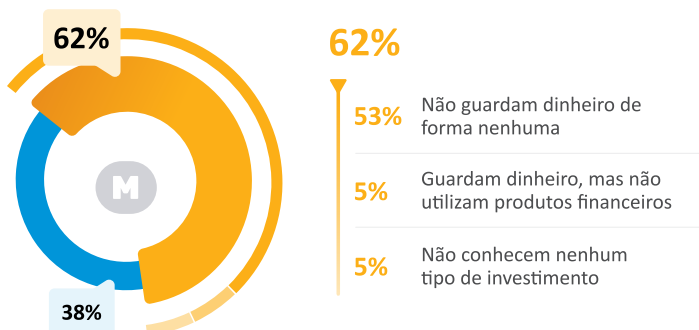
O contraste é mais marcante no comportamento de poupar ou não poupar. A parcela de pessoas que declaram não guardar dinheiro de nenhuma forma aumenta progressivamente com a idade, começando em 51% na Geração Z e alcançando 62% entre os Boomers.

Comportamentos financeiros por geração

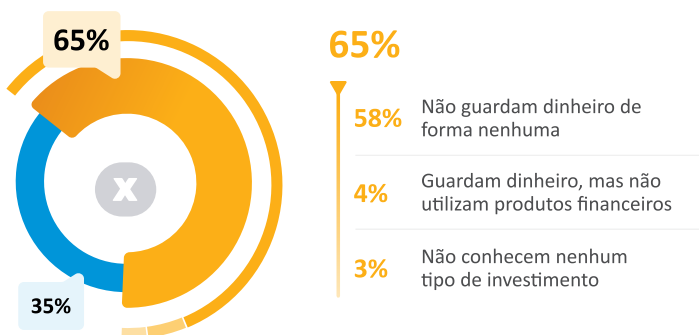
GERAÇÃO Z



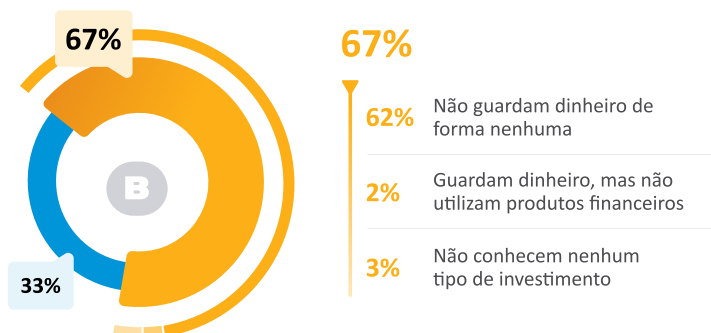
MILLENNIALS



GERAÇÃO X

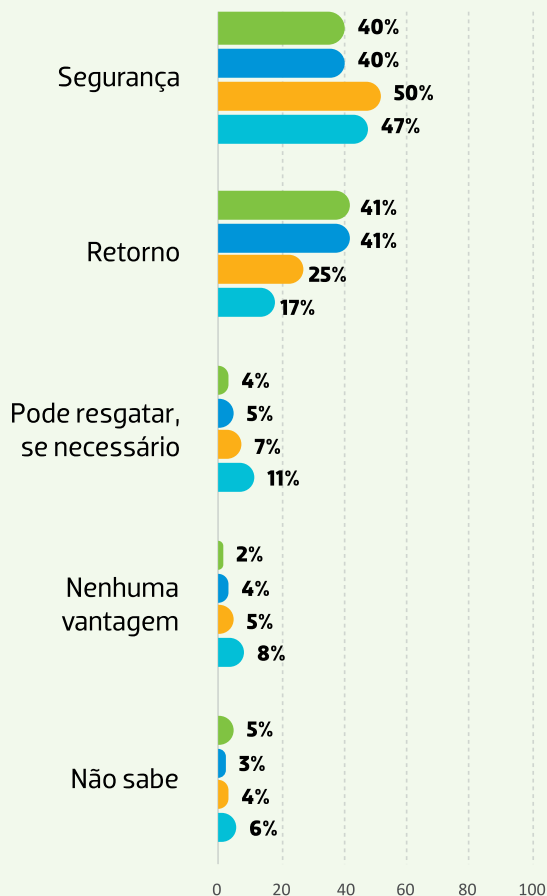


BOOMERS

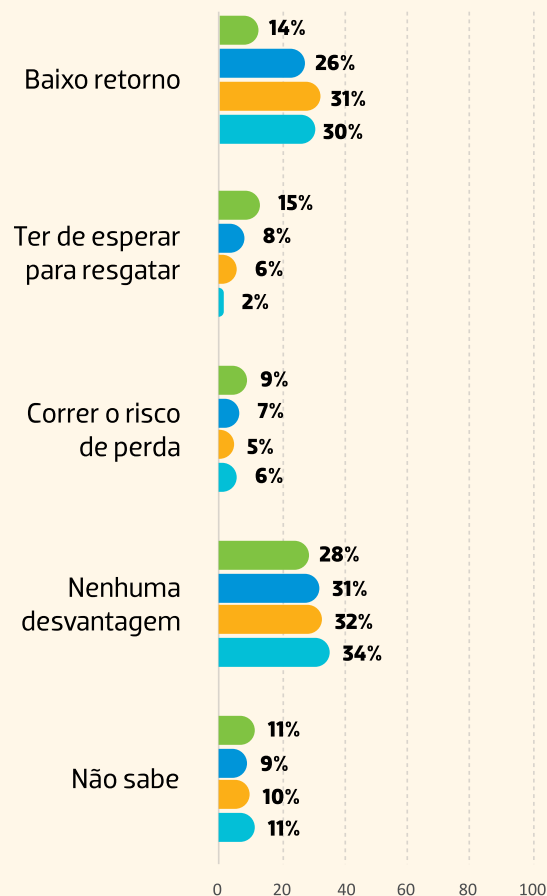




Vantagens de investir em produtos financeiros



Desvantagens de investir em produtos financeiros



Z Geração Z

M Millenials

X Geração X

B Boomers

Entre os investidores, pessoas de diferentes idades convergem na percepção de que a segurança é uma das principais vantagens de investir em produtos financeiros. Porém, para as gerações mais jovens, o retorno obtido com as aplicações é um elemento ainda mais relevante.

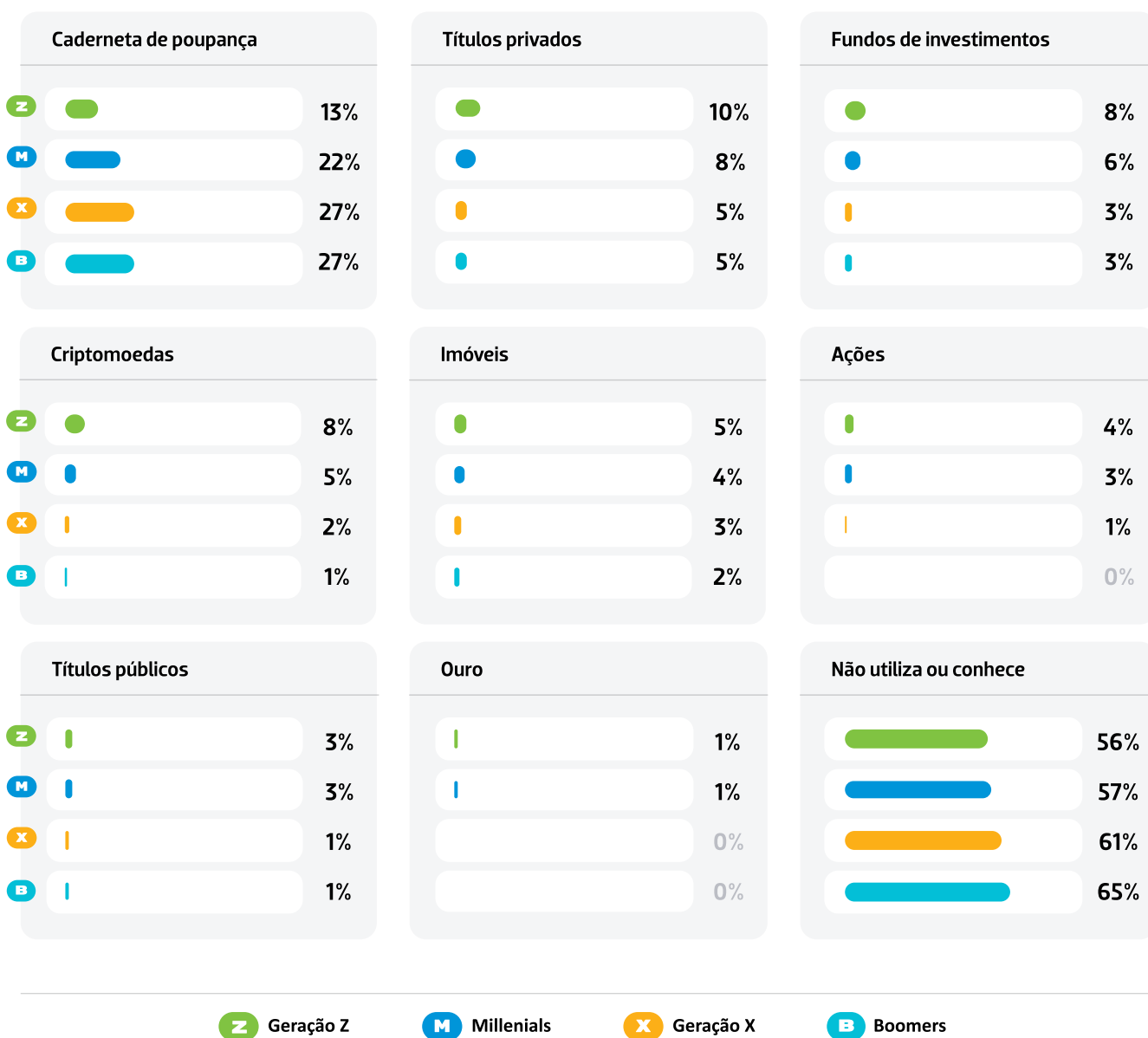
Um total de 41% da Geração Z e dos Millennials destaca o retorno como a principal vantagem de investir. Na população em geral, essa proporção é de 33%. Já a segurança é apontada por 40% das gerações mais jovens, contra 44% na média da população.

Os investidores mais velhos atribuem mais importância

à segurança do que a média – as menções a esse atributo chegam a 50% na Geração X e a 47% entre os Boomers. O retorno, por sua vez, perde relevância entre as vantagens, mencionado por 25% e 17% nos dois grupos, respectivamente. Entre os Boomers, poder retirar o dinheiro se necessário também ganha espaço como vantagem de investir, sendo mencionado por 11% das pessoas.

Sobre as desvantagens, os mais velhos apontam o baixo retorno com mais frequência – 31% na Geração X e 30% entre os Boomers. Para os mais jovens, ter de esperar para resgatar o dinheiro aparece como uma desvantagem, especialmente na Geração Z (15%).

Principais investimentos utilizados atualmente



As diferenças geracionais também aparecem quando os participantes são questionados sobre os produtos em que investem. O percentual de pessoas que afirmam não utilizar ou não conhecer produtos financeiros aumenta com a idade, alcançando uma fatia de 65% entre os Boomers (contra 56% na Geração Z, a menor dentre os quatro grupos).

Existem disparidades também na composição da carteira de investimentos. Os mais jovens usam muito menos a poupança do que o restante da população. Apenas 13% da Geração Z investe na caderneta, contra uma adoção média de 22% no geral e de até 27% entre as pessoas mais velhas (Geração X e Boomers).

Isso abre espaço para carteiras mais diversificadas na Geração Z. Nessa faixa etária, as menções a produtos como títulos privados (10%), fundos de investimentos (8%), criptomoedas (8%), ações (4%), títulos públicos (3%) e moedas estrangeiras (2%) são sempre superiores à média, e com diferenças significativas em alguns casos.

O contrário acontece na Geração X e entre os Boomers, em que todos esses produtos apresentam menções abaixo da média. Nestes dois grupos, sobressaem apenas a poupança (27%) e a previdência privada (2%), na comparação com a população em geral.

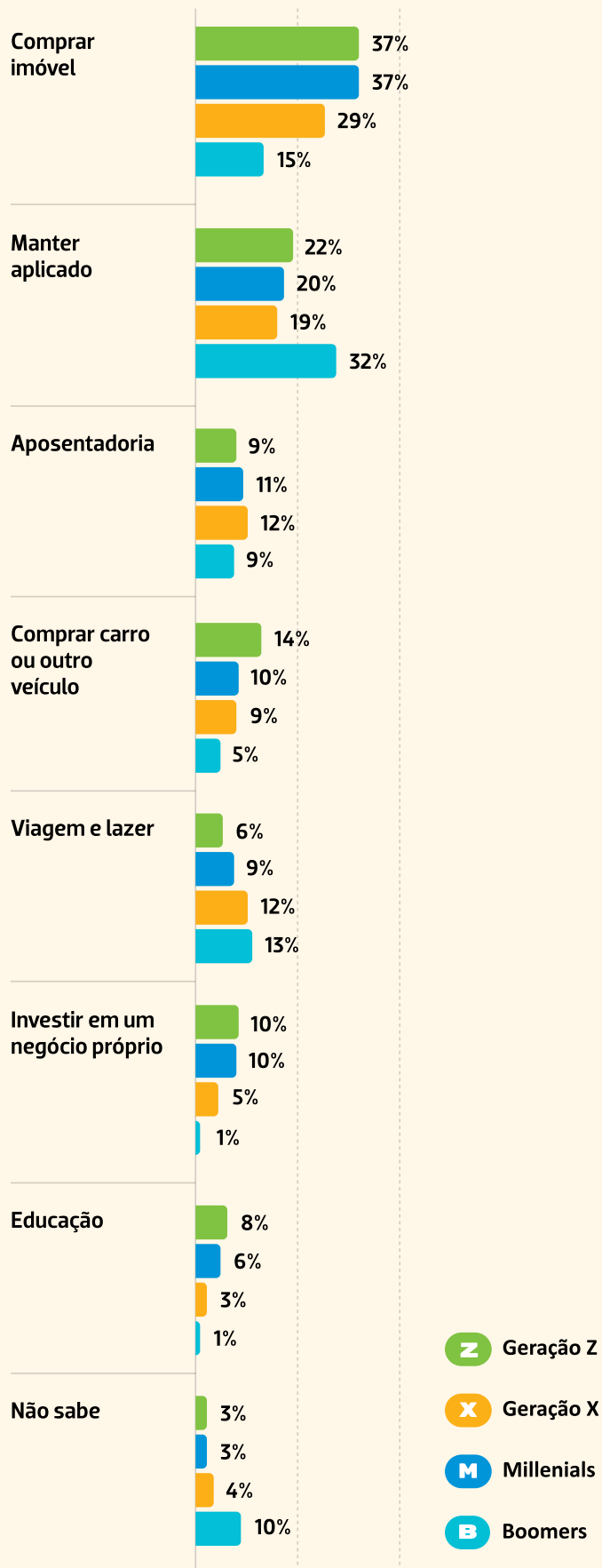
Principais destinos para o retorno das aplicações financeiras

O destino dado ao retorno dos investimentos muda conforme a fase da vida. Entre os mais jovens, o sonho de comprar um imóvel aparece com força, sendo mencionado por 37% da Geração Z e dos Millennials.

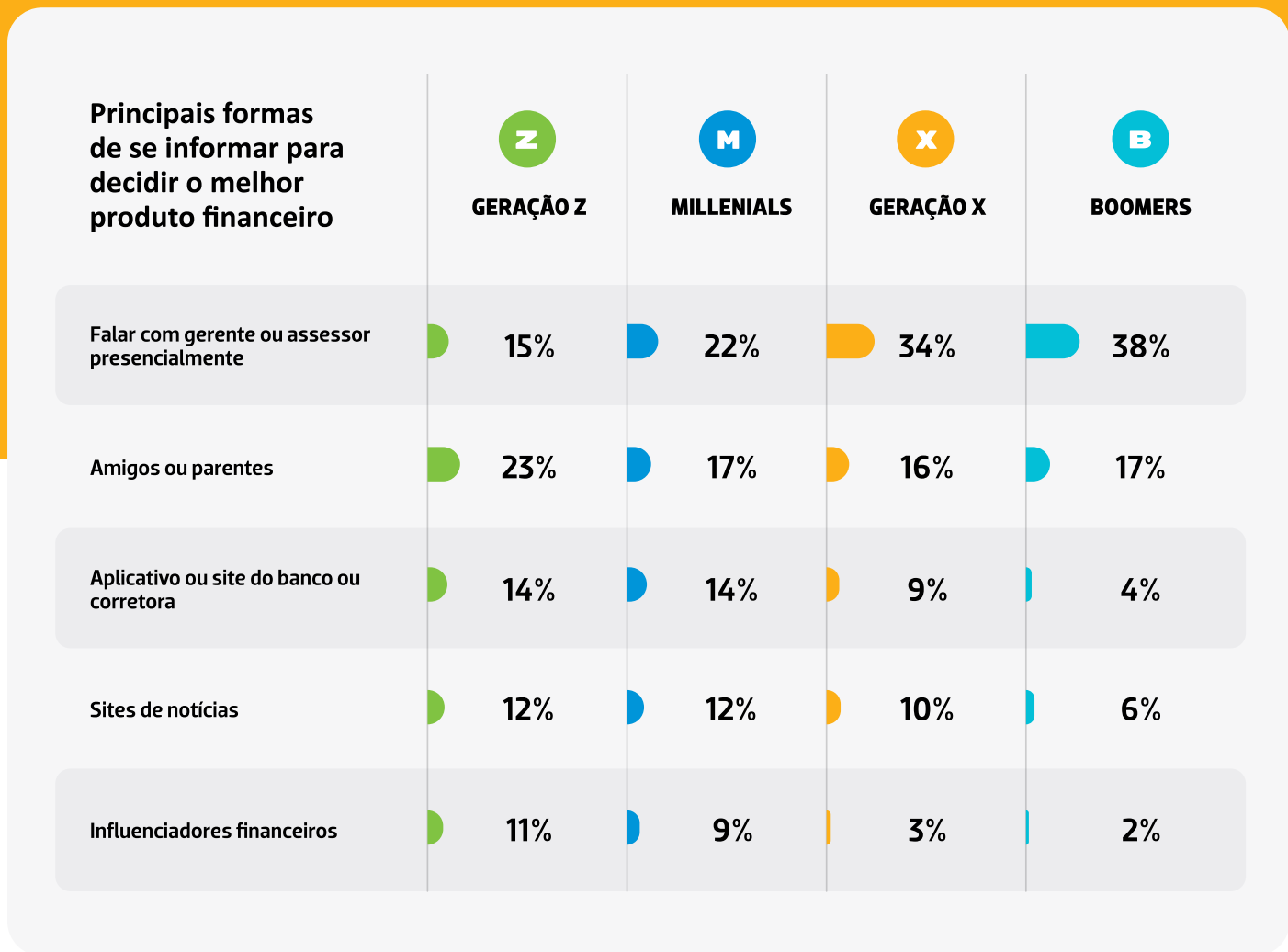
Já para os mais velhos, é maior a intenção de manter o dinheiro aplicado, alcançando 32% das menções entre os Boomers. Nesse público, também há uma parcela importante de pessoas (10%) que afirmam não ter planos para o retorno dos investimentos.



Sonho de comprar um imóvel aparece nas gerações mais jovens, enquanto mais velhos demonstram intenção de manter o dinheiro aplicado



- Z** Geração Z
- X** Geração X
- M** Millenials
- B** Boomers

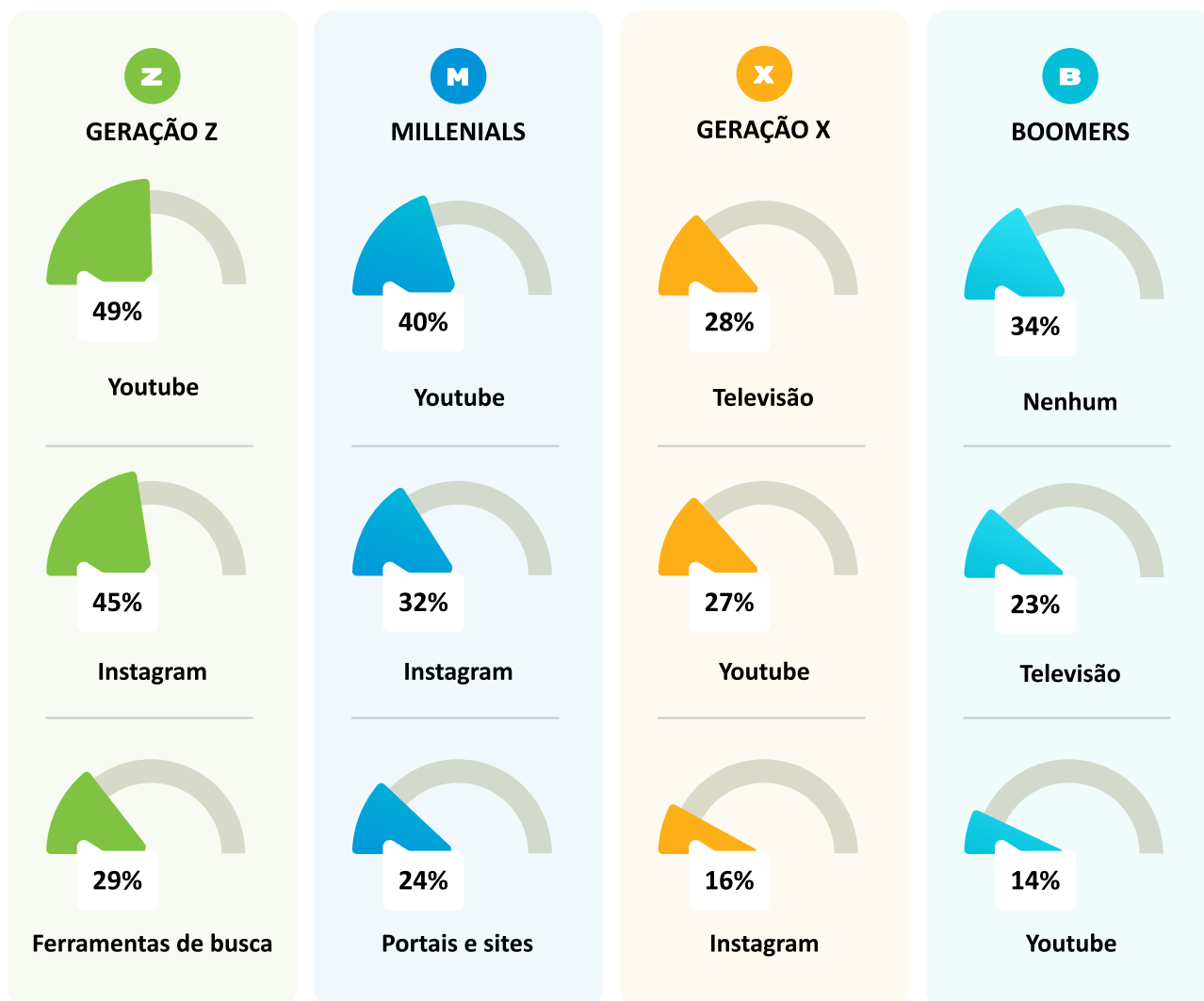


Os contrastes geracionais também ficam visíveis na jornada de informação e decisão sobre investimentos.

De modo geral, todas as gerações valorizam conversar pessoalmente com o gerente ou assessor para obter informações sobre produtos financeiros. Esse comportamento, no entanto, é muito mais forte nas gerações mais velhas. Na Geração X, as menções alcançam 34% e entre os Boomers, chegam a 38%.

Na Geração Z, por outro lado, apenas 15% afirmam buscar informações junto a gerentes ou assessores. Esse público se diferencia por confiar mais em amigos e parentes (23%) e apresentar maior abertura a influenciadores financeiros (11%) em relação aos outros.

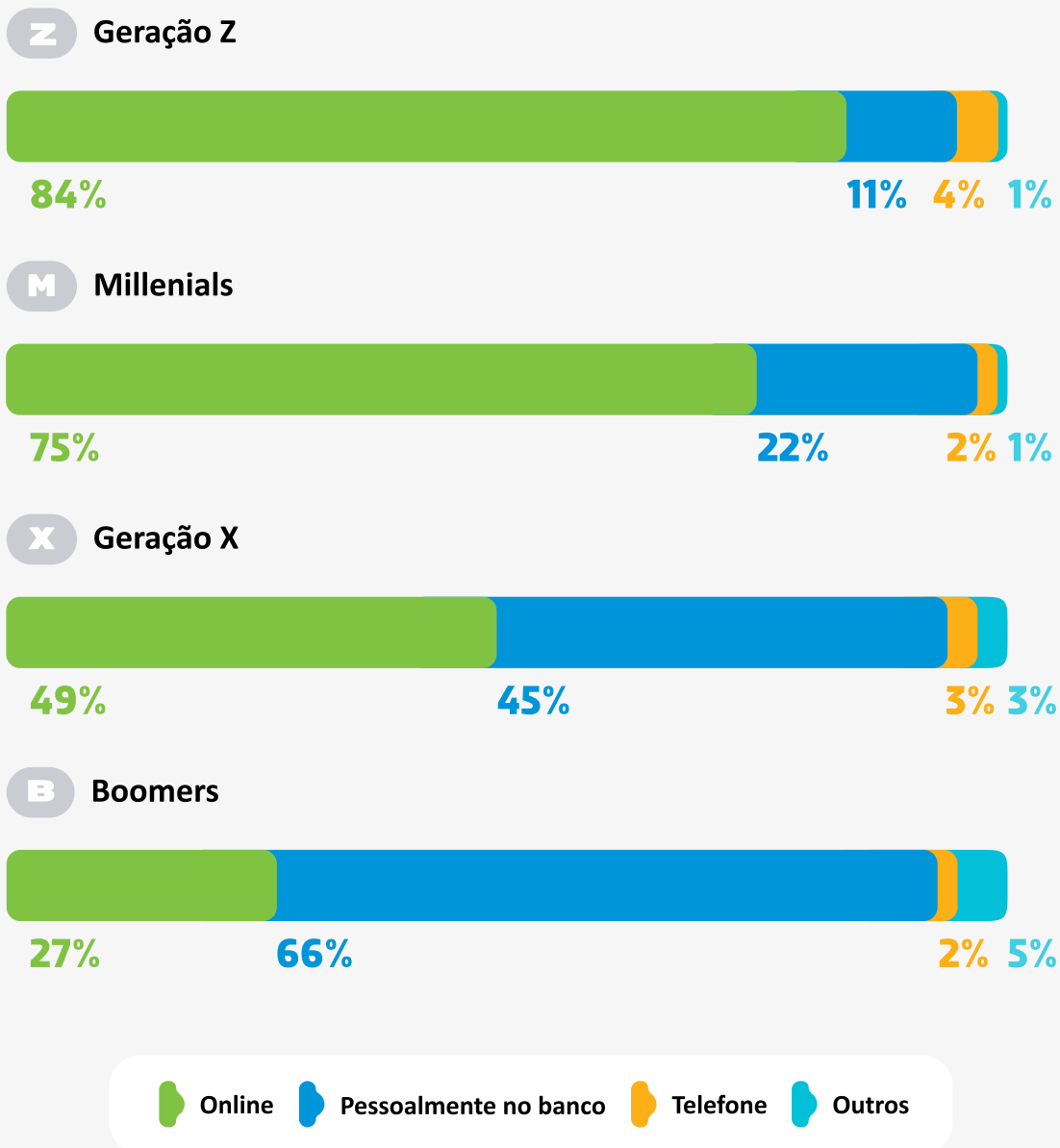
Principais canais de informação sobre investimentos



Os principais canais utilizados para buscar informações sobre investimentos mesclam o ecossistema digital e social com a mídia tradicional. Os mais jovens tendem aos meios digitais, com o Youtube e o Instagram sendo os mais citados tanto pela Geração Z (49% e 45%, respectivamente) quanto pelos Millennials (40% e 32%, respectivamente).

Entre os mais velhos, a televisão aparece como um dos canais mais importantes, sendo mencionada por 28% da Geração X e 23% dos Boomers. Chama atenção, no entanto, a fatia de Boomers que admitem não utilizar nenhum dos canais apresentados durante a pesquisa (34%).

Principal meio para fazer aplicações financeiras



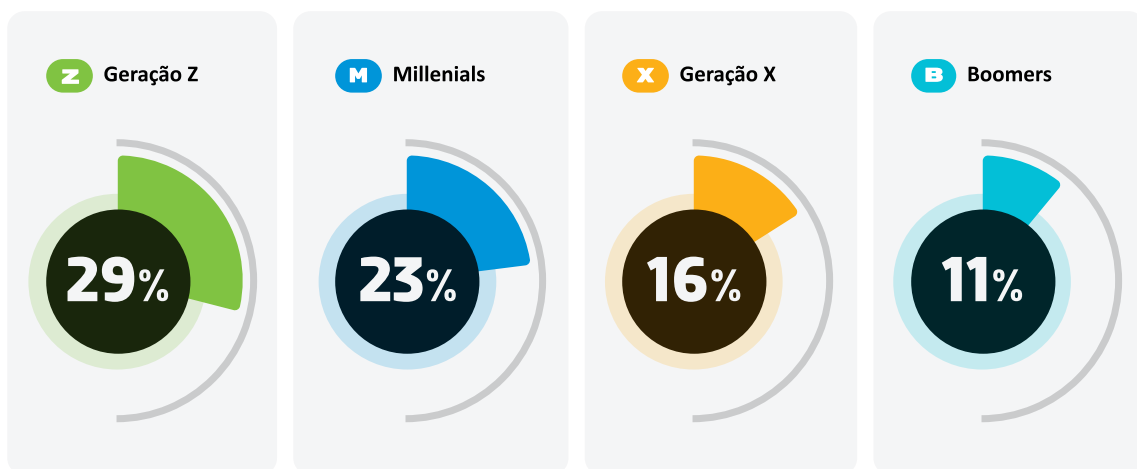
(*) Online - Aplicativo ou site do banco, aplicativo ou site da corretora
 (**) Outros - Clubes de investimento, lotérica, caixa eletrônico, não lembra

Enquanto integrantes da Geração Z e Millennials realizam investimentos principalmente nos meios online (84% e 75%, respectivamente), como aplicativo ou site do banco, a proporção de uso cai drasticamente na Geração X (49%) e entre os Boomers (27%).

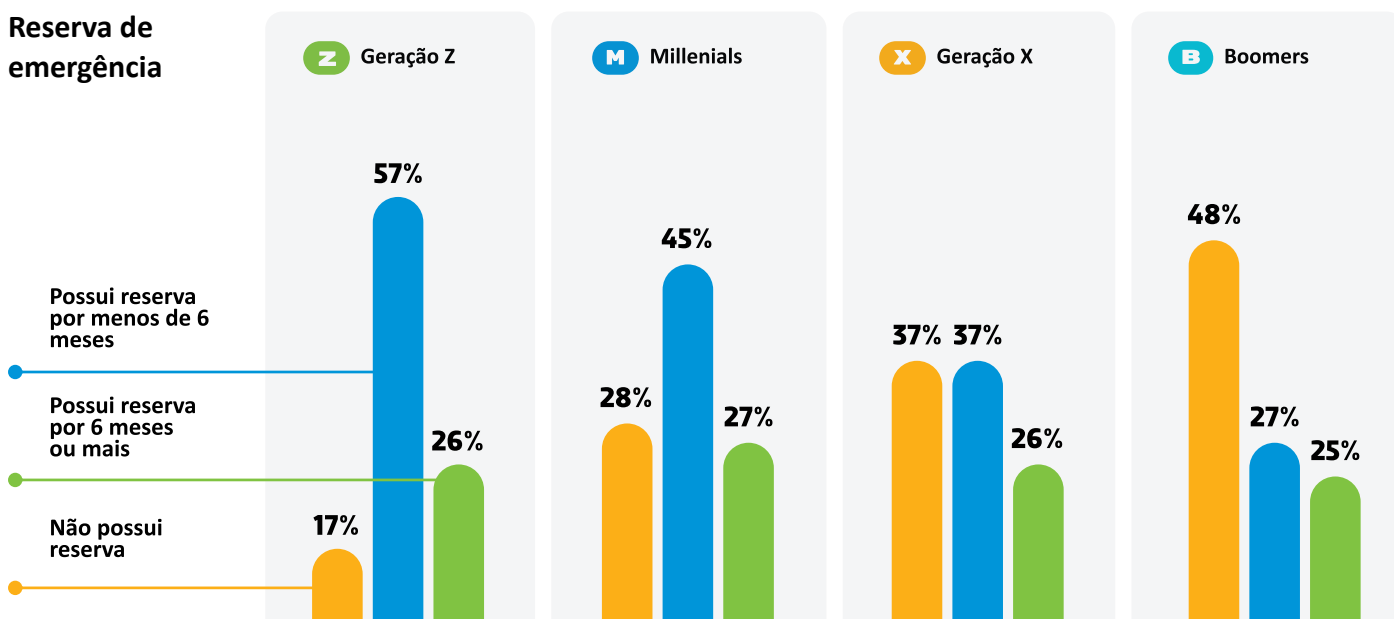
No público mais velho, a preferência por realizar investimentos pessoalmente no banco dispara – para 45% na Geração X e 66% entre os Boomers.

Percebe-se que o engajamento em atividades de educação financeira cai com a idade. Apenas dois em cada dez brasileiros afirmaram já ter participado de algum curso ou palestra, mas na Geração Z o número aumenta para cerca de três em cada dez. Em contraste, entre os Boomers cai para um em dez.

Participação em atividades de educação financeira



Reserva de emergência



De modo geral, independentemente da geração, a fatia de pessoas que possuem reservas para se manterem por um período maior está limitada a um quarto. O contraste está principalmente entre quem tem algum recurso guardado e quem não tem nenhum.

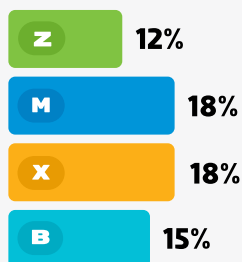
A Geração Z é a que mais declara ter algum dinheiro guardado, já que apresenta a menor proporção de pessoas que não possuem reserva (17%). Porém, apesar da maior presença de poupança, ela é de baixa duração – para 57%, duraria menos de seis meses.

As gerações mais velhas são as mais vulneráveis a emergências financeiras, com destaque especial e preocupante para os Boomers. Nessa faixa etária, quase metade das pessoas afirmam não ter qualquer dinheiro guardado para situações inesperadas e 27% têm recursos para menos de seis meses. Também é nela que está a menor fatia de pessoas com reserva para seis meses ou mais (25%).

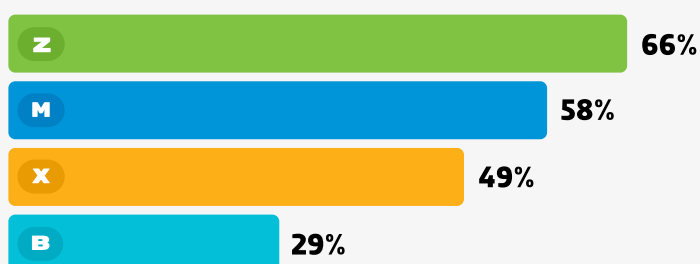
Na Geração X, por sua vez, há 37% sem dinheiro guardado e outros 37% com reserva para menos de seis meses.

Reserva para aposentadoria

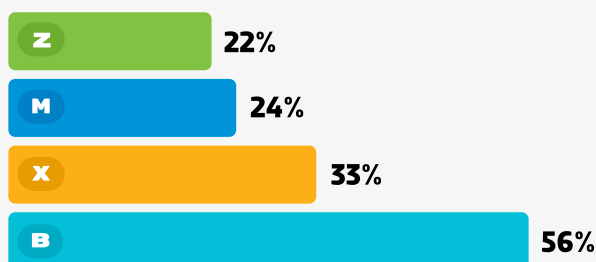
Já começou uma reserva para a aposentadoria



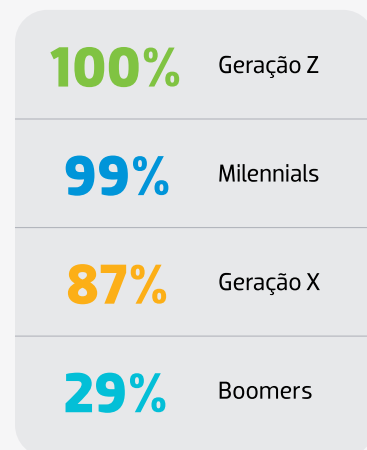
Ainda não começou uma reserva para a aposentadoria, mas pretende começar



Não começou uma reserva para a aposentadoria e não pretende começar



Proporção de pessoas não aposentadas em cada geração



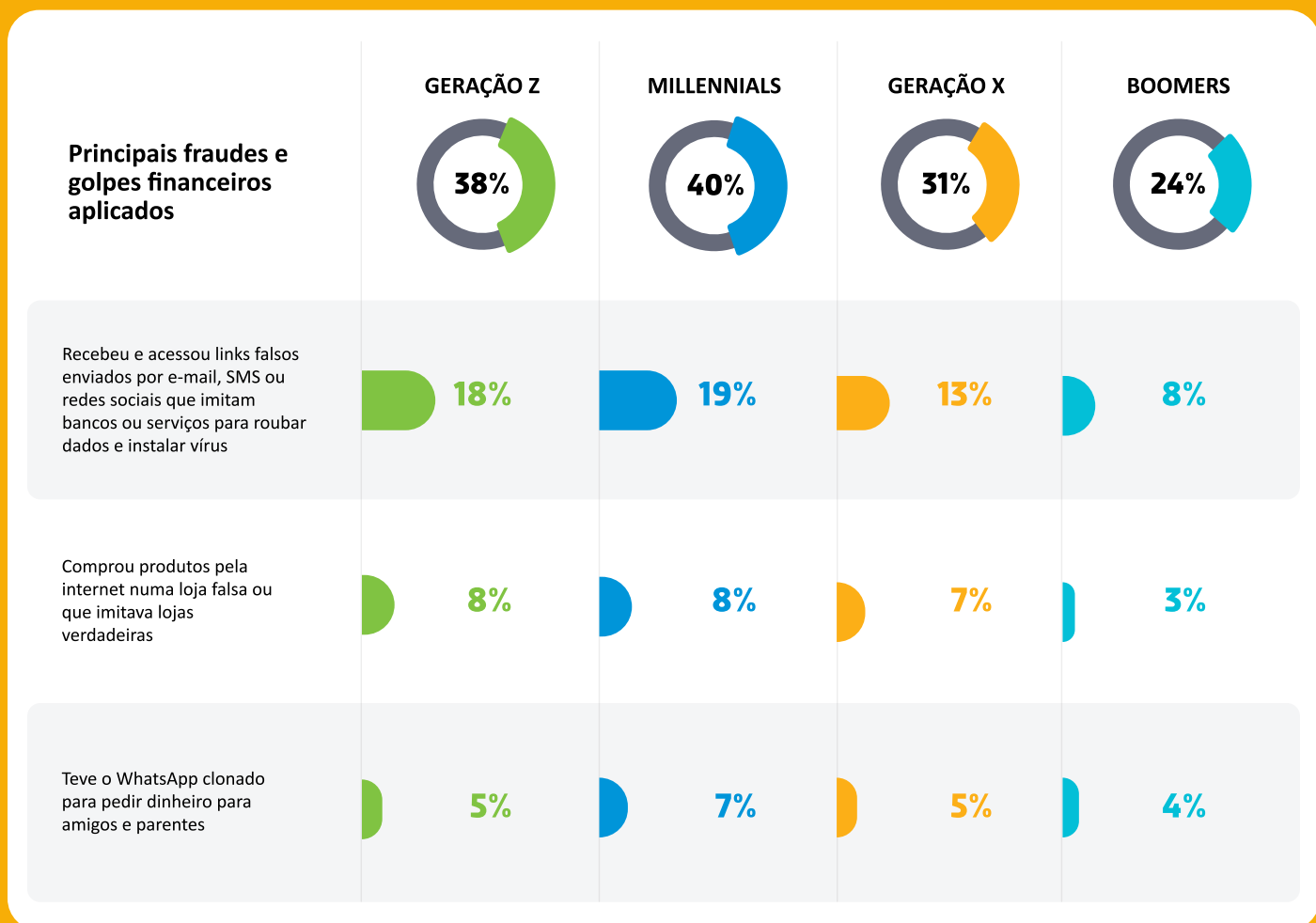
Z Geração Z **M** Millennials **X** Geração X **B** Boomers

Quando o assunto é o dinheiro no longo prazo, a Geração Z é a que mais declara que ainda não começou uma reserva para aposentadoria, mas pretende começar – o índice alcança 66% desse público. Entre os Millennials, a proporção é de 58%.

Já os Boomers se destacam com a maior proporção de pessoas que não começaram e nem pretendem começar a fazer uma reserva para a aposentadoria.

Essa pergunta da pesquisa considerou apenas as respostas dos participantes que ainda não são aposentados, independentemente da geração. Na amostra, 100% dos entrevistados da Geração Z e 99% dos Millennials não eram aposentados. Na Geração X, o índice cai para 87% e entre os Boomers, para 29%.

Pessoas que passaram por alguma situação de fraude ou golpe financeiro



Embora sejam fartos os relatos de golpes financeiros aplicados no público idoso, o Raio X do Investidor Brasileiro revela que a incidência de situações de golpe ou fraude é maior entre os mais jovens. Entre os Millennials, 40% afirmam ter vivenciado alguma das situações apresentadas na pesquisa. O indicador alcança 38% na Geração Z. Entre os Boomers, por outro lado, o indicador cai para 24%.

Como discutido na seção **A disseminação de fraudes e golpes financeiros** deste relatório, isso não significa necessariamente que os mais velhos se protejam melhor de situações de fraude, mas pode refletir maior exposição a canais digitais e circulação em ambientes propícios a golpes das gerações mais jovens.

A tendência às apostas online

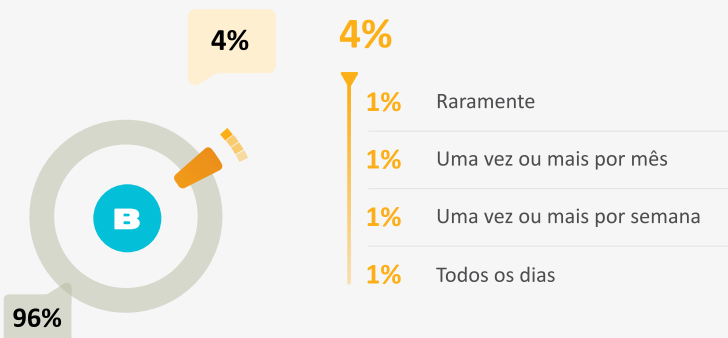
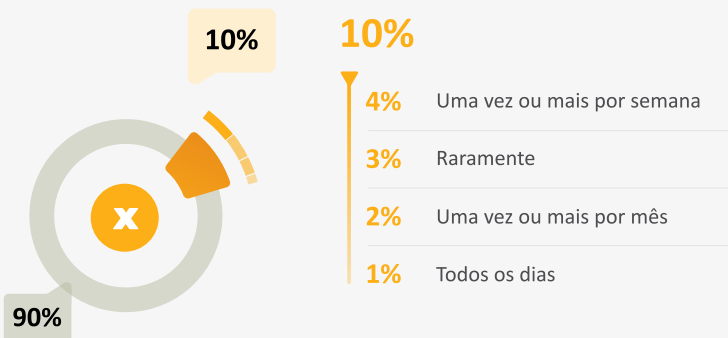
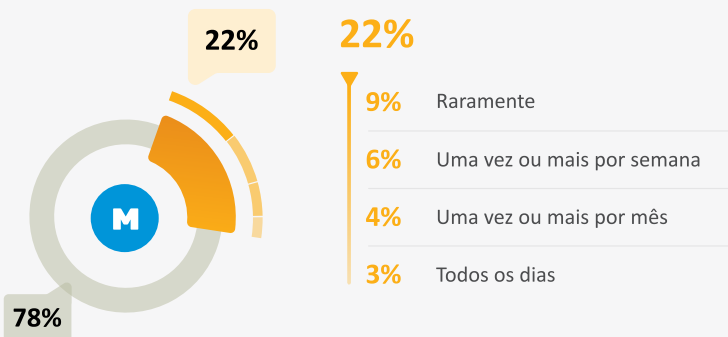
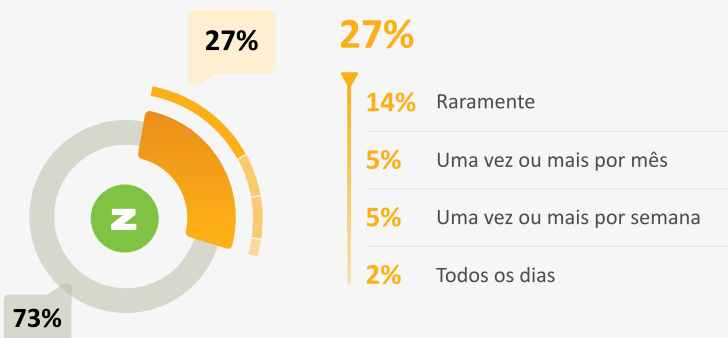
Existe um aspecto geracional importante quando se trata de adesão às apostas online. Um em cada quatro entrevistados da Geração Z é apostador (27%), e entre os Millennials a fatia é de 22%. Nos dois grupos, a frequência das apostas é "rara", segundo as respostas.

O percentual de apostadores cai drasticamente na Geração X (10%) e ainda mais entre os Boomers (4%). Enquanto 60% da população em geral afirma nunca ter usado aplicativos de apostas, o índice chega a 73% entre os mais velhos da amostra, indicando que jogos online são uma atividade predominantemente de pessoas jovens.



Não apostadores

Apostadores





Expediente

10

Expediente

Raio X do Investidor Brasileiro – 9ª edição

Pesquisa anual que analisa hábitos financeiros, perfis e investimentos da população brasileira

Abril de 2026

Superintendência de Sustentabilidade, Inovação e Educação

Marcelo Billi

Gerência de Educação

Fernanda Mateus

Equipe técnica

Antonio Mateus de Sá,
Giovanna Bambicini,
José Carlos Farias,
Patrícia Almeida,
Patrícia Araujo,
Patrícia Nakamura

Parceria técnica

Datafolha

Diretoria

Presidente

Carlos André

Diretores e diretoras

Adriano Koelle, Andrés Kikuchi,
Aquiles Mosca, Carlos Takahashi,
César Mindof, Eduardo Azevedo,
Eric Altafim, Fernanda Camargo,
Fernando Rabello, Flavia Palacios,
Giuliano De Marchi, Gustavo Pacheco,
Julya Wellisch, Pedro Rudge,
Roberto Paolino, Roberto Paris,
Rodrigo Azevedo, Sergio Bini,
Teodoro Lima e Zeca Doherty

Comitê executivo

Amanda Brum, Eliana Marino,
Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet,
Lina Yajima, Marcelo Billi,
Soraya Alves, Tatiana Itikawa,
Thiago Baptista e Zeca Doherty



Rio de Janeiro
Praia de Botafogo, 501 – 704,
Bloco II, Botafogo,
Rio de Janeiro, RJ
CEP: 22250-042
Tel.: (21) 2104-9300



São Paulo
Av. Ruth Cardoso, 8501,
21º andar, Pinheiros,
São Paulo, SP
CEP: 05425-070
Tel.: (11) 3471-4200

www.anbima.com.br



ANBIMA