

## Criptomoedas: uma análise do mercado financeiro no Brasil e o perfil dos seus investidores

## Cryptocurrencies: an analysis of the financial market in Brazil and the profile of its investors

Hannah Costa Lima<sup>1</sup> , Erico Veras Marques<sup>2</sup> , Jocildo Figueiredo Correia Neto<sup>3</sup> 

### Autor correspondente:

Jocildo Figueiredo Correia Neto

E-mail: [jocildo@ufc.br](mailto:jocildo@ufc.br)

### Declaração de interesses:

Os autores certificam que não possuem implicação comercial ou associativa que represente conflito de interesses em relação ao manuscrito.

### Authors' Contributions:

1, 2, 3 Conceptualization

1, 2, 3 Data collect

1, 2, 3 Analysis

1, 2, 3 Writing and Editing

Com o desenvolvimento da internet e o surgimento de inovações nos instrumentos financeiros, as criptomoedas quebraram vários paradigmas no mercado financeiro. Como são meios de pagamento sem necessariamente uma regulamentação centralizada por parte de um banco central, sua recente inserção na sociedade levantou uma série de questões, o que motivou a realização dessa pesquisa. O objetivo geral desta pesquisa é identificar os fatores que influenciam a aquisição de criptomoedas por investidores brasileiros. Para o alcance de tal objetivo, em um primeiro momento, no referencial teórico são apresentados os principais conceitos e formas de funcionamento das criptomoedas. Em seguida, foi realizada uma pesquisa por meio de um questionário aplicado em principais grupos relacionados a criptomoedas nas redes sociais, tendo sido obtidos 125 questionários válidos. O perfil dos investidores é predominantemente do sexo masculino, pertencentes à faixa etária entre 18 e 25 anos e com nível de escolaridade relativamente alto, sendo maior parte deles com ensino superior completo. Os fatores encontrados estão em consonância com o apresentado na literatura do tema em que o uso de criptomoedas ainda possui muitos aspectos especulativos, por ser recente no mercado. Entretanto, a atitude do indivíduo é um fator relevante, principalmente dada a influência das mídias sociais no mundo contemporâneo.

**Palavras-chave:** Criptomoedas. Mercado financeiro. Blockchain.

With the development of the internet and the emergence of innovations in financial instruments, cryptocurrencies have broken several paradigms in the financial market. As they are means of payment without necessarily centralized regulation by a central bank, their recent insertion in society raised a series of questions, which motivated this research. The general objective of this research is to identify the factors that influence the acquisition of cryptocurrencies by Brazilian investors. To achieve this objective, at first, the main concepts and ways of functioning of cryptocurrencies are presented in the theoretical framework. Then, a survey was carried out using a questionnaire applied to the main groups related to cryptocurrencies on social networks, obtaining 125 valid questionnaires. The profile of investors is predominantly male, aged between 18 and 25 years old and with a relatively high level of education, with most of them having completed higher education. The factors found are in line with what is presented in the literature on the subject in which the use of cryptocurrencies still has many speculative aspects, as it is recent in the market. However, the individual's attitude is a relevant factor, especially given the influence of social media in the contemporary world.

**Keywords:** Cryptocurrencies. Financial market. Blockchain.

<sup>1</sup> Graduanda em Ciências Contábeis, Universidade Federal do Ceará (UFC), Brasil.

<sup>2</sup> Professor Titular da Universidade Federal do Ceará (UFC), Brasil.

<sup>3</sup> Professor Associado da Universidade Federal do Ceará (UFC), Brasil.

## INTRODUÇÃO

Existe uma caracterização de finanças públicas, corporativas e pessoais. Os três subconjuntos se preocupam em avaliar o valor do dinheiro no tempo, levando em consideração o fluxo de caixa presente e futuro, além de subsidiar decisões ligadas ao uso dos recursos financeiros. Assim sendo, Gitman (2000) conceitua finanças simultaneamente como arte e ciência voltadas à gestão do dinheiro.

Ainda que as finanças possuam maturidade científica, com métodos quantitativos e estatísticos bem definidos e fundamentados, o papel das emoções humanas no universo financeiro influencia as suas tomadas de decisão. Conforme definido por Belsky e Gilovich (1999), a economia comportamental alia conhecimentos advindos da psicologia e da economia, a fim de explicar decisões de gastos, investimentos e empréstimos aparentemente irracionais.

Simultaneamente, percebe-se que o mercado financeiro mudou bastante nos últimos anos. Dentre as mudanças mais expressivas, há o surgimento das moedas virtuais ou criptomoedas, as quais não têm lastro nem rastreio. Investidores do mundo todo, inclusive os brasileiros, viram nesse novo mercado uma oportunidade de aplicar seus recursos financeiros. No entanto, percebe-se facilmente, que as moedas virtuais têm alta volatilidade nas suas cotações. Em adição às suas características de descentralização e não regulamentação, o uso das criptomoedas como instrumentos de investimento é uma decisão de alto risco.

Com base nesse contexto e na análise de estudos anteriores, chegou-se à seguinte questão de pesquisa: Quais são os fatores que influenciam os brasileiros a investirem em criptomoedas? Portanto, o objetivo central desta pesquisa é identificar os fatores que influenciam o investimento em criptomoedas pelos brasileiros.

Para auxiliar o atingimento deste objetivo, foram propostos três objetivos específicos. O primeiro é caracterizar o perfil dos investidores brasileiros com a compra de criptomoedas. O segundo objetivo específico é identificar fatores positivos e negativos no investimento de criptomoedas. O terceiro e último objetivo específico é analisar os fatores que influenciam a compra de criptomoedas por usuários que possuem grupos ou perfis relacionados a criptomoedas em suas redes sociais.

A pesquisa empírica foi realizada por meio de um *survey* aplicado de forma online. Este questionário se baseou em Correia (2019) e atende a todos os objetivos traçados para a pesquisa.

A contribuição e relevância acadêmica deste trabalho se justifica por ser um tema recente e com corpo teórico ainda em formação, podendo atuar como fonte de pesquisa para trabalhos acadêmicos posteriores, contribuindo para um maior embasamento em material para cursos sobre o tema e referências bibliográficas para disciplinas. A justificativa social para a pesquisa é a contribuição e compreensão das motivações dos indivíduos e o que os influenciam aos devidos comportamentos de uso da criptomoeda. Na questão organizacional, se justifica devido à possibilidade de servir de base para

empreendedores da área dado que existem diversas aplicações da tecnologia de criptomoedas em diferentes áreas.

Este artigo está assim estruturado. Inicialmente, tem-se esta introdução, na qual são apresentados a contextualização, o problema de pesquisa e os objetivos da pesquisa. A seção seguinte traz o referencial teórico necessário ao desenvolvimento da pesquisa. Em seguida, há a seção de metodologia, na qual explicam-se os procedimentos adotados para a pesquisa empírica. Segue-se com a seção sobre a análise dos dados coletados e finaliza com a seção de conclusão. Após estas sessões, têm-se as referências consultadas.

## REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico necessário à fundamentação do artigo está assim dividido. Inicialmente, abordam-se as criptomoedas e suas características técnicas por meio do *blockchain*. Em seguida, alguns benefícios e malefícios das criptomoedas são abordados. Na sequência, abordam-se as finanças comportamentais e os fatores de influência sobre decisões de compra.

### Conceitos de Criptomoedas e de *blockchain*

A criptomoeda é definida como um dinheiro digital descentralizado, que não depende de um banco para confirmar ou verificar a transação. São criadas a partir de um processo chamado mineração e distribuídas por um sistema avançado de criptografias, chamado de *blockchain*. Quando se possui criptomoedas, o investidor não tem o valor físico, mas sim uma chave, de forma virtual, que o permite mover o valor financeiro de uma pessoa para a outra sem a real necessidade de um terceiro confiável (Correia, 2019).

Os autores Lakomski-Laguerre e Desmedt (2015) discorrem que as criptomoedas tem uma ideologia muito clara de antiestatismo, que visa criar uma ordem de moeda independentes de qualquer autoridade central, como bancos e autoridades monetárias, tendo como base a ideia de autorregulação da oferta monetária.

Nos termos de Lakomski-Laguerre e Desmedt (2015, p. 4):

A novidade de Bitcoin não reside em seu caráter "digital", "virtual", "eletrônico" ou "numérico", como muitos comentaristas parecem pensar. Limpar a lista de uma série de mal-entendidos nos leva de volta à questão central da natureza do dinheiro. É importante distinguir, por um lado, os invariantes teóricos, e, por outro, as diferentes formas que a moeda assumiu ao longo da história, assim como seus diferentes modos de regulação. Se o Bitcoin parece ser um sistema de pagamentos, a alternativa que ele propõe reside na ausência de autoridade central e na autorregulação da moeda criptográfica.

O Bitcoin foi a primeira criptomoeda criada em 2008, desenvolvida por Satoshi Nakamoto. Após essa primeira experiência no mercado financeiro, ao longo dos anos, foram surgindo novas criptomoedas, sendo listadas as 10 principais e seus respectivos valores na tabela abaixo.

**Quadro 1** – As 10 maiores criptomoedas por capitalização de mercado, em 2022

Posição	Moeda	Capitalização de Mercado
1º	Bitcoin (BTC)	Mais de \$ 641 bilhões
2º	Ethereum (ETH)	Mais de \$ 307 bilhões
3º	Tether (USDT)	Mais de \$ 62 bilhões
4º	Binance Coin (BNB)	Mais de \$ 56 bilhões
5º	Cardano (ADA)	Mais de \$ 51 bilhões
6º	Dogecoin (DOGE)	Mais de \$ 44 bilhões
7º	XRP (XRP)	Mais de \$ 40 bilhões
8º	USD Coin (USDC)	Mais de \$ 23 bilhões
9º	Polkadot (DOT)	Mais de \$ 21 bilhões
10º	Uniswap (UNI)	Mais de \$ 13 bilhões

Fonte: CoinMarketCap (2022)

As criptomoedas utilizam uma Tecnologia de Contabilidade Distribuída (DLT) que são bancos de dados compartilhados onde são registradas as informações de transação (Kuo; Kim; Ohno-Machado, 2017). O DLT que a maioria das criptomoedas usa é o *blockchain*, cujo primeiro foi projetado pelo Satoshi Nakamoto para o Bitcoin em 2008.

Os autores Hollins (2018) e Oliveira (2018) afirmam que o *blockchain* é um livro razão imutável, composto de blocos de grupos de informações que são adicionados um a um no banco de dados, formando uma longa cadeia. Uma vez que essas informações são adicionadas elas não podem ser excluídas ou alteradas. Em uma rede de *blockchain*, praticamente, qualquer item de valor pode ser comercializado e controlado, o que ajuda a reduzir custos e riscos envolvidos na operação em todas as partes.

As criptomoedas possuem suas diversidades e particularidades na formação do *blockchain*, entretanto, todos são bastante inspirados pela bitcoin, alguns em grau maior e outros em grau menor. Os agentes que os utilizam são chamados de mineradores e atuam como uma espécie de “auditor” das transações (Antonopoulos, 2016; Burniske;

Tatar, 2017).

O principal processo de obtenção de criptomoedas não advindo de uma transação financeira é denominado de mineração. De acordo com Alkudmani (2002) a mineração consiste em incluir e validar novas transações na *blockchain*, geralmente por meio de computadores potentes e com grandes e complexos sistemas de equação. Como resultado disso, novas moedas são criadas e disponibilizadas ao público de investidores.

Ainda segundo Alkudmani (2002), a recompensa da mineração ocorre da seguinte maneira: a cada nova transação é gerada uma nova entrada na rede *blockchain*, ficando disponível um novo bloco para os seus usuários de rede. Os mineradores irão, por meio de tentativas, encontrar a criptografia perfeita. À medida que forem descobrindo, os usuários de rede realizam a validação, e caso seja considerada perfeita, o bloco é adicionado ao *blockchain* e o minerador recebe a sua recompensa.

O mercado de criptomoedas é disponível para negociação 24 horas por dia, durante sete dias por semana, visto que não existe uma governança centralizada. Segundo JPMorgan (2017) a tecnologia *blockchain* permite uma transferência de dados de alta velocidade, viabilizando modelos de precificação e oferta de serviços altamente inovadores.

A negociação desse tipo de moeda se difere das demais daquilo que os investidores e *traders* estão habituados. Segundo a CoinMarketCap (2021) existem atualmente mais de 1.600 criptomoedas com uma capitalização de mercado de mais de US\$ 289 bilhões de dólares. Para realizar movimentações financeiras, os investidores devem escolher, por meio de corretoras, a sua carteira oficial, tais como a Bitcoin Core Wallet, Ethereum Wallet ou MyEtherWallet, Litecoin-QT, e Dash Core. Depois de escolher a carteira pode-se começar a negociação de compra e venda virtual.

O Global Consumer Survey (2019), realizado pela Statista, que é uma empresa de pesquisa, realizou com 280 indivíduos de 45 países diferentes uma pesquisa sobre criptomoedas e constatou que o Brasil pode ser o segundo maior país em número de usuários de criptomoedas no mundo (18% dos respondentes), sendo a Turquia em primeiro lugar com 20% dos respondentes da pesquisa.

As maiores corretoras brasileiras, em volume de negociação, segundo a plataforma de comparação Biscoin.io são: Mercado Bitcoin, BitcoinTrade, BitBlue e BitPreço. Entretanto, os volumes em negociação não são auditados por nenhum órgão regulador. O investimento em criptomoedas por parte dos brasileiros ainda é um fenômeno crescente, apesar de restrito a um nicho específico de investidores.

### **Benefícios e malefícios das criptomoedas**

As criptomoedas foram criadas para desenvolver o mesmo papel que as demais moedas, onde você poderia utilizá-las para pagar contas, compras entre outras coisas (Chuen, 2015). Entretanto, com o passar do tempo, esse ativo começou a ser visto como

investimento financeiro ou até mesmo fonte de reserva, isso ocorre dado a expectativa de que a moeda se valorize no longo prazo, com a possibilidade de revendê-las por um valor mais alto e lucrar com a diferença no retorno.

Com isso, um dos benefícios das criptomoedas é o seu grande potencial de valorização, onde em um único ano, em 2017, de acordo com a plataforma CoinMarketCap o Bitcoin chegou à máxima de US\$ 19.758,20 no dia 17 de dezembro, atingindo uma valorização de 1978% comparado com janeiro de 2016, finalizando o ano de 2017 com uma valorização ao todo de 1300%. Importante ressaltar que esse tipo de investimento tem um baixo custo de taxas de manutenção, sendo às vezes até isento, apresentando uma grande vantagem em relação aos outros tipos de aplicações financeiras.

A privacidade, autonomia e anonimato também são atrativos aos investidores, visto que, segundo Lawrence (2019), dado aos inúmeros recursos tecnológicos que foram empregados, toda movimentação de criptomoedas pode ser realizada sem vincular informações pessoais dos investidores. A criptografia garante essa previsibilidade e transparência, visto que impede qualquer manipulação no registro da moeda.

Com relação aos malefícios, como em qualquer outra operação financeira, as transações de criptomoedas também possuem riscos dada a alta volatilidade. Para ilustrar isso, o Bitcoin, que após disparar em 2017, no ano seguinte, ainda de acordo com a plataforma CoinMarketCap, sofreu uma queda de 67%. A maioria das cotações desse mercado sobem e descem abruptamente. Contudo, sendo Ulrich (2014), as criptomoedas garantem um anonimato que evita regulações financeiras, o que acaba sendo vantajoso o seu uso para financiar atividades ilegais, como terrorismo, lavagem de dinheiro e evasão fiscal. Um levantamento apresentado por Blundell-Wignall (2014) sobre a regulação dessas criptomoedas, indicou que alguns países haviam banido o uso do bitcoin, como a China. Outros, como Alemanha, França, Tailândia e Coreia do Sul, repudiaram o uso do bitcoin como moeda.

## **Finanças Comportamentais**

As finanças comportamentais é uma área de estudo que busca entender as decisões que as pessoas tomam relacionadas ao dinheiro, a partir do comportamento humano, buscando estabelecer uma relação entre emoção, razão e o âmbito financeiro. De acordo com Nofsinger (2006), há evidências de que a psicologia e as emoções afetam as decisões financeiras dos investidores. Os indivíduos cometerão erros de raciocínio previsíveis na especulação, e esses erros afetarão seus métodos de investimento e, portanto, sua riqueza.

Conforme definida por Belsky e Gilovich: “Economia comportamental combina as disciplinas gêmeas de Psicologia e Economia para explicar por que e como as pessoas tomam decisões aparentemente irracionais ou ilógicas quando gastam, investem, poupam

e tomam dinheiro emprestado” (Belsky; Gilovich, 1999, p. 14).

O comportamento do investidor é o modo recorrente de investir e agir, ainda que inconsciente, que segundo Wiethorn (2021) é composto por 3 vieses. O viés de confirmação, que é o ato de interpretar a informação de forma tendenciosa, crendo em dados que confirmem e justifiquem as suas ações com base nas suas convicções. O viés da ancoragem, que é quando a primeira informação é muito chamativa e criada para prender a atenção do investidor, ocasionando um peso maior na tomada de decisão, sendo tendencioso. As falácias do jogador, quando o investidor tende a tomar decisão com base nas probabilidades estatísticas, mesmo quando não podem ser comprovadas. De acordo com Sampaio e Gosling (2009) a forma de agir do investidor é altamente influenciada pelo mercado, mas varia de pessoa para pessoa também conforme suas crenças e conhecimento.

Quando se trata de efeito certeza, as pessoas tendem a dar maior peso às possibilidades que têm alta probabilidade de acontecer. O pressuposto que tem sido considerado de menor relevância é o que diz respeito à natureza do homem: o investidor é racional, avesso ao risco e busca maximizar sua utilidade esperada (Shirai; Meyer, 1997; Ding, 2015).

No caso de efeito reflexão ou aversão à perda, os agentes tendem a ser avessos ao risco quando estão diante de duas possibilidades de ganho com a mesma utilidade esperada e tendem a ser tomadores de risco quando as mesmas possibilidades se apresentam no domínio das perdas. Barbedo e Camilo-da-Silva escrevem a respeito do efeito que tais influências psicológicas podem causar:

Quando se permite que variáveis como os níveis de felicidade do investidor no momento da operação alterem o resultado do processo de tomada de decisão, abrem-se novas perspectivas para entender e explicar o funcionamento do mercado de ações. Essas perspectivas, ainda que limitadas academicamente, podem nos ajudar a colher resultados melhores ou evitar perdas em nossos investimentos (Barbedo; Camilo-Da-Silva, 2008, p. 39).

Conforme Kahneman e Tversky (1979), a teoria da utilidade esperada tem dominado a análise de decisões sob condições de incerteza. Os autores apresentam uma nova teoria de utilidade esperada para tomada de decisões, pelos vieses heurísticos, em condições de risco e buscam explicações para os processos pelos quais os impulsos sensoriais são transformados, reduzidos, elaborados, armazenados, recuperados e usados.

De acordo com a teoria do Prospecto, o processo de tomada de decisão não é necessariamente racional, principalmente quando o tempo disponível é limitado, nesse caso, os tomadores de decisão usam atalhos mentais no processo. Ferreira ainda ressalta que: “o uso de heurísticas e a prevalência de vieses não estão restritos a leigos, pois mesmo pesquisadores experientes são vulneráveis a eles, se não tomarem precauções importantes” (Ferreira, 2008, p. 154).

## Fatores de influência

De acordo com Correia (2019), vários fatores influenciam a compra por parte dos consumidores, sendo dividido entre fatores de natureza social, cultural, pessoal e psicológica. Com relação aos fatores culturais, o autor infere sobre um sistema de valor que é adquirido pelo consumidor ao longo da sua vida, combinado à sua família e instituições que o permeiam. Com relação aos fatores sociais, um grupo de referência pode exercer influência direta ou indireta nas atitudes do investidor, visto que há nele a intenção de pertencimento a esse determinado grupo. Os fatores pessoais, como suas características, influenciam o comportamento de compra do consumidor, sendo eles: a sua idade, ocupação, estilo de vida, interesses e opiniões. Por fim, o autor destaca os fatores psicológicos que são a motivação, a crença, a percepção do investidor e suas atitudes.

Ademais, Correia (2019, p. 10) afirma que:

“De maneira geral, os consumidores tendem a tentar racionalizar o seu processo de escolha, acreditando que elegem a opção que promove a maximização de seus benefícios e redução de riscos no consumo. Para tal, são absorvidas uma série de informações, tanto externas, quanto internas, de diferentes fontes.”

Na pesquisa realizada por Correia (2019) sobre os fatores de influência no uso de criptomoedas, a percepção do preço e a atitude e intenção de uso foram destaques como forte influência de compra. Com relação a percepção de preço, o autor destaca o fato de a criptomoeda ser precificada em moedas fiduciárias e para fins especulativos. Em relação a atitude e intenção de uso, destaca-se que a atitude positiva em relação a criptomoedas aumenta a propensão de realização desse consumo por parte dos investidores.

## METODOLOGIA

O presente estudo visa compreender o perfil dos investidores brasileiros que investem no setor do criptomoedas, por meio de uma pesquisa caracterizada por sua forma descritiva. Segundo Gil (2002), as pesquisas descritivas objetivam, de forma primordial, caracterizar determinada população ou fenômeno. O trabalho apresenta uma abordagem quantitativa, dados os tipos de dados coletados e as ferramentas usadas para analisá-los. Para viabilizar a execução da pesquisa, foi utilizada a técnica de levantamento, que segundo Gil (2002), envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

O meio utilizado para a coleta de dados quantitativos foi um levantamento de campo (*survey*), em que se elaborou um questionário estruturado, baseado no trabalho de Correia (2019). A amostra estudada é composta por indivíduos que possuem acesso à internet, visto que o questionário foi aplicado de forma exclusivamente virtual. Ademais,

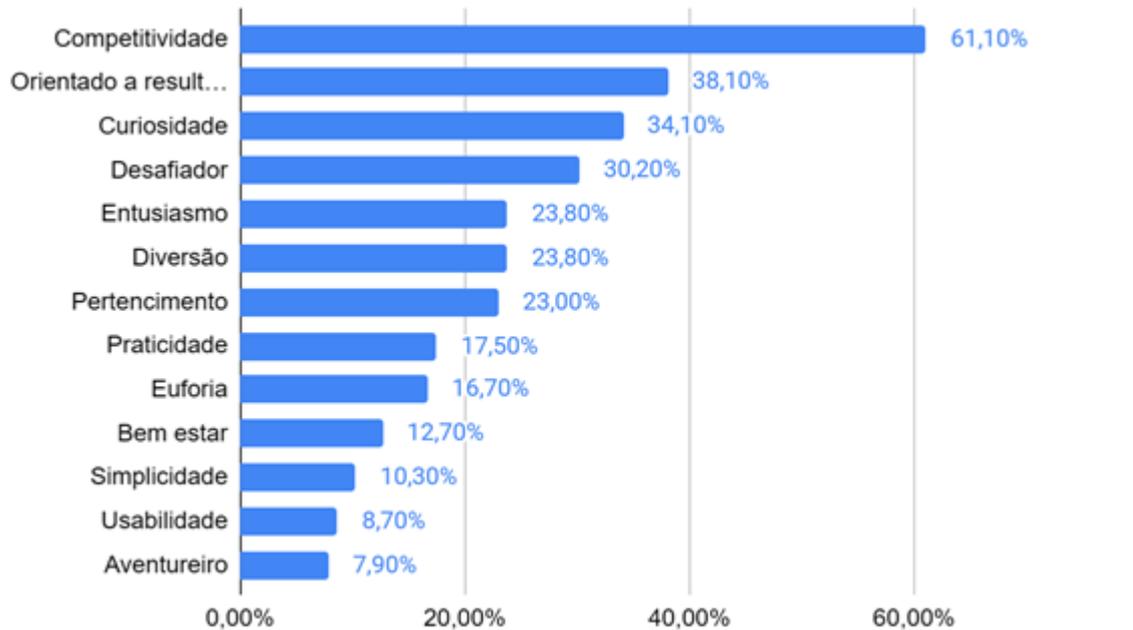
para atender o objetivo da pesquisa, foram estudados os dados de pessoas que investem em criptomoedas. Como critério de inclusão, foi necessário que o entrevistado seja de nacionalidade brasileira. Como critério de exclusão, usou-se os indivíduos menores de 18 anos, visto que ainda não respondem pelos próprios atos. O questionário foi disponibilizado em aplicativos de mensagens instantâneas como Telegram e Whatsapp, particularmente em grupos que têm como principal objetivo a discussão sobre o investimento em criptoativos.

Segundo Nique e Ladeira (2017), a escala do tipo Likert deve ser utilizada quando o que se pretende investigar exige uma ordem de gradação de oposição, em que é possível uma situação intermediária. Como na pesquisa proposta se pretende estudar as relações de fatores de uso de criptomoedas, com uma abordagem mais cognitiva e psicológica sobre o tema, tal mensuração parece coerente.

Os níveis de mensuração, na escala tipo Likert adotada, foram ordenados em: 1-“discordo totalmente”, 2-“discordo fortemente”, 3-“discordo parcialmente”, 4-“não concordo e nem discordo”, 5-“concordo parcialmente”, 6-“concordo fortemente”, 7-“concordo totalmente”. Esta numeração foi utilizada em todas as tabelas apresentadas na seção seguinte.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS

O preenchimento dos questionários foi realizado pelos próprios respondentes, uma vez que o meio de veiculação dos mesmos foi *online*. Ao todo foram obtidos 125 questionários válidos. A fim de conhecer o perfil da amostra, foram realizadas perguntas referentes ao gênero, idade, grau de escolaridade e renda. Como o alvo da pesquisa são investidores em criptomoedas, os questionários foram aplicados com indivíduos que participavam de grupos relacionados ao mercado financeiro. Dentre os 125 respondentes, 61,9% têm de 18 a 25 anos de idade. Em relação ao gênero, 53,2% são homens, 46,8% são mulheres. A amostra caracteriza-se majoritariamente com ensino superior completo (50%) e com renda mensal de até 2 salários-mínimos (R\$ 2.424,00), sendo 50% da amostra também. O resultado obtido é muito semelhante ao de Correia (2019) quando realizou a pesquisa e constatou que a amostra obtida era majoritariamente formada por homens, com nível de escolaridade elevado e com uma distribuição de renda uniforme.



**Figura 1** - Dimensões de valores que o entrevistado acredita estar relacionado com a utilização de criptomoedas

Fonte: Dados da pesquisa (2022)

Pode-se inferir que as três principais dimensões que influenciam a compra de criptomoedas são competitividade (61,1%), orientado a resultados (38,1%) e a curiosidade (34,1%). Essas dimensões podem ser caracterizadas como atitudes relacionadas ao comportamento e intenção comportamental do investidor, visto que a competitividade do mercado de criptomoedas aliada a curiosidade, dada a recente crescente do mercado, atrai o público pela novidade e capacidade de geração de resultados rápidos e voláteis, sendo um mercado de risco e, portanto, atrativo.

As mídias sociais representam um grande fator de influência no uso de criptomoedas em específico, até mesmo sendo um elemento da vida pós-moderna, dado que as mídias são uma extensão do nosso convívio social, assim como, em outra tecnologia ou produto, ou comportamentos de maneira geral.

**Tabela 1** - Influência das mídias sociais. Legenda: Me – média. Md – mediana.

Assertivas	Respostas (%)									
	Me	Md	1	2	3	4	5	6	7	
Eu uso (usaria) mídias sociais para adquirir novas informações (tendências, dicas, tutoriais etc.) sobre criptomoedas.	5,21	6	0	10,4	8,8	8,8	16,8	31,2	24	
Eu uso (usaria) mídias sociais para propósitos de entretenimento (histórias de sucesso/fracasso) sobre criptomoedas	4,31	4	0,8	12,8	24	16	15,2	25,6	5,6	
Mídias sociais me fazem acreditar que eu gostaria de usar criptomoedas, pois concordo com os valores associados a elas	4,81	5	2,4	6,4	12	13,6	33,6	16	16	
Mídias sociais mudaram positivamente minha opinião sobre usar criptomoedas	4,51	5	0	14,4	19,2	13,6	14,4	30,4	8	
Minha opinião é suscetível às crenças expressas por outras pessoas nas mídias sociais	4,5	5	0	19,2	8	22,4	16	22,4	12	
Mídias sociais me convencem que usar criptomoedas é algo no qual devo ter orgulho	4,57	5	2,4	12	20,8	11,2	15,2	26,4	12	
Mídias sociais me pressionam a usar criptomoedas	4,43	5	1,6	12,8	16,8	13,6	28	19,2	8	

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Os dados qualitativos apontaram que as mídias sociais impactam o ambiente de criptomoedas no Brasil, sendo grande parte das respostas como “concordo parcialmente”, apresentado na maioria das medianas com o numeral 5. Importante ressaltar que, na primeira assertiva da Tabela 1, a média foi 5,21 e a mediana foi 6, sendo o maior valor encontrado. Já na segunda assertiva temos a menor média de 4,31 e a mediana foi 4, onde infere-se que os entrevistados não costumam utilizar com frequência as mídias sociais com propósito de entretenimento.

Na tabela 2 são apresentados os elementos que compõem o fator que correspondem a itens que discorrem sobre os benefícios percebidos na utilização de criptomoedas e a facilidade de uso pelo indivíduo. Quanto maior for a utilidade percebida e a percepção acerca de possíveis benefícios advindos de um determinado comportamento, mais propenso um indivíduo se torna a realizá-lo.

**Tabela 2 - Utilidade percebida e Facilidade de uso**

Assertivas	Me	Md	Respostas (%)						
			1	2	3	4	5	6	7
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas me permite atingir os meus objetivos financeiros de forma mais rápida	4,88	5	1,6	7,2	14,4	10,4	24,8	29,6	12
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas melhore a minha situação financeira	4,36	4	0,8	12,8	17,6	20,8	17,6	28	2,4
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas torna mais fácil melhorar a minha situação financeira	4,7	5	0,8	8	12,8	20,8	29,6	12,8	15,2
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas aumenta minhas chances de receber incentivos financeiros	4,38	5	1,6	16,8	15,2	12	24	25,6	4,8
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas pode ser útil na minha vida	4,74	5	8	7,2	14,4	24,8	15,2	23,2	14,4
(Eu acredito que) É fácil aprender como utilizar criptomoedas	4,5	5	2,4	13,6	12,8	16,8	18,4	31,2	4,8
(Eu acredito que) É fácil para mim, me tornar habilidoso na utilização de criptomoedas	4,53	5	2,4	7,2	17,6	16	29,6	20,8	6,4
(Eu acredito que) É fácil utilizar criptomoedas	4,6	5	2,4	8	16	16	24	27,2	6,4
(Eu acredito que) O uso de criptomoedas é algo claro e compreensível	4,65	5	3,2	6,4	15,2	16,8	30,4	15,2	12,8
(Eu acredito que) Utilizar criptomoedas é algo que não demanda esforço e experiência	4,57	5	4,8	8,8	15,2	17,6	14,4	32,8	6,4

Legenda: Me – média. Md – mediana.

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Na segunda assertiva, em que se infere que o uso de criptomoedas melhora a situação financeira do entrevistado, obtivemos a média de 4,36 e uma mediana de número 4, mas apesar disso, 48% da amostra concorda. De acordo com os dados coletados, a tecnologia das criptomoedas tem tornado cada vez mais fácil o seu uso, devido às aplicações desenvolvidas. Entretanto, é exigido aos investidores uma maior

responsabilidade com relação ao manuseio das mesmas.

Com relação a internalização, podemos inferir sobre a variável do apego psicológico, com associação de crenças e valores dos indivíduos acerca de um determinado comportamento.

**Tabela 3** - Internalização

Assertivas	Respostas (%)									
	Me	Md	1	2	3	4	5	6	7	
Eu me esforçaria mais na utilização de criptomoedas, caso fosse recompensado por isso	4,94	5	0	12,8	13,6	6,4	17,6	32,8	16,8	
Eu sinto pressão social em utilizar criptomoedas	4,3	4	0,8	12,8	17,6	19,2	24,8	23,2	1,6	
Minhas visões pessoais sobre criptomoedas diferem daquelas que expresso nas mídias sociais	4,55	5	0,8	9,6	12,8	20,8	31,2	16	8,8	
Eu utilizaria criptomoedas, caso acreditasse que isso é socialmente esperado por mim	4,63	5	0,8	11,2	16	12,8	22,4	28,8	8	
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas pois isso reflete meus valores pessoais	4,82	5	0,8	4,8	15,2	19,2	28	15,2	16,8	
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas para apoiar a difusão da tecnologia blockchain	4,65	5	0,8	12	12,8	16	20	31,2	7,2	
Eu gosto (gostaria) de utilizar criptomoedas, pois concordo com os valores que associo a elas	4,4	5	0,8	13,6	15,2	19,2	21,6	24,8	4,8	
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois a tecnologia blockchain me interessa	4,63	5	0,8	8	16	21,6	16	31,2	6,4	
Eu tenho (teria) orgulho de utilizar criptomoedas	4,83	5	0	4	19,2	12,8	31,2	19,2	13,6	

Legenda: Me – média. Md – mediana.

Fonte: dados da pesquisa (2022)

É possível observar que os entrevistados não sentem tanto uma pressão social para utilizar as criptomoedas, onde a média foi 4,3 e a mediana obtida foi 4, entretanto,

32,8% da amostra afirma que se esforçaria mais na utilização de criptomoedas se fosse recompensado por isso. Dessa forma, de acordo com os entrevistados, ocorre uma relação positiva entre a internalização do comportamento de uso de criptomoedas e a efetivação do comportamento em si. Isso se deve ao fato de a utilização ainda ser restrita a um determinado grupo de pessoas.

Acerca da identificação, essa é uma característica de resposta emocional do indivíduo, em relação a grupos.

**Tabela 4 - Identificação**

Assertivas	Respostas (%)								
	Me	Md	1	2	3	4	5	6	7
Eu enalteço/enalteceria a utilização de criptomoeda por ter uso aos amigos/colegas	4,8	5	0	22,4	6,4	2,4	24	27,2	17,6
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois meus amigos e pessoas que gosto as utilizam	4,3	4	1,6	8,8	16,8	31,2	17,6	21,6	2,4
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois as pessoas que admiro estão usando-as	4,93	5	0	5,6	12	12	35,2	24	11,2
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois é algo popular	4,47	5	0	16	18,4	12,8	17,6	25,6	9,6
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois isso reflete meus valores pessoais	4,43	4	0,8	12	20	21,6	16	15,2	14,4
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas para apoiar a difusão da tecnologia blockchain	4,8	5	0	9,6	12,8	20,8	13,6	30,4	12,8
Eu falo sobre o uso de criptomoedas com meus amigos, pois isso promove utilidade/oportunidades para mim e para o grupo	4,61	5	1,6	8	14,4	15,2	33,6	18,4	8,8
Eu utilizo (utilizaria) criptomoedas, pois a tecnologia blockchain me interessa	4,66	5	1,6	8,8	14,4	18,4	19,2	29,6	8

Legenda: Me – média. Md – mediana.

Fonte: dados da pesquisa (2022)

De acordo com a Tabela 4, a maior média obtida foi de 4,93, quando foi perguntado aos entrevistados se eles utilizam criptomoedas, pois as pessoas que eles admiram estão usando; 35,2% da amostra afirmou que sim (grau 5). Na assertiva sobre enaltecer o uso das criptomoedas aos amigos, 22,4% afirmaram que discordam fortemente, provavelmente dado ao risco ser elevado nesse tipo de investimento. Portanto, infere-se que quanto mais popular for a utilização das criptomoedas no seu ciclo social maior isso influência ao investidor o uso da moeda por parte dele, entretanto, não há grande enaltecimento ao uso.

A motivação hedônica se relaciona com o prazer e divertimento relacionado à utilização das criptomoedas.

**Tabela 5 - Motivação Hedônica**

Assertivas	Me	Md	Respostas (%)						
			1	2	3	4	5	6	7
Usar criptomoedas é divertido	4,83	6	0	10,4	19,2	8,8	12	32,8	16,8
Usar criptomoedas é prazeroso	4,71	5	0	5,6	13,6	21,6	28	25,6	5,6
Usar criptomoedas me deixa entretido	4,68	5	0	4,8	16	22,4	32	12,8	12
Eu acho que usar criptomoedas coloca a minha privacidade em risco	4,71	5	0	11,2	17,6	10,4	20,8	29,6	10,4
Usar criptomoedas me expõe a risco	4,91	5	0	6,4	12	22,4	18,4	24,8	16
Usar criptomoedas sujeita minhas transações a risco financeiro	4,65	5	0	14,4	15,2	11,2	23,2	22,4	13,6
Hackers podem controlar minhas transações, caso eu use criptomoedas	4,48	5	0	8,8	16,8	21,6	24,8	22,4	5,6
Criptomoedas são precificadas de forma razoável	4,78	5	0	5,6	12	20	28,8	28	5,6
As demais criptomoedas são precificadas de forma razoável	4,52	5	0	8,8	17,6	24	22,4	13,6	13,6
Criptomoedas são um bom valor para o dinheiro	4,75	5	0	12,2	10	16,8	22,8	30	8,2
No preço atual, as criptomoedas possuem um bom valor	4,6	5	0	2,4	21,6	20,8	32	16	7,2

Legenda: Me – média. Md – mediana.

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Na assertiva sobre “usar criptomoedas é divertido” tivemos uma mediana de número 6, em que 32,8% dos entrevistados concordam fortemente. Nas demais assertivas, a maioria dos entrevistados respondeu que concorda que utilizar criptomoedas é prazeroso e o deixa entretido, mesmo 24,6% da amostra respondendo concorda fortemente que a sua utilização o expõe a risco. Além de que, 30% afirmaram que

criptomoedas são um bom valor em dinheiro. Logo, essa motivação influencia fortemente na utilização delas.

O referencial teórico discorre que uma atitude positiva em relação a um determinado comportamento, aumenta a propensão de utilização do mesmo, fator comprovado na Tabela 6.

**Tabela 6** - Atitude e Intenção de uso

Assertivas	Respostas (%)									
	Me	Md	1	2	3	4	5	6	7	
Eu gosto (gostaria) de usar criptomoedas	5	6	0	12	13,6	4,8	15,2	40	14,4	
Eu acho que usar criptomoedas é uma boa ideia	4,63	4	0	4	13,6	32,8	20	24	5,6	
Eu tenho uma atitude positiva ao uso de criptomoedas	4,77	5	0,8	8	12	14,4	33,6	20	11,2	
Usar criptomoedas é atrativo	4,74	5	0,8	8,8	10,4	18,4	23,2	33,6	4,8	
Eu sou capaz de utilizar criptomoedas, e acho que irei utilizá-las	4,88	5	0	7,2	14,4	13,6	26,4	24,8	13,6	
Assumindo que vou começar a investir e transacionar na internet, pretendo utilizar criptomoedas	4,65	5	0,8	9,6	16	11,2	29,6	25,6	7,2	
Eu planejo utilizar criptomoedas	4,92	5	0	1,6	16,8	24,8	17,6	23,2	16	

Legenda: Me – média. Md – mediana.

Fonte: dados da pesquisa (2022)

A Tabela 6 apresenta que 40% da amostra concorda fortemente que gosta de usar criptomoedas e 33,6% afirmam que o seu uso é atrativo. Importante ressaltar que todas as médias foram acima de 4,5, sendo grande parte das afirmativas em concordância com a percepção dos entrevistados.

## CONCLUSÃO

Infere-se que a pesquisa atingiu de forma satisfatória os objetivos propostos. Conforme mencionado anteriormente, o objetivo principal é identificar os fatores que influenciam os brasileiros a investirem em criptomoedas. Nesse sentido, tais fatores foram extraídos por meio da aplicação do questionário, levando em consideração que

competitividade, a curiosidade e orientação a resultados é o que influencia a aquisição de criptomoedas pelos investidores analisados.

Outros objetivos específicos também foram atingidos como “caracterizar o perfil dos investidores brasileiros com a compra de criptomoedas” que de acordo com os dados levantados é composta principalmente de homens, em sua maioria de faixa etária entre 18 e 25 anos, com nível de escolaridade relativamente alto, sendo maior parte deles com ensino superior completo. O resultado obtido é semelhante ao apresentado por Correia (2019) quando realizou a pesquisa e constatou que a amostra obtida era majoritariamente formada por homens, com nível de escolaridade elevado e com uma distribuição de renda uniforme.

O segundo objetivo específico de identificar fatores positivos e negativos no investimento de criptomoedas, pode-se analisar que grande parte dos investidores concordam que existem fatores positivos em sua compra, visto que, nos itens “usar criptomoedas é atrativo”, “criptomoedas são um bom valor para o dinheiro”, “usar criptomoedas aumentam minha chance de receber incentivos financeiros” a maioria dos entrevistados respondeu que concorda fortemente, em contrapartida, também existem fatores negativos como “criptomoedas me expõe a risco”, “eu acho que usar criptomoedas coloca a minha privacidade em risco”, “hackers podem controlar as minhas transações caso eu utilize criptomoedas”, em que os entrevistados também concordaram com as afirmativas.

O terceiro objetivo específico é analisar os fatores que influenciam a compra de criptomoedas por usuários que possuem grupos ou perfis relacionados a criptomoedas em suas redes sociais. Esses fatores foram extraídos do questionário, sendo os 10 principais assinalados pelos investidores a competitividade, a orientação a resultados, curiosidade, desafio, entusiasmo, diversão, pertencimento, praticidade, euforia e bem-estar. Pode-se inferir também que os entrevistados são influenciados pelas mídias sociais, nos itens “mídias sociais mudaram positivamente minha opinião sobre usar criptomoedas”, “mídias sociais me convencem que usar criptomoedas é algo no qual devo ter orgulho” e “mídias sociais me pressionam a usar criptomoedas” grande parte dos entrevistados concordaram com a afirmativa, considerando o grande peso da influência que as redes sociais têm sobre as escolhas dos investidores.

As contribuições teóricas da pesquisa apresentada se dão pela extensão de uma produção acadêmica em criptomoedas, uma vez que é uma área pouco explorada ainda no ambiente acadêmico. A pesquisa também permite um maior entendimento acerca do contexto brasileiro de utilização de criptomoedas. Com relação à proposição de estudos futuros, recomenda-se que seja realizada com uma amostragem maior e com a utilização do método de Modelagem de Equações Estruturais, que possui características robustas, que podem apresentar fatos interessantes sobre a temática, diante da complexidade do tema.

## REFERÊNCIAS

- ALKUDMANI, F. **Como funciona a mineração de criptomoedas**. 2020. Disponível em: <https://portaldobitcoin.uol.com.br/como-funciona-a-mineracao-de-criptomoedas/>. Acesso em: 15 ago. 2021.
- ANTOPOULOS, A. **Mastering Bitcoin**. Sebastopol: O’Rilley Media Inc., 2016.
- BARBEDO, C. H. S.; CAMILO-DA-SILVA, E. **Finanças Comportamentais: Pessoas inteligentes também perdem dinheiro na bolsa**. São Paulo: Atlas, 1. ed. 2008.
- BELSKY, G.; GILOVICH, T. **Why smart people make big money mistakes – and how to correct them: lessons from the New Science of Behavioral Economics**. New York: Simon & Schuster, 1999.
- BLUNDELL-WIGNALL, A. The Bitcoin Question: Currency versus Trust-less Transfer Technology, OECD **Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions**, n. 37, OECD Publishing. 2014.
- BRYMAN, A. **Charisma and leadership in organizations**, London: Sage, 1992.
- BURNISKE, C.; TATAR, J. **Cryptoassets: The Innovative Investor’s Guide to Bitcoin and Beyond**. Nova York: McGraw Hill Professional, 2017.
- CHUEN, D. L. K. **Handbook of digital currency: Bitcoin, innovation, financial instruments, and big data**. Academic Press, 2015.
- CORREIA, L. C. **Fatores de Influência na Compra de Criptomoedas no Brasil**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2019.
- DING, Z. **Analysis of Young-Adult’s Consumer Behavior: A Comparison Between China, Slovenia & Croatia**. Dissertação de Mestrado - Universidade de Ljubljana, Eslovênia, 2015.
- FERREIRA, B. D. **O Blockchain e sua transformação mundial**. [S.l., 2018]. Disponível em: <https://www.up.edu.br/blogs/pos-graduacao/o-blockchain-e-sua-transformacaomundial/>. Acesso em: 14 ago. 2021. Blog: Blog da pós: conhecimento e experiência.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GITMAN, L. J. **Principles of managerial finance**. 9. ed. New York: Addison Wesley, 2000.
- HOLLINS, S. **Bitcoin para iniciantes: O guia definitivo para aprender e usar bitcoin. Crie uma carteira, compre bitcoin, aprenda o que é blockchain e a mineração de bitcoin**. 2018. E-book.
- LAKOMSKI-LAGUERRE, O.; DESMEDT, L. **L’alternative monétaire Bitcoin: une perspective institutionnaliste**. *Revue de la régulation*. 18 | 2e semestre/Autumn 2015: Contestations monétaires. Une économie politique de la monnaie.
- LAWRENCE, S. **Os segredos do blockchain: o guia definitivo de negócios para dominar o blockchain, bitcoin, criptomoedas, mineração e o futuro da internet**. 2019. E-book.

JPMorgan. **Unlocking Economic Advantage with Blockchain: a guide for asset managers**. New York: JPMorgan, 2017.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: an Analysis of Decisions Under Risk. **Econométrica**, 1979.

KUO, T.; KIM, H.; OHNO-MACHADO, L. Blockchain distributed ledger technologies for biomedical and health care applications. **Journal of the American Medical Informatics Association**. Cary, p. 1211-1220. 08 set. 2017.

MOKSOVISK. **Quantas bolsas de criptomoedas existem**. Disponível em: <https://boletimeconomista.com/trocas-de-criptomoedas/>. Acessado em: 03 dez. 2022.

NAKAMOTO, S. **Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System**. 9p. 2008.

NIQUE, W.; LADEIRA, W. **Como fazer pesquisa de marketing: Uma orientação para o mercado brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2017.

NOFSINGER, J. R. **A lógica do mercado; versão brasileira: Editora Fundamento**. São Paulo: Editora Fundamento Educacional, 2006.

OLIVEIRA, E. H. K. **O Manual do Bitcoin: Tudo o que você precisa saber para não perder tempo nem dinheiro**. E-book. 2018.

PORTAL DO BITCOIN. **Preço do Bitcoin fecha 2018 com 70% de queda**. Disponível em: <https://portaldobitcoin.uol.com.br/preco-do-bitcoin-fecha-2018-com-70-de-queda-resultad-o-e-o-pior-da-historia/>. Acesso em: 03 dez. 2022.

SAMPAIO, D.; GOSLING, M. Comportamento do Consumidor: da revolução do consumo à pós-modernidade. In: **XI Colóquio Internacional sobre Poder Local**. Bahia, 2009.

SHIRAI, M.; MEYER, R. Learning and the cognitive algebra of price expectations. **Journal of Consumer Psychology**, 1997.

ULRICH, F. **Bitcoin a Moeda na Era Digital**. 1. ed. São Paulo: Instituto Ludwig Von Mises Brasil, 2014. p. 31.

WIETHORN, R. **O comportamento do investidor: como a forma com que agimos afeta seus investimentos?** Disponível em: <https://www.spacemoney.com.br/colunistas/rodrigo-wiethorn/o-comportamento-do-investidor-como-a-forma-com-que-agimos-afeta-seus-investimentos/145499/> Acesso em: 03 dez. 2022.

Recebido: 23-01-2023

Aprovado: 03-04-2024



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.