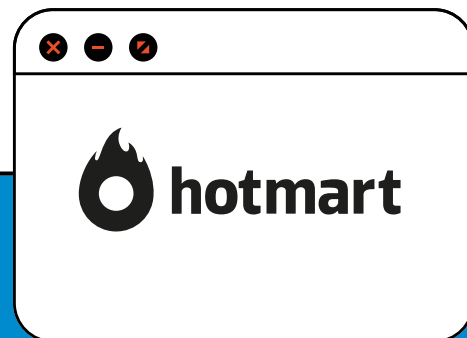


O impacto socioeconômico da Creator Economy no Brasil



O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Mario Henrique Simonsen/FGV

O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil [recurso eletrônico] / Beatriz Pinheiro (coordenador). - Rio de Janeiro : FGV ECMI, 2023.

1 recurso online (31 p.) : PDF

Dados eletrônicos

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-65-85166-59-1

1. Mídia social – Aspectos econômicos - Brasil. 2. Comércio eletrônico – Aspectos econômicos – Brasil. I. Pinheiro, Beatriz. II. Escola de Comunicação, Mídia e Informação.

CDD – 302.23

EXPEDIENTE



Fundada em 1944, a Fundação Getúlio Vargas nasceu com o objetivo de promover o desenvolvimento socioeconômico do Brasil por meio da formação de administradores qualificados, nas áreas pública e privada. Ao longo do tempo, a FGV ampliou sua atuação para outras áreas do conhecimento, como Ciências Sociais, Direito, Economia, Matemática Aplicada, Ciência de Dados, Relações Internacionais e Comunicação, sendo referência em qualidade e excelência, com suas dez escolas.

Edifício Luiz Simões Lopes (Sede)
Praia de Botafogo 190, Rio de Janeiro
RJ - CEP 22250-900
Caixa Postal 62.591 CEP 22257-970
Tel (21) 3799-5498 | www.fgv.br

Primeiro presidente e Fundador

Luiz Simões Lopes

Presidente

Carlos Ivan Simonsen Leal

Vice-Presidentes

Clovis José Daudt Darrigue de Faro

Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque



Criada em 2022, a Escola de Comunicação, Mídia e Informação (FGV ECMI) é pioneira em formar o novo perfil de profissionais que atuará em setores estratégicos de Comunicação, Mídia e Informação de instituições públicas, empresas privadas e organizações do Terceiro Setor. A Escola traz a tradição da FGV e a ampla experiência da FGV DAPP na aplicação de Tecnologia e Ciência de Dados para inovar e propor soluções no campo da Comunicação.

Diretor

Marco Aurelio Ruediger

E-mail: marco.ruediger@fgv.br

FGV ECMI

(21) 3799-6208

www.ecmi.fgv.br | ecmi@fgv.br

Coordenação de pesquisa

Beatriz Pinheiro

Pesquisadores

Leandro Rocha

Elianara Santos

Revisão técnica

Renata Tomaz

Projeto gráfico

Luis Gomes

Daniel Almada

Armando Pimentel

APOIO



Fundada em 2011 pelos empreendedores João Pedro Resende e Mateus Bicalho, a Hotmart é líder global em negócios digitais na Creator Economy. A empresa conta com mais de 1,5 mil funcionários e fornece todo o ecossistema para a criação e venda de conteúdos digitais como cursos online, ebooks, podcasts entre outros formatos. A empresa faz parte do grupo Hotmart Company e contabiliza mais de 580 mil produtos cadastrados e vendas em mais de 188 países.

Equipe

Áreas de Corporate Affairs e Data & Analytics

Sumário

Sumário executivo	8
1. Introdução	10
2. Creator Economy e negócios digitais	13
Mercado de negócios digitais	
3. Impacto socioeconômico dos negócios digitais da Hotmart na Creator Economy no Brasil	18
Pesquisa com produtores de conteúdo e afiliados da Hotmart	
Metodologia da pesquisa	
Perfil dos produtores de conteúdo	
Sobre o negócio dos produtores de conteúdo	
Geração de renda e trabalho dos produtores de conteúdo digital	
Mercado de trabalho de produtores de conteúdo digital	
4. Considerações finais	27
Referências	29



Sumário executivo

- Este estudo teve como objetivo estimar o impacto econômico dos negócios digitais na renda de produtores de conteúdo e afiliados e na geração de emprego no Brasil, além de apresentar um breve contexto da Creator Economy e dos negócios digitais no Brasil;
- Os dados utilizados no cálculo do impacto socioeconômico são de uma pesquisa quantitativa realizada, de forma online, com 552 criadores de conteúdo e afiliados que vendem produtos digitais na Hotmart, além de dados internos da empresa e de projeções do mercado;
- Os resultados mostraram que o impacto dos negócios digitais na Creator Economy, medido a partir dos negócios digitais comercializados na plataforma Hotmart, e na economia brasileira é bastante significativo, uma vez que gera renda para milhares de produtores de conteúdo e afiliados;
- Somando o número de produtores de conteúdo e de afiliados que vendem negócios pela Hotmart e o número de pessoas que prestam serviços para esses produtores de conteúdo e afiliados, estima-se que a Hotmart tenha sido responsável pela geração de 302.110 trabalhos fixos e temporários em 2023;
- Os resultados da pesquisa mostram que 14,5% dos produtores e 8% dos afiliados possuem como principal fonte de renda a venda de produtos digitais na Hotmart. Para os clientes que se dedicam prioritariamente à venda de produtos digitais na Hotmart, o retorno em faturamento é superior;
- O faturamento médio mensal de um afiliado que tem como principal fonte de renda a Hotmart é de R\$ 3.018,00. Entre os afiliados que possuem outras fontes de renda como a principal (ex: emprego com carteira assinada, autônomos, freelancers etc.) o faturamento mensal é de R\$ 960,00;
- Entre os produtores que têm como renda principal a Hotmart, o retorno em faturamento é superior, e a média mensal é de R\$ 11.959,00. Enquanto entre aqueles produtores que possuem outras fontes de renda, o faturamento médio na plataforma é de R\$ 4.194,00;
- De maneira geral, 70% dos entrevistados declararam que tiveram um aumento de renda com a venda de produtos digitais da Hotmart. Esse percentual sobe para 100% quando se considera os clientes que estão há mais de um ano vendendo seus produtos digitais exclusivamente por meio da plataforma da Hotmart;
- A média de faturamento dos produtores pessoas jurídicas é de R\$ 10.115, enquanto a dos produtores pessoas físicas é de R\$ 5.078. Isso pode ser explicado pelo fato de que os produtores que mais lucram na plataforma tendem a se formalizar como pessoas jurídicas;
- Ressalta-se a importância e a necessidade de que sejam produzidos dados públicos sobre os negócios digitais no Brasil, não somente para ampliar a discussão sobre a Creator Economy e seu impacto no país, mas também para a criação de séries históricas e comparação com outros mercados mundiais;
- Por fim, cabe destacar que esse estudo não pretende fazer generalizações a respeito do mercado de negócios digitais da Creator Economy, mas sim apresentar resultados do estudo de caso da Hotmart que traz dados relevantes sobre esse setor no Brasil.

1



Introdução

A popularização da internet e das redes sociais alterou profundamente a maneira como se produz e se consome conteúdo. Antes, no contexto da comunicação de massa, as informações estavam restritas aos grandes veículos de comunicação, e os conteúdos eram produzidos com o intuito de impactar um público amplo e homogêneo. **Hoje, o processo de produção e distribuição de conteúdo nos ambientes digitais envolve todo um ecossistema de empreendedores e empresas que é formado por criadores de conteúdo, influenciadores digitais, afiliados e profissionais de diferentes áreas, além de players da publicidade, das plataformas digitais, das agências e comunidades.** Os conteúdos são produzidos para atender demandas específicas de audiências com interesses distintos e temáticos, de forma a gerar renda para quem produz e para quem distribui ou comercializa.

Esse ecossistema é conhecido como **Creator Economy ou Economia dos criadores de conteúdo e se refere ao ambiente econômico e de negócios desenvolvidos em torno da produção de conteúdo digital.** Por um lado, a publicidade migrou boa parte de seus orçamentos da TV e da mídia impressa para o ambiente digital e as redes sociais, mantendo-se como o motor financeiro e elemento central dos modelos de negócio das plataformas digitais. Isso favoreceu a emergência dos produtores de conteúdo e influenciadores como um valioso fator para as marcas e para as redes sociais na atração de usuários e potenciais consumidores.

Creator Economy

Creator Economy se refere à economia e aos profissionais que fazem parte do ciclo de produção, consumo e distribuição de informação e conhecimento nos ambientes digitais, e que usam a criatividade, a influência, a publicidade, as atividades dos usuários e as plataformas digitais como principais recursos produtivos.

Por outro lado, a expansão da Creator Economy abriu caminho para o surgimento de dinâmicas e estratégias de monetização alternativas para produtores atuarem com maior independência das plataformas de mídia. **Os produtores de conteúdo têm migrado para plataformas onde podem comercializar seu conteúdo com maior autonomia e, assim, garantir uma fonte de renda previsível¹.** Alguns exemplos desses modelos de negócios incluem a criação de produtos físicos e marcas próprias, publicações patrocinadas, programas de afiliados, assinaturas, pagamento por audiência, como o uso do AdSense, além da venda de produtos digitais. Todos esses negócios têm impacto na economia do país e geram oportunidades de renda e trabalho para milhares de pessoas.

¹ Nesse contexto, as redes sociais deixam de ser a única fonte de renda para o produtor de conteúdo e se tornam, principalmente, um canal de geração de leads e vendas e de construção de marca.

Segundo pesquisa da Goldman Sachs Research, **o mercado mundial da Creator Economy movimentada atualmente US\$ 250 bilhões, podendo atingir a marca de US\$ 480 bilhões em 2027** (Goldman Sachs Research, 2023). Os analistas da pesquisa apontam que esse crescimento será puxado principalmente pelos investimentos em marketing de influência e pelo aumento nas receitas de publicidade em plataformas de mídia, com ênfase especial nas plataformas que produzem conteúdo em formatos de vídeo curto.

De acordo com relatório de Macrotendências da Creator Economy da YOUPIX, com dados da Factworks for Meta, **são mais de 300 milhões de criadores de conteúdo no mundo, dos quais cerca de 20 milhões estão somente no Brasil** (YOUPIX, 2023). No entanto, são poucos os estudos que dimensionam o impacto da Creator Economy – ou de parte dela – na economia nacional. As pesquisas que tratam sobre o tema se concentram mais em mostrar estimativas do número de criadores de conteúdo e de influenciadores e do investimento em marketing de influência e menos em calcular o impacto da Creator Economy ou dos negócios digitais da Creator Economy na economia.

Isso se deve, em parte, às **fronteiras entre os setores econômicos, cada vez mais indefinidas. Consequentemente, as cadeias de valor estão se consolidando em ecossistemas, como a Creator Economy**, de forma abrangente e transversal a diversos setores econômicos. Outro ponto importante é a limitação de dados públicos disponíveis que possibilitam mensurar o tamanho dessas atividades e formular políticas públicas que permitam investimentos públicos na Creator Economy, de modo a ampliar seu potencial socioeconômico.

O objetivo deste estudo é apresentar um breve contexto da Creator Economy e dos negócios digitais no Brasil para uma melhor compreensão do impacto econômico dos negócios digitais na renda dos produtores de conteúdo e na geração de emprego no Brasil. O estudo não se propõe a medir precisamente o impacto dos negócios digitais na economia brasileira, mas em estimar o impacto que a criação e a venda de conteúdo podem ter na vida e na renda dos produtores de conteúdo que comercializam produtos digitais na plataforma Hotmart. Os dados coletados para o cálculo do impacto socioeconômico são de uma pesquisa realizada com os clientes da Hotmart e do banco de dados da empresa. Além disso, foram utilizadas projeções do mercado para compor as análises.

O estudo está estruturado em três seções, além desta introdução. A segunda seção traça um panorama sobre a Creator Economy e os negócios digitais no Brasil. A terceira parte apresenta os resultados do impacto socioeconômico da venda de produtos digitais na Hotmart na renda dos criadores de conteúdo e no mercado de negócios digitais no Brasil. Por fim, são apresentadas as principais conclusões do estudo.

2



Creator Economy e negócios digitais

Hoje consolidada, a **Creator Economy se refere à economia e aos profissionais que fazem parte do ciclo de produção, consumo e distribuição de informação e conhecimento nos ambientes digitais, e que usam a criatividade, a influência, a publicidade, as atividades dos usuários e as plataformas digitais como principais recursos produtivos.** É um ecossistema composto por diversos profissionais, áreas de atuação, práticas, habilidades, plataformas de mídia e formas de monetização que, juntos, promovem a capacidade de transformar conteúdo em negócios, físico ou digital. O efeito desse ecossistema fica ainda mais evidente com os resultados da pesquisa do IAB Brasil, que mostrou que 79% dos brasileiros afirmam que consomem algum conteúdo produzido por criadores de conteúdo e influenciadores digitais em 2023 (IAB, 2023).

Criadores de conteúdo digital

São profissionais que produzem conteúdos digitais nos mais diferentes formatos que podem ou não serem transformados em negócios digitais

As redes sociais desempenham um papel central na Creator Economy, ao atuarem como canais de distribuição e interação entre os criadores de conteúdo e suas audiências. **São as mídias sociais que fornecem os meios para os criadores de conteúdo alcançarem seu público, monetizarem seus conteúdos com a venda de publicidade, de produtos e com marketing de afiliados e, a partir disso, constroem suas carreiras nos ambientes digitais.** Ainda que exista uma variedade de redes sociais, o Instagram segue sendo o principal canal utilizado por 75,2% dos respondentes da pesquisa Creators e Negócios 2022, realizada com 314 criadores de conteúdo (YOUPIX; BRUNCH, 2022).

A Creator Economy, no entanto, não está limitada à produção de conteúdo nas redes sociais e às dinâmicas comerciais desse ambiente. Está principalmente ligada ao universo criativo da produção de conteúdos digitais que passou a ter um grande valor social e comercial, para além dessas redes. Isso significa que os produtores de conteúdo encontraram fora delas oportunidades de diversificar suas receitas com menor dependência das marcas e das lógicas algorítmicas das mídias sociais, podendo expandir um ecossistema de profissionais em torno de suas produções. **Tais alternativas ocorrem por uma combinação de diferentes modelos de negócios em plataformas de mídia, que envolvem a criação e a comercialização de produtos físicos e digitais e o desenvolvimento de marcas próprias.**

Nesse contexto, surgem plataformas de mídia dedicadas a responder desafios da Creator Economy. Essas plataformas desenvolvem infraestrutura e ferramentas para produção e divulgação de conteúdo online, como vídeos, fotos, podcasts, cursos e e-books, entre outros. Elas também propõem formas outras

de interação que permitem aos criadores mais autonomia quanto à oferta de sua produção ou de terceiros, o que impacta diretamente no controle da remuneração². Um exemplo é a figura do afiliado.

Os afiliados monetizam a partir da venda de produtos digitais produzidos por criadores de conteúdo, isto é, eles recebem uma comissão por cada venda feita por meio de um *link* compartilhado nas plataformas digitais.

Atualmente, há uma variedade de programas de afiliação, como os que são oferecidos pelas lojas de varejo que comercializam produtos pela internet, além de produtos digitais. Tais programas permitem aos criadores de conteúdo definições sobre, por exemplo, como divulgar seus produtos digitais e quanto remunerar pela venda deles, pensando no alcance e nos resultados. Sobre isso, a pesquisa Hotmart (2023), mostrou que 1 a cada 10 criadores de conteúdo utiliza o programa de afiliados da Hotmart.

Afiliações

Os afiliados são pessoas que monetizam a partir da venda de produtos digitais produzidos por criadores de conteúdo, isto é, recebem uma comissão por cada venda feita por meio de um link compartilhado nas plataformas digitais.

Mercado de negócios digitais

O mercado de negócios digitais no Brasil e no mundo tem avançado expressivamente nos últimos anos, principalmente após a pandemia de Covid-19. A mensuração desse mercado, transversal a diversos setores produtivos, não é uma tarefa simples, sobretudo quando se trata de estimativas específicas do mercado de negócios digitais no Brasil e de infoprodutos.

As bases de dados disponíveis e as principais fontes de informação sobre o tema se concentram em apresentar, como principal dado, o faturamento do comércio online – ou e-commerce –, que contabiliza essencialmente a compra e a venda de produtos físicos no ambiente digital, mas não trata especificamente do comércio de produtos digitais.

A relevância desse tema fica ainda mais evidente com as questões levantadas pela **publicação Digital Trade Review of Brazil (OCDE, 2022), que sugere algu-**

² Nesse sentido, vale mencionar que a entrada dessas empresas no mercado da Creator Economy pressionou corporações como Google e Meta a desenvolverem programas de recompensas para os criadores de conteúdo.

mas abordagens para se estimar o comércio digital, olhando não apenas produtos físicos, mas também produtos digitais. O estudo afirma que embora não exista uma definição única para comércio digital, há um consenso de que comércio digital abarca as transações de comércio de bens e serviços em ambientes digitais, que podem ser entregues digital ou fisicamente, e que envolvem consumidores, empresas e governos. **Isso significa que o comércio digital envolve tanto a compra de um livro por meio de uma plataforma digital que será entregue fisicamente, como a compra de um serviço como mentoria, que será realizada online.** Ainda que haja esse direcionamento para se mensurar o tamanho desse mercado, a fronteira entre o comércio de produtos físicos e digitais ainda é bastante tênue, e não há menção clara sobre dados que tratam do comércio online de produtos digitais.

Nesse sentido, os dados do comércio online no Brasil são um bom exemplo para ilustrar o tamanho de um mercado bastante consolidado. **Segundo o Observatório do Comércio Eletrônico³, as vendas online no Brasil em 2022 atingiram R\$ 187 bilhões (MDIC, 2023), e a expectativa é que o comércio online cresça 47% até 2026, atingindo R\$ 273 bilhões, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico**, que reúne estatísticas do comércio varejista (ABCOMM, 2023).

Parte desse resultado é impulsionado pelo comércio online das micro, pequenas e médias empresas que movimentaram cerca de R\$ 839 milhões com vendas de produtos físicos entre julho de 2022 e setembro de 2023, de acordo com dados da base de lojistas brasileiros da plataforma Nuvemshop. Esse valor é 20% superior ao resultado do mesmo período do ano anterior, R\$ 699 milhões (E-COMMERCE BRASIL, 2023), confirmando a tendência de crescimento do mercado online entre empreendedores.

Olhando especificamente para o mercado de negócios digitais, a Hotmart se destaca com um dos maiores players do mercado de negócios digitais e da Creator Economy. **Em 2023, o valor total de vendas (GMV⁴, na sigla em inglês) dos criadores de conteúdo que vendem produtos digitais pela plataforma ultrapassou, em nível mundial, 30 bilhões de reais (cerca de US\$ 6 bilhões) desde a fundação da empresa em 2011.**

³ O Observatório foi desenvolvido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços em parceria com a Receita Federal, para monitorar as vendas eletrônicas no país. O painel do Observatório é alimentado por uma base de dados que reúne informações das notas fiscais eletrônicas, e discrimina as categorias de produtos mais comercializados, os valores das transações, as unidades da federação de origem, os destinatários dos bens, os serviços negociados e as tendências do setor

⁴ GMV é a sigla em inglês para Gross Merchandise Volume, que significa Volume Bruto de Mercadorias, em tradução livre.

Negócios digitais da Creator Economy

Negócios digitais são aqueles realizados exclusivamente no ambiente digital, que geram novas cadeias de valor e novos modelos de negócio a partir da utilização de tecnologias digitais. Neste estudo, estamos nos referindo principalmente a uma categoria particular de negócios digitais: **os infoprodutos, que são produtos criados e comercializados na internet voltados ao desenvolvimento de novas habilidades e conhecimento, como e-books, cursos online, mentorias, vídeo-aulas e podcast, entre outros.** Porém, fazem parte dos números do estudo outras categorias que vêm crescendo como produtos digitais: newsletters, comunidades pagas, artes digitais, planilhas e templates para download e softwares, entre outros. De forma crescente, criadores de conteúdo passam a estender suas marcas desenvolvidas online em produtos e negócios físicos, como o youtuber Mr. Beast, nos EUA, e a empresária Bianca Andrade, dona da marca Boca Rosa, no Brasil. Além disso, criadores de conteúdo online muitas vezes também vendem produtos físicos complementares ao seu conteúdo digital, como a produtora Carol Costa, voltada ao ensino de jardinagem. Além de livros físicos, ela vende também substratos e outros produtos para o cultivo de plantas.

Seguindo a tendência, o mercado consumidor de negócios digitais desenvolvidos por criadores de conteúdo está em expansão, fortalecendo a Creator Economy no Brasil. De acordo com os resultados da pesquisa Hotmart (2023), **soamente em 2022, o número de compradores de produtos digitais do mercado brasileiro como um todo ultrapassou 20 milhões de pessoas, considerando que, destes, mais de 60% já tinham adquirido um produto digital antes.**

A pesquisa E-commerce Trends 2024 reforça esse comportamento crescente de consumidores no mercado de negócios digitais e, especificamente, de infoprodutos, mostrando que 28% dos entrevistados afirmam que compraram cursos, capacitações e consultorias online nos últimos seis meses (OCTADESK; OPINION BOX, 2023). Apenas essa categoria de “cursos, capacitações e consultorias” aumentou 18 pontos percentuais na comparação entre 2022 e 2023.

Vale destacar **algumas vantagens importantes desse tipo de produto, como a baixa barreira de entrada e o baixo custo de produção, quando comparado com produtos físicos.** Outro ponto favorável é que não há custos de envio, já que os produtos podem ser acessados de forma online e imediata, por estarem disponíveis em plataformas de produtos ou serviços digitais. É um negócio com grandes possibilidades de crescimento, uma vez que há ganhos de escala na venda desse tipo de produtos, além de grande diferenciação e alta margem de lucro.

3



**O impacto
socioeconômico
da **Creator
Economy no
Brasil****

Atualmente, não existem dados acessíveis sobre a renda de produtores de conteúdo que vendem produtos digitais no Brasil. Para se estimar o impacto da venda de produtos digitais na renda dos produtores de conteúdo, os estudos em geral dependem de dados fornecidos por empresas que permitam analisar e compreender a realidade de quem trabalha com a venda de produtos digitais em plataformas. Nesse sentido, a Hotmart apoiou esse estudo com a realização de uma pesquisa com produtores de conteúdo e afiliados que comercializam produtos digitais pela sua plataforma.

A Hotmart é uma das maiores empresas que oferecem serviços e produtos para os criadores de conteúdo alavancarem seus negócios digitais. Mais de 160 mil criadores de conteúdo no mundo realizaram alguma venda na Hotmart entre outubro de 2022 e setembro de 2023, e cerca de 25 milhões de brasileiros já compraram produtos digitais comercializados pela plataforma.

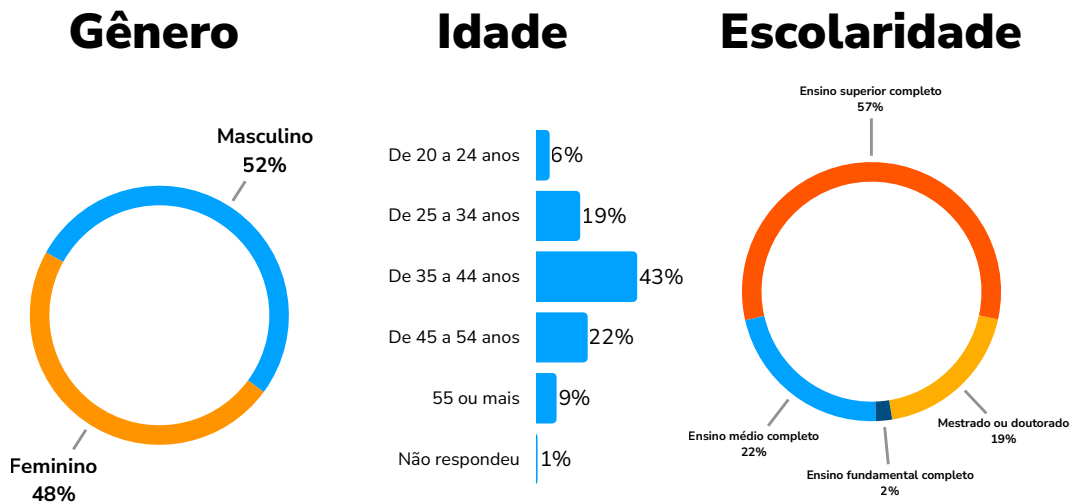
O número de criadores brasileiros que vendem produtos digitais na Hotmart vem aumentando expressivamente desde 2019. Entre 2019 e 2020, o volume total de vendas (GMV, na sigla em inglês) dos criadores de conteúdo que vendem produtos digitais na Hotmart teve crescimento de 160%, muito impulsionado pelo isolamento causado pela pandemia de Covid-19. Em 2020, o setor de comércio online no Brasil movimentou cerca de R\$ 107 bilhões e, em 2022, atingiu R\$ 187 bilhões (MDIC, 2023). O aumento de usuários da plataforma após 2020 tem se mostrado consistente, o que contribui para evidenciar a expansão do mercado de infoprodutos no Brasil.

Pesquisa com produtores de conteúdo e afiliados da Hotmart

Metodologia da pesquisa

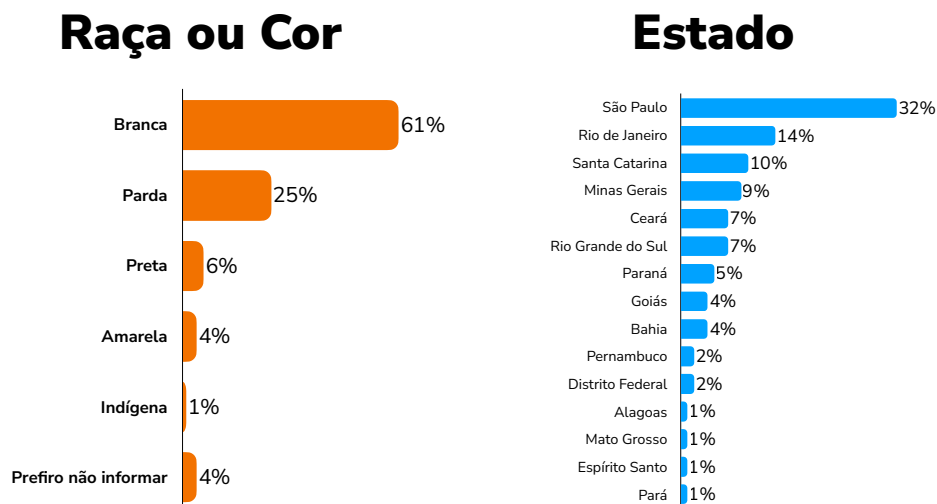
O impacto socioeconômico dos produtos digitais comercializados pela plataforma Hotmart na vida de produtores de conteúdo e afiliados foi calculado a partir de uma pesquisa realizada com 552 clientes da Hotmart, além de dados internos da empresa e estimativas do mercado. O questionário da pesquisa foi estruturado em blocos de perguntas que tinham o objetivo de levantar o perfil socioeconômico e o impacto da venda de produtos digitais na renda dos clientes.

Perfil dos produtores de conteúdo



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Segundo a pesquisa, 48% dos produtores de conteúdo da Hotmart são mulheres e 52% são homens. Em relação à faixa etária, cerca de 43% dos clientes têm idade entre 35 e 44 anos, 21% têm idade entre 45 e 54 anos e 19% estão na faixa etária de 25 e 34 anos. A maioria dos criadores de conteúdo se declarou como branca (61%), 31% deles se declararam como pardos e pretos, 4% como amarelos e 1% como indígena.



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Sobre o negócio dos produtores de conteúdo

Motivação

Quando perguntados sobre os motivos que levaram a se tornar um produtor de conteúdo, 61% responderam que buscavam uma forma de gerar renda ou renda extra e 46% afirmaram que foi a vontade de empreender no mercado digital.

Tipo de produtos digitais que vendem

Entre os tipos de produtos digitais que vendem, cursos online (70%) e e-books (50%) são a maior parte dos produtos digitais vendidos pelos produtores de conteúdo na Hotmart. Outros formatos, como assinatura (13%) e comunidade paga (3%), representam, juntos, cerca de 16% das respostas.

Principais estratégias de crescimento do negócio que utilizam

Entre afiliados e produtores de conteúdo, 61% investem em tráfego pago para divulgarem seus produtos digitais, destes, 47% investem menos de R\$ 1.000,00 por mês, 12% entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00 e somente 2% investem entre R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00.

Patrocínio

Quando perguntados se recebem patrocínio, apenas 4% dos produtores de conteúdo responderam que sim, o que pode indicar que produtores de conteúdo que atuam em plataformas de produtos e serviços digitais, além das redes sociais, dependem menos do patrocínio das marcas.

Geração de renda e trabalho dos produtores de conteúdo digital

A Hotmart emprega diretamente 1.500 funcionários que trabalham na empresa. Somando o número de produtores de conteúdo e de afiliados que vendem negócios pela plataforma e o número de pessoas que prestam serviços para esses produtores e afiliados, estima-se que a Hotmart seja responsável pela **geração de 302.110 trabalhos diretos e indiretos.**

A diferença da renda média mensal entre afiliados e produtores de conteúdo que vendem produtos digitais na Hotmart é bastante significativa⁵. **Afiliados têm faturamento médio mensal de R\$ 2.011,00 na plataforma, enquanto produtores de conteúdo faturam em média R\$ 6.382,00 por mês. A equipe vinculada aos produtores de conteúdo fatura por mês, em média, R\$ 1.266,00.**

⁵ A partir das estimativas do número de produtores e afiliados, foi estimada a média mensal de faturamento por tipo de atividade. A média mensal de faturamento foi ajustada à distribuição da amostra para evitar maior peso relacionado aos valores extremos.

O faturamento entre afiliados e equipe, no entanto, está fortemente concentrado nos produtores de conteúdo. Afiliados e produtores de conteúdo têm uma relação de dependência em muitos casos. Em geral, os afiliados trabalham com diversos produtores de conteúdo e ganham comissão pela venda de produtos divulgados entre seus seguidores e sua comunidade. Os criadores, por sua vez, utilizam os afiliados como estratégia de venda para alcançar públicos mais específicos ou para garantir renda extra todos os meses. Segundo a pesquisa Hotmart (2023), somente um em cada dez produtores utilizam o Programa de Afiliados da Hotmart e, destes, mais 21% da receita vêm dos afiliados.

Outros fatores impactam na renda dos produtores de conteúdo, como o tempo de dedicação ao trabalho, se parcial ou integral, o índice de formalização do negócio e a contratação de equipes de apoio, além do tempo que eles já estão no negócio – quem está há mais tempo, tende a ganhar mais. Neste estudo, esses fatores não estão sendo considerados, porque a média de faturamento não está ponderada por todas essas variáveis que não estavam na pesquisa.

Quadro 2: Faturamento médio mensal dos infoprodutores, por tipo de atividade

Faturamento Médio Mensal	R\$
Tipo de Atividade	
Afiliados	2.011
Produtores	6.382
Equipe	1.266

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Os resultados da pesquisa mostram que **14,5% dos produtores e 8% dos afiliados possuem como principal fonte de renda a venda de produtos digitais na Hotmart**. Para os clientes que se dedicam prioritariamente à venda de produtos digitais na Hotmart, **o retorno em faturamento é superior**.

O faturamento médio mensal de um afiliado que tem como principal fonte de renda a Hotmart é de R\$ 3.018,00. Entre os afiliados que possuem outras fontes de renda como a principal (ex: emprego com carteira assinada, autônomos, freelancers etc.) o faturamento mensal é de R\$ 960,00.

Entre os produtores que têm como renda principal a Hotmart, o retorno em faturamento é superior e a média mensal é de R\$ 11.959,00. Enquanto entre aqueles produtores que possuem outras fontes de renda, o faturamento médio na plataforma é de R\$ 4.194,00.

Quadro 3: Faturamento médio mensal dos infoprodutores que têm a Hotmart como principal fonte de renda

Faturamento Médio Mensal	Principal fonte de renda	
	Hotmart	Outras
Tipo de Atividade	R\$	R\$
Afiliados	3.018	960
Produtores	11.959	4.194

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Mercado de trabalho de produtores de conteúdo digital

Para compreender as diferenças de renda e as especificidades do mercado de trabalho de produtores de conteúdo digital, foram realizadas algumas comparações com dados do mercado de trabalho em geral no Brasil, a partir dos dados do segundo trimestre de 2023 da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) (IBGE, 2023) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Segundo o IBGE, cerca de 35% dos trabalhadores no Brasil ganham um salário mínimo (R\$ 1.320,00) por mês. Um trabalhador empregado no setor privado com carteira assinada ganha, em média, R\$ 2.575,00 por mês, enquanto um empregado sem carteira assinada ganha, em média, R\$ 1.915,00 mensais. Aqueles que trabalham por conta própria ganham mensalmente, em média, R\$ 2.291,00.

Por se tratar de um mercado relativamente novo e que se expandiu de forma acelerada nos últimos anos, os dados públicos do mercado formal de produtores de conteúdo ainda são incipientes. As bases públicas de mercado de trabalho como RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) e CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) não trazem códigos atualizados da CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) para produtores de conteúdo digital e atividades relacionadas, o que dificulta dimensionar o tamanho do mercado formal relativo à Creator Economy. Hoje, a parcela do mercado formal de trabalho atrelada à Creator Economy está dispersa entre diferentes tipos de CNAEs que não têm aproximação com o mercado de produção de conteúdo digital.

Por outro lado, em 2022, o Ministério do Trabalho incluiu cinco ocupações na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) que abarcam o universo dos creators, e que consideram como sinônimo de criador de conteúdo digital: gerador de conteúdo digital, influencer, influenciador digital e produtor de conteúdo digital. Nesse contexto, somente a partir dos dados da Relação Anual de Informa-

ções Sociais (RAIS) de 2021 (MTE, 2021) combinados com a informação da Classificação Brasileira de Informações (CBO) foi possível saber quanto um empregado classificado como “Influenciador Digital” ganha quando vinculado à uma empresa. Em média, a renda mensal desses profissionais é de R\$ 3.228,00. Vale notar que essa é uma classificação que foi recentemente reconhecida como uma profissão e que ainda são poucos os profissionais que se enquadram nesta categoria.

Quadro 4: Faturamento médio mensal dos infoprodutores, por tipo de atividade

Rendimento Médio Mensal	Brasil
Tipo de Atividade	R\$
Empregado no setor privado com carteira assinada	2.575
Empregado no setor privado sem carteira assinada	1.915
Conta própria	2.291
Influenciador digital	3.228

Fonte: PNAD Contínua, 2023 e RAIS, 2021 | Elaboração: FGV ECMI.

A venda de infoprodutos na Hotmart mostra-se uma fonte de renda vantajosa para os afiliados e produtores que se dedicam exclusivamente à plataforma. Segundo os resultados da pesquisa, os afiliados que têm como principal fonte de renda a Hotmart ganham 80% a mais que um salário mínimo, ou seja, ganham mais do que 35% dos trabalhadores brasileiros. Estes afiliados possuem uma média de faturamento próxima àqueles que estão empregados no setor privado com carteira assinada, porém, 7% menor.

Já os produtores de conteúdo que têm na Hotmart sua principal fonte de renda ganham três vezes mais do que um empregado com carteira de trabalho assinada. E mesmo quando comparados à categoria específica de influenciadores digitais, o faturamento dos produtores Hotmart é 270% maior.

Além disso, a maioria dos usuários da plataforma que têm como principal fonte de renda a Hotmart afirma que sua renda melhorou após entrar na plataforma. Setenta por cento dos entrevistados declararam que tiveram um aumento de renda, enquanto 21% afirmaram que ainda não conseguiram enxergar resultados financeiros. Destes, 61% começaram a vender na Hotmart somente em 2023, o que pode explicar a percepção daqueles que ainda não obtiveram um aumento na renda. Dentre os 9% que afirmam não terem melho-

rado sua renda, 82% começaram a vender produtos na plataforma em 2023. Portanto, é possível inferir que **o tempo de atuação na plataforma influencia no faturamento dos usuários.**

Ao analisar em detalhes os usuários que vendem produtos na Hotmart como principal fonte de renda, a percepção de aumento na renda foi declarada por 70% dos clientes. **Esse percentual sobe para 100% quando se considera os clientes que estão há mais de um ano vendendo seus produtos digitais por meio da plataforma da Hotmart.** Os produtores se destacaram entre os que vendem produtos na Hotmart: 40% deles tiveram um grande aumento de renda, enquanto apenas 18% dos afiliados conseguiram o mesmo resultado.

Quadro 5: Percepção de melhora na renda, por clientes que têm a Hotmart como principal fonte de renda

Percepção de melhora na renda	Principal fonte de renda: Hotmart		
	Aumentou muito a renda	Aumentou a renda	Aumentou a renda (usuários há mais de 1 ano na plataforma)
Tipo de Atividade	%	%	%
Afiliados	18	71	100
Produtores	40	70	100

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Entre clientes que são pessoas físicas e pessoas jurídicas, há uma diferença significativa no faturamento das duas modalidades. Clientes pessoas jurídicas ganham mais do que pessoas físicas, tanto como afiliados quanto como produtores. A média de faturamento dos afiliados pessoas jurídicas é de R\$ 2.359,00, enquanto a dos afiliados pessoas físicas é de R\$ 1.188,00. Já a média de faturamento dos produtores pessoas jurídicas é de R\$ 10.115,00, enquanto a dos produtores pessoas físicas é de R\$ 5.078,00. Isso pode ser explicado pelo fato de que os produtores de conteúdo e afiliados que mais lucram na plataforma tendem a se formalizar como pessoas jurídicas. A prestação de serviço como pessoa jurídica pode facilitar a obtenção de contratos e traz vantagens para a compra e venda de produtos e serviços com outras pessoas jurídicas, além de ter benefícios fiscais.

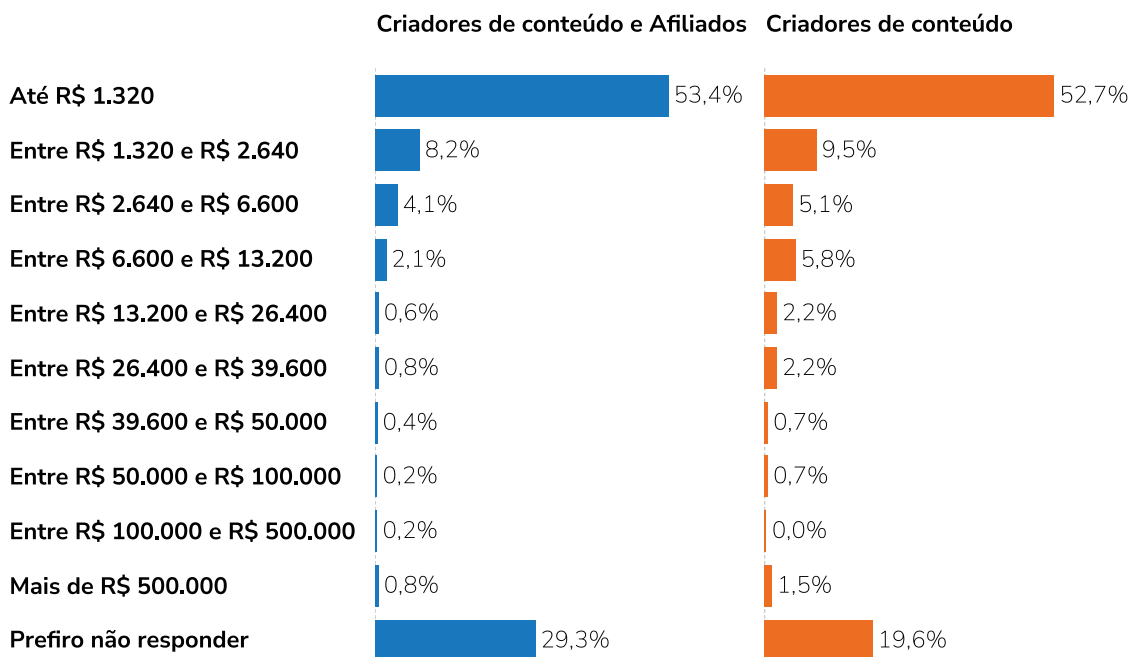
Quadro 6: Faturamento médio mensal, por pessoa física e pessoa jurídica

Faturamento Médio Mensal	Pessoa Física	Pessoa Jurídica
Tipo de Atividade	R\$	R\$
Afiados	1.188	2.359
Produtores	5.078	10.115

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

Quadro 7: Comparação do faturamento médio mensal entre criadores de conteúdo e afiliados

Embora a maioria dos respondentes entre os perfis de produtores de conteúdo e afiliados recebam uma renda de até R\$ 1.320,00, a diferença de faturamento entre esses dois grupos fica mais expressiva a partir das faixas de faturamento maiores. Para faturamento entre as faixas de R\$ 1.320,00 e 13.200,00, o percentual de criadores de conteúdo e afiliados soma 14,41%, enquanto que o percentual apenas de criadores de conteúdo nessas faixas totaliza 20,36% das respostas. Para faturamentos acima de R\$ 13.200,00, o percentual do grupo com os dois perfis é de 2,89% das respostas, e o percentual de criadores de conteúdo é de 7,29%.



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV ECMI.

4



**Considerações
finais**

Este relatório buscou apresentar um panorama dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil e mostrar a relevância econômica do ecossistema de produção de conteúdo digital na geração de renda e emprego no país. Estima-se que existam mais de 20 milhões de criadores de conteúdo no Brasil, mas o tamanho da Creator Economy é potencialmente muito maior, uma vez que os criadores de conteúdo estão ligados a um ecossistema formado por profissionais de diferentes áreas, publicidade, plataformas de mídias, agências e comunidades.

Além disso, há uma dificuldade de se mensurar o tamanho dos negócios digitais no Brasil, pela falta de dados públicos setoriais que quantifiquem esse comércio. As estimativas públicas atuais estão restritas ao comércio online de produtos físicos e não captam necessariamente as transações que envolvem produtos digitais. Nesse sentido, ressalta-se a importância de que sejam produzidos dados públicos sobre os negócios digitais no Brasil, não somente para ampliar a discussão sobre a Creator Economy e seu impacto no Brasil, mas também para a criação de séries históricas e comparação com outros mercados mundiais.

Em uma tentativa de se contribuir com informações sobre negócios digitais, a FGV ECMI realizou uma pesquisa com produtores de conteúdo e afiliados que vendem produtos digitais na Hotmart para se estimar o impacto socioeconômico da venda de produtos digitais no Brasil.

A partir da pesquisa, foi possível apontar que o impacto da Hotmart e dos negócios digitais na Creator Economy e na economia brasileira é bastante significativo, uma vez que milhares de produtores de conteúdo e afiliados geram renda pelo uso que fazem da plataforma, além de empregarem diretamente 1.500 funcionários. Os resultados apontam que a Hotmart é responsável pela geração de mais de 300 mil postos de trabalho, considerando trabalhos diretos e indiretos. A pesquisa mostra que a venda de produtos digitais pela Hotmart traz uma oportunidade de renda superior à média nacional para os produtores de conteúdo e afiliados que se dedicam exclusivamente à criação e à comercialização de produtos digitais pela plataforma.

Outro destaque da pesquisa é que a média mensal de faturamento dos usuários da plataforma é superior à média nacional de salário mínimo e de outras categorias profissionais, como empregados sem carteira assinada e trabalhadores por conta própria, reforçando a potencialidade do mercado de produção de conteúdo digital no Brasil.

A partir desse cenário, pode-se afirmar que o mercado de negócios digitais e a Hotmart promovem o empreendedorismo digital, a inovação e o desenvolvimento econômico no Brasil. A venda de produtos digitais de diversos nichos e segmentos contribuem para a difusão de conhecimento e cultura por meio dos conteúdos produzidos pelos criadores de conteúdo vinculados à plataforma.

No sentido de traçar algumas diretrizes para esse mercado, ressalta-se a importância de se formular políticas públicas que ajudem a ampliar o perfil de produtores para que possam representar a população brasileira em termos de gênero e raça, e programas de capacitação que apoiem o desenvolvimento de habilidades para atuar nas diferentes áreas da Creator Economy. Por fim, cabe destacar que esse estudo não pretende fazer generalizações a respeito do mercado de negócios digitais da Creator Economy, mas sim apresentar resultados do estudo de caso da Hotmart que traz dados relevantes sobre esse setor no Brasil.



Referências

Associação Brasileira de Comércio Eletrônico - Abcomm. **Previsão de vendas no e-Commerce para os próximos 5 anos**. Dashboard com dados de e-Commerce, 2023. Disponível em: <https://dados.abcomm.org/previsao-de-vendas-online>. Acesso em: 02 out. 2023.

E-Commerce Brasil. **PMEs movimentaram R\$ 839 milhões com vendas online no 3º trimestre de 2023, 2023**. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/pm-es-movimentaram-r-839-milhoes-com-vendas-online-no-3o-trimestre-de-2023#:~:text=O%20com%C3%A9rcio%20online%20tem%20se,um%20valor%2020%25%20superior%20em>. Acesso em: 05 out. 2023.

Goldman Sachs Research. **The creator economy could approach half-a-trillion dollars by 2027, 2023**. Disponível em: <https://www.goldmansachs.com/intelligence/pages/the-creator-economy-could-approach-half-a-trillion-dollars-by-2027.html>. Acesso em: 06 out. 2023.

Octadesk; Opinion Box. **E-commerce Trends 2024, 2023**. Disponível em: <https://www.commerce-trends.com.br/>. Acesso em: 02 out. 2023.

Hotmart. **Hotmart Insights, 2023**. Disponível em: <https://resources.hotmart.com/hotmartinsights/2023>. Acesso em: 02 out. 2023.

IAB Brasil. **#Publi: O impacto da Creators Economy, 2023**. Disponível em: <https://iabbrasil.com.br/pesquisa-publi-o-impacto-da-creators-economy-entre-os-internautas-brasileiros/>. Acesso em: 19 set. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Rio de Janeiro, trimestre 2, 2023.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO - MTE. **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. Brasília, 2021.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS - MDIC. **Observatório do Comércio Eletrônico**. Dashboard do Comércio Eletrônico Nacional, 2023. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiNTQ0NjYxZTQ0ODU5ZC00YTY3LWE5YjMtMmRmO-DY5OTVhZjBmliwidCI6jNlYzkyOTY5LTVhNTetNGYxOC04YWM5LWVvOThmYmFmYTk3OCJ9>. Acesso em: 19 set. 2023.

OCDE. **Digital Trade Review of Brazil, 2022**. Disponível em: <https://www.oecd.org/publications/digital-trade-review-of-brazil-0b046dfe-en.htm>. Acesso em: 19 set. 2023.

YOUPIX; BRUNCH. **Creators e Negócios, 2022**. Disponível em: https://tag.youpix.com.br/2022_pesquisa_creators_negocios_2022. Acesso em: 19 set. 2023.

YOUPIX. **Vem aí na Creator Economy: uma visão da YOUPIX sobre o futuro do mercado, 2023**. Disponível em: <https://tag.youpix.com.br/vem-ai-na-creator-economy-2023>. Acesso em: 19 set. 2023.



FGV ECMI

ESCOLA DE
COMUNICAÇÃO
MÍDIA E
INFORMAÇÃO