

BENCHMARK COMPETITIVO

Onde a categoria já está *gritando*.

Levantamento do que os anunciantes de investimento estão rodando no Brasil, com contagem de anúncios ativos por anunciante e link ao vivo para conferir cada um. A Aurelo é fictícia; a concorrência analisada aqui é real, e os números saíram de consulta à Biblioteca de Anúncios da Meta em 21/08/2026, 15h38 (Brasília).

ANUNCIANTES MAPEADOS	ANÚNCIOS ATIVOS SOMADOS
6	1.317
TERRITÓRIOS LIVRES	PAÍS DA CONSULTA
2	Brasil

01 Panorama de mercado

O contexto que justifica a categoria existir, e o tamanho real do público que ainda está fora dela.

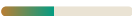
5,5 milhões	R\$ 517,3 bi
investidores em renda variável na B3	movimentados por pessoa física em ações em 2025
<u>B3, dado de janeiro de 2026</u>	<u>B3, via Times Brasil</u>
R\$ 1,8 mil	Norte e Nordeste
valor médio negociado por CPF	onde a base de investidores mais cresceu em 2025
<u>B3, volume médio diário de pessoa física</u>	<u>B3 — Piauí +7,7%, Amazonas +7,3%, Pará +7,0%</u>

A leitura que importa para a Aurelo. A base de investidores cresce, e cresce mais rápido fora dos grandes centros. Ainda assim, o valor médio negociado por CPF mostra um investidor de

ticket baixo — perfil de quem está começando, e não de quem migra patrimônio. É exatamente a pessoa que a categoria trata como iniciante e ninguém trata como cliente.

02 Mapa de concorrentes

Anúncios ativos funcionam como proxy de pressão de mídia e de ritmo de renovação de criativo. Volume alto indica operação grande, com muitas variações no ar ao mesmo tempo.

ANUNCIANTE	ÂNGULO DOMINANTE	ANÚNCIOS ATIVOS	LEITURA	AO VIVO
XP Investimentos Corretora full-service	Conteúdo como isca	607 	Compra atenção com conteúdo e qualifica depois. Quem entra por masterclass já aceita ser abordado por assessor, o que muda o custo aceitável por lead.	ver anúncios
Rico Corretora digital	Rotação alta de criativo	394 	Opera em ciclo curto de renovação. Para competir no mesmo leilão, quantidade de variação importa tanto quanto qualidade de peça.	ver anúncios
Nubank Banco digital	Produto e marca, sem investimento no topo	243 	O maior player da categoria adjacente não disputa o território de quem quer começar a investir. Ele vende conta e cartão, e trata investimento como aba interna do produto.	ver anúncios
AUVP Investimentos Assessoria e educação	Qualificação antes da conversa	66 	Filtra antes de gastar time comercial. É o modelo mais próximo de um funil de lead qualificado dentro da categoria.	ver anúncios
Optio App de finanças pessoais	Organização financeira, não investimento	6 	Vizinho de território: fala com a mesma pessoa, um passo antes. Quem organiza o orçamento é candidato natural ao primeiro aporte.	ver anúncios
Renda & Ação Infoproduto	Promessa numérica direta	1 	Exemplo da cauda longa que ocupa exatamente a linguagem de entrada da categoria.	ver anúncios

ANUNCIANTE

ÂNGULO
DOMINANTEANÚNCIOS
ATIVOS

LEITURA

AO VIVO

Individualmente irrelevante,
relevante no agregado.

03 Painel de criativos

O que cada anunciante tinha no ar no momento da consulta, e o que isso revela da estratégia. Os links abrem a Biblioteca de Anúncios filtrada por aquele anunciante, então dá para conferir hoje o que mudou desde então.

XP Investimentos

CORRETORA FULL-SERVICE

ANÚNCIOS ATIVOS 607 ÂNGULO DOMINANTE Conteúdo como isca

O QUE ESTÁ NO AR

Duas famílias no ar ao mesmo tempo: institucional de marca ("Transforme seu Futuro") e captação por masterclass gratuita. A isca educacional carrega o volume, com dezenas de variações da mesma promessa.

LEITURA

Compra atenção com conteúdo e qualifica depois. Quem entra por masterclass já aceita ser abordado por assessor, o que muda o custo aceitável por lead.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios · XP Investimentos](#)

page_id 181781205175995

Rico

CORRETORA DIGITAL

ANÚNCIOS ATIVOS 394 ÂNGULO DOMINANTE Rotação alta de criativo

O QUE ESTÁ NO AR

Volume comparável ao da XP, com criativos majoritariamente sem título de link, o que indica peça de vídeo e formato social nativo. Vários anúncios criados nas horas anteriores à consulta.

LEITURA

Opera em ciclo curto de renovação. Para competir no mesmo leilão, quantidade de variação importa tanto quanto qualidade de peça.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios · Rico](#)

page_id 212662748766501

Nubank

BANCO DIGITAL

ANÚNCIOS ATIVOS 243 ÂNGULO DOMINANTE Produto e marca, sem investimento no topo

O QUE ESTÁ NO AR

O que está no ar é lançamento de produto ("Nubank Croma") e employer branding (programa de estágio). Investimento não aparece como promessa principal em nenhuma das peças ativas na consulta.

LEITURA

O maior player da categoria adjacente não disputa o território de quem quer começar a investir. Ele vende conta e cartão, e trata investimento como aba interna do produto.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios · Nubank](#)

page_id 674963205875675

AUVP Investimentos

ASSESSORIA E EDUCAÇÃO

ANÚNCIOS ATIVOS 66 ÂNGULO DOMINANTE Qualificação antes da conversa

O QUE ESTÁ NO AR

Peça de entrada é questionário gratuito, sem título de link nas criações mais recentes. Volume estável, criado em lote.

LEITURA

Filtra antes de gastar time comercial. É o modelo mais próximo de um funil de lead qualificado dentro da categoria.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios: AUVP Investimentos](#)

page_id 271905032666031

Optio

APP DE FINANÇAS PESSOAIS

ANÚNCIOS ATIVOS 6 ÂNGULO DOMINANTE Organização financeira, não investimento

O QUE ESTÁ NO AR

"Organize sua vida financeira" e "Teste grátis agora". Operação pequena, com criativos criados no mesmo lote.

LEITURA

Vizinho de território: fala com a mesma pessoa, um passo antes. Quem organiza o orçamento é candidato natural ao primeiro aporte.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios: Optio](#)

page_id 884524801420491

Renda & Ação

INFOPRODUTO

ANÚNCIOS ATIVOS 1 ÂNGULO DOMINANTE Promessa numérica direta

O QUE ESTÁ NO AR

"O Plano dos Primeiros R\$1.000", anúncio único ativo na consulta.

LEITURA

Exemplo da cauda longa que ocupa exatamente a linguagem de entrada da categoria. Individualmente irrelevante, relevante no agregado.

CONFERIR AO VIVO

[Biblioteca de Anúncios · Renda & Ação](#)

page_id 552669431269400

04 Territórios saturados e livres

Onde o leilão está cheio, onde há espaço, e o que isso custa em cada caso.

SATURADO

Educação como isca

Quem ocupa: XP, AUVF e a cauda de infoprodutores

Masterclass, questionário e plano gratuito disputam a mesma promessa de "eu te ensino a começar". O leilão de quem busca conteúdo de investimento está caro e cheio.

SATURADO

Autoridade e mercado

Quem ocupa: Corretoras full-service

Análise, carteira recomendada e linguagem de mercado falam com quem já investe. Território ocupado por quem tem time de research para sustentar.

LIVRE

O primeiro aporte como evento

Quem ocupa: ninguém, na consulta

Nenhum anunciante do painel comunica o ato de aportar pela primeira vez como momento concreto. A categoria fala de aprender a investir, não de dar o passo.

LIVRE

Comparação honesta com a conta parada

Quem ocupa: ninguém, na consulta

A dor de ter dinheiro parado rendendo pouco aparece em infoproduto, com promessa de retorno. Nenhuma marca grande ocupa esse ângulo sem prometer rentabilidade.

ATENÇÃO

Organização financeira

Quem ocupa: Optio e apps de orçamento

Território vizinho, com pouca pressão de mídia. Serve de porta de entrada, com o risco de a marca virar app de planilha em vez de investimento.

05 O que isso muda no plano

Benchmark que não altera decisão de mídia é curiosidade. Estes são os três ajustes que este levantamento sustenta.

MENSAGEM

O primeiro aporte vira o evento

Já que a categoria inteira comunica aprendizado, a peça de fundo do plano fala do ato de aportar, não de aprender a investir.

VERBA

Topo largo se justifica

Com dois concorrentes rodando centenas de anúncios, disputar o meio do funil sem base própria sairia caro. A divisão do plano, com 40% em descoberta, se sustenta.

PRODUÇÃO

Volume de variação é requisito

O ritmo de renovação observado nos dois maiores define o mínimo de peças do briefing de criativos, e não o contrário.

06 Método e limites

- **Fonte.** API da Biblioteca de Anúncios da Meta, filtro de país BR e status ativo, consultada em 21/08/2026, 15h38 (Brasília). Cada anunciante foi consultado pelo page_id, registrado no painel.
- **O que o número é.** Quantidade de anúncios ativos daquela página no momento da consulta. Serve para comparar pressão e ritmo entre anunciantes.
- **O que o número não é.** Não é investimento, alcance nem resultado. Duas contas com o mesmo número de anúncios podem ter verbas muito diferentes.
- **Seleção.** A lista saiu de busca por categoria na própria Biblioteca, e cobre os perfis relevantes para o posicionamento da Aurelo. Não é levantamento exaustivo do setor.
- **Validade.** A foto muda todo dia. Os links ficam ao vivo justamente para isso: refazer a leitura na data em que o plano for aprovado leva minutos.
- **Sobre a Aurelo.** A empresa é fictícia, criada para esta demonstração. A concorrência, os números de anúncio e as fontes de mercado são reais e verificáveis nos links.

AURELO · BENCHMARK COMPETITIVO

CLIENTE FICTÍCIO · MERCADO REAL · CONSULTA DE 21/08/2026, 15H38 (BRASÍLIA)