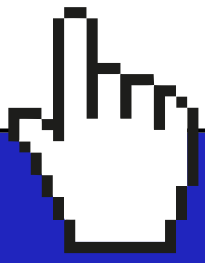
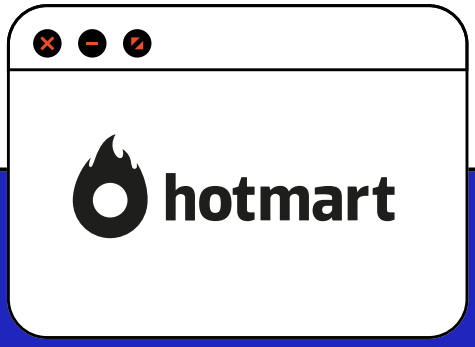
FGV COMUNICAÇÃO RIO

O impacto socioeconômico da Creator Economy no Brasil





2ª edição

FGV COMUNICAÇÃO RIO

O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil

2ª edição

Rio de Janeiro
FGV Comunicação Rio
2024

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). - 2. ed. - Rio de Janeiro : FGV ECMI, 2024.

1 recurso online (38 p.) : PDF.
Dados eletrônicos.
Inclui bibliografia.
ISBN: 978-65-85166-96-6

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

Elaborada por Mariane Pantana Alabarce – CRB7/6992

EXPEDIENTE

Fundada em 1944, a Fundação Getulio 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

FGV COMUNICAÇÃO RIO

Criada em 2022, a Escola de Comunicação, Mídia e Informação (FGV Comunicação Rio) 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 Comunicação Rio
(21) 3799-6208
www.ecmi.fgv.br | fgvcomunicacaorio@fgv.br

Coordenação de pesquisa
Beatriz Pinheiro

Pesquisador
Leandro Rocha

Revisão técnica
Ana Freitas

Projeto gráfico
Daniel Almada
Luis Gomes

APOIO



Fundada em 2011, pelos empreendedores João Pedro Resende e Mateus Bicalho, a Hotmart é uma empresa global de tecnologia, líder em negócios digitais e protagonista na Creator Economy (Economia dos criadores de conteúdo). Oferece soluções para quem quer criar, vender e escalar seus negócios digitais e físicos a partir da produção de conteúdos. A empresa conta com mais de 200 mil produtores de conteúdo ativos pelo mundo e 1,9 mil funcionários em sete países da América do Norte, América do Sul e Europa.

Equipe

Government Relations, Public Relations e Data & Analytics

Sumário

Sumário executivo 8

1. Introdução 10

2. Produtores de conteúdo e mercado de trabalho 12

3. Impacto socioeconômico dos negócios digitais da Hotmart na Creator Economy no Brasil 18

   Perfil dos produtores e coprodutores de conteúdo

   Estrutura dos negócios e estratégias de crescimento

4. Casos de sucesso 30

5. Considerações finais 32

Referências 34

Sumário executivo

- Este estudo teve como **objetivo estimar o impacto socioeconômico dos negócios digitais na renda de produtores de conteúdo e na geração de trabalho no Brasil**, além de apresentar um breve contexto do mercado de trabalho da Creator Economy no país;

- Os dados considerados no cálculo do impacto socioeconômico são oriundos de uma **pesquisa quantitativa realizada por telefone com 612 produtores de conteúdo que vendem produtos digitais na Hotmart**, além de informações internas da empresa e de projeções do mercado;

- Os resultados mostraram que **o impacto dos negócios digitais de produtores de conteúdos**, medido a partir da comercialização de produtos digitais na plataforma e na economia brasileira, é bastante significativo, uma vez que **gera renda para milhares de produtores e seus colaboradores**;

- Entre os entrevistados de 2024, **58% são homens e 42% mulheres**;

- **A maioria dos produtores de conteúdo (61%) tem menos de 40 anos**. Já a escolaridade dos entrevistados mostra que, em 2024, eles seguem com **perfil altamente qualificado**: 59% dos produtores afirmam ter ensino superior completo, e 16%, mestrado ou doutorado;

- Para otimizar e aprimorar seus resultados como produtores e coprodutores, **mais da metade (55%) dos entrevistados utilizam ferramentas de Inteligência Artificial**;

- **A profissionalização dos produtores de conteúdo tem fomentado a expansão de serviços especializados na Creator Economy**, como a formação de agências de creators, a estruturação de setores nas empresas para trabalhar com eles e o desenvolvimento de novas estratégias de negócios digitais;

- Estima-se que, **em 2024, a Hotmart tenha sido responsável pela geração de 389.448 trabalhos diretos e indiretos**, incluindo tanto produtores de conteúdo que vendem por meio da plataforma quanto aqueles que prestam serviços para esses produtores, o que representa um aumento de quase 30% em relação a 2023;

- Os clientes que se dedicam prioritariamente à venda de produtos digitais na Hotmart afirmaram que sua renda aumentou com os negócios digitais. **Para esse público, o retorno em faturamento é 154% maior**;

- **A média de faturamento dos produtores que são pessoas jurídicas é de R$ 10.007**, enquanto a dos que são pessoas físicas é de R$ 4.987. Isso pode ser explicado pelo fato de que os que lucram mais na plataforma tendem a se formalizar como pessoas jurídicas;

- Em síntese, **a Creator Economy, impulsionada pela Hotmart, tem se consolidado como um importante motor econômico no Brasil**, não apenas devido à geração de empregos, mas também pelo estímulo ao empreendedorismo e à inovação tecnológica;

- Este estudo se concentra nas especificidades desse caso e apresenta dados que contribuem para uma visão detalhada do impacto da Hotmart no mercado digital brasileiro.

1



Introdução

A Creator Economy tem ganhado relevância econômica e social em um cenário digital formado por marcas, audiências, produtores de conteúdo, influenciadores e plataformas. Frequentemente usado para se referir a essa economia, o termo "ecossistema" ajuda a compreender como marcas e organizações trabalham com produtores de conteúdo e influenciadores e como esta interação tem o apoio cada vez mais consistente de intermediários, como as plataformas digitais.

Em 2023, a economia global dos criadores foi avaliada em US$ 127,65 bilhões e apresentou uma projeção de crescimento para US$ 528,39 bilhões até 2030, com um aumento anual de 22,5% (JAGTAP, S., 2023). **Nesse contexto, a profissionalização dos produtores de conteúdo tem fomentado a expansão de serviços especializados na Creator Economy, como a formação de agências de creators, a estruturação de setores nas empresas para trabalhar com eles e o desenvolvimento de novas estratégias de negócios digitais**. O avanço desse mercado pode ser observado ainda na ampliação do número de profissionais especializados em áreas como marketing digital, design gráfico, edição de vídeo, gestão de redes sociais, análise de dados, entre outros.

Os produtores de conteúdo têm a possibilidade de transformar suas habilidades em fontes de renda e gerar novos empregos e oportunidades de trabalho, seja pela atuação em parcerias com marcas, seja pela gestão de comunidades ou venda de produtos digitais. Além disso, **o uso de Inteligência Artificial tem aprimorado os processos de criação e edição e possibilitado novos formatos de conteúdo, o que otimiza o alcance das publicações**. Essa nova tecnologia contribui para ampliar as possibilidades de monetização e ajuda na redução de custos de gestão para os produtores, tornando o mercado mais estratégico e competitivo.

Nesse cenário, este estudo tem como objetivo estimar o impacto socioeconômico dos negócios digitais na renda de produtores de conteúdo e na geração de trabalho no Brasil nos últimos 12 meses, além de apresentar um breve contexto do mercado de trabalho na Creator Economy no país.

O estudo está dividido em quatro seções, além desta introdução. A segunda seção apresenta um panorama do mercado de trabalho dos produtores de conteúdo em 2024 a partir de bases públicas. A terceira traz os resultados de pesquisa de impacto socioeconômico realizada com os produtores e coprodutores de conteúdo que comercializam seus produtos digitais na Hotmart. Na quarta seção, são mostrados três casos de sucesso de produtores clientes da plataforma. Por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2

Produtores de conteúdo e mercado de trabalho

Nos últimos anos, o acesso à internet no Brasil cresceu de forma expressiva, o que aproximou o país dos padrões das maiores economias globais em termos de conectividade (World Population Review, 2024). Esse avanço fez com que um número também cada vez maior de brasileiros passasse a consumir e a produzir conteúdos online, o que tem gerado novas dinâmicas no consumo de mídia e na comercialização de produtos e serviços digitais.

Dados de 2023 apontam que 84% da população brasileira acessou a internet nos três meses anteriores à pesquisa (TIC Domicílios, 2023). **Essa expansão da acessibilidade tem impulsionado o consumo de conteúdos digitais diversos, como vídeos, filmes, séries, música e notícias, consolidando a internet como o principal meio de entretenimento e informação**.

Tabela 1: Usuários de internet, por atividades realizadas, 2023

Pessoas que utilizaram internet nos últimos 3 meses	84%
Atividades realizadas na internet	**%**
Jogou jogos online	38
Ouviu música	75
Ouviu podcast	34
Leu jornais, revistas ou notícias	55
Assistiu a vídeos, programas, filmes ou séries	74
Assistiu a tutoriais ou videoaulas	28
Assistiu a influenciadores	32
Acompanhou transmissões de áudio ou vídeo em tempo real ou lives	48
Comprou produtos	50

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da TIC Domicílios de 2023.

Atividades como assistir a vídeos, programas, filmes ou séries (74%) e ouvir música online (75%) se tornaram predominantes entre os usuários e são um exemplo de como a internet molda o cotidiano e os hábitos de consumo da população. Além disso, as mídias sociais e outras plataformas digitais têm desempenhado um papel fundamental na distribuição e na criação de conteúdos multimídia, que são adaptados a interesses específicos das audiências.

Um dado especialmente significativo de 2023 é que **32% dos usuários de internet no Brasil afirmam que acompanham influenciadores digitais**. Isso demonstra a relevância e o prestígio desses profissionais no cenário online e indica como eles têm um papel primordial na promoção de marcas, produtos e serviços, além de contribuírem com a popularização de infoprodutos, como cursos online, mentorias e ebooks.

Os dados mostram também como o avanço da conectividade favorece a compra e a venda de produtos e serviços online. De acordo com a TIC Domicílios, **50% dos usuários de internet no Brasil fizeram compras online nos últimos 3 meses (TIC Domicílios, 2023), um retrato evidente da expansão do comércio eletrônico no país**.

O aumento da confiança e a simplificação das transações são fatores que podem estimular esse comportamento. A implementação nos últimos anos de meios de pagamento ágeis e seguros, como o Pix, os cartões de crédito virtuais e as carteiras digitais, transformou o cenário econômico digital. O Pix, por exemplo, foi responsável por um terço das transações de pagamento no Brasil em 2023 (Banco Central do Brasil, 2023). Ele facilita a compra de produtos de forma instantânea, e para vendedores, como os produtores de conteúdo, traz rapidez e eficiência no recebimento por suas vendas.

A monetização de conteúdos digitais também tem sido facilitada pela implementação de sistemas de pagamento seguros e por plataformas que permitem que os produtores sejam remunerados diretamente pelo engajamento de suas audiências. Com elas, esses profissionais conseguem usar programas de monetização que veiculam anúncios em suas páginas, gerando receita de acordo com o número de visualizações e interações. A simplificação da monetização aliada à segurança dos sistemas de pagamento tem incentivado mais pessoas a transformarem suas atividades digitais em fontes de renda.

Outro aspecto relevante da Creator Economy é a formalização crescente nesse novo mercado de trabalho. À medida que mais pessoas ingressam no setor, mais profissionais também formalizam suas atividades, registrando-se como microempreendedores individuais (MEI) ou criando empresas. Esse processo é vital para que possam acessar benefícios fiscais, firmar contratos e estabelecer parcerias comerciais mais robustas. Além disso, a formalização é uma tendência natural quando os produtores de conteúdo conseguem transformar suas atividades em uma fonte regular e consistente de renda (Peres et al, 2023).

Tabela 2: Conteúdo Próprio Criado na Internet, 2023

Finalidade	%
Divulgar fatos ou situações cotidianas	16
Dar opinião sobre temas de seu interesse	12
Aproximar-se de pessoas com interesses comuns	12
Ensinar ou dar dicas para as pessoas sobre coisas que sabe	11
Divulgar seu trabalho	11
Divulgar um conteúdo artístico que criou	8
Vender produtos ou serviços	8
Remuneração pela postagem	3

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da TIC Domicílios de 2023.

Os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) relacionados à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) de influenciador digital mostram que, de 2021 a 2022, o número de influenciadores formais passou de 144 para 767. **Esse crescimento reflete a popularização e a formalização da profissão, especialmente no estado de São Paulo, que concentra 38% dos influenciadores formalizados**. Ele é seguido depois de ampla diferença por Santa Catarina, Goiás, Rio Grande do Sul e Minas Gerais, que têm, cada um, 7%.

A maioria desses influenciadores é jovem, com 44% na faixa etária de 18 a 24 anos, e a presença feminina no mercado é marcante: 65% dos influenciadores digitais formalizados são mulheres. O crescimento da formalização, porém, foi acompanhado de uma leve retração na remuneração média desses profissionais, que passou de R$ 2.916,1 em 2021 para R$ 2.874,4 em 2022. Essa queda sugere que o cenário tem se tornado também mais competitivo. Uma mudança em relação a 2021 foi a redução no percentual de brancos, que passou de 56% para 42%, o que pode revelar um aumento da diversidade no mercado de influenciadores.

Tabela 3: Influenciador digital na RAIS

	2021	2022
Características		
Mulheres	63%	65%
Brancos	56%	42%
Faixa etária		
15 a 17 anos	2%	2%
18 a 24 anos	39%	44%
25 a 29 anos	30%	30%
30 a 39 anos	19%	18%
40 a 49 anos	8%	5%
50 a 64 anos	2%	1%
Principais estados		
São Paulo	42%	38%
Santa Catarina	5%	7%
Goiás	1%	7%
Rio Grande do Sul	9%	7%
Minas Gerais	10%	7%
Remuneração média (R$)	2.916,10	2.874,40
Número de pessoas	144	767

Fonte: Elaboração própria com base em dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) de 2021 e 2022.

Com o avanço da internet e do comércio eletrônico, a Creator Economy no Brasil está em expansão. Impulsionado pela facilidade de pagamento online e pela crescente demanda por capacitação, o setor tem criado novas oportunidades para produtores de conteúdo e empreendedores digitais. Esse mercado emergente tem se mostrado especialmente atrativo para jovens, que veem nele oportunidade de construir carreiras independentes e autênticas, alinhadas aos seus interesses pessoais e profissionais.

Contudo, sendo um setor em rápida transformação, é difícil afirmar com precisão se o mercado se encontra em uma fase de crescimento contínuo ou se caminha para uma estabilização. A adoção de tecnologias disruptivas frequentemente leva a ciclos de expansão e reestruturação e exige que profissionais com qualificações intermediária e básica enfrentem desafios para se adaptar às novas demandas do mercado digital (Autor, 2015).

Esse cenário em constante mudança, no entanto, também tem propiciado a inclusão de diferentes perfis no mercado digital. Isso porque, juntamente com o seu progresso, **o setor tem demandado profissionais com habilidades diversas, como gestão de redes sociais, edição de conteúdo, conhecimento de ferramentas de automação e inteligência artificial, entre outros**. Assim, a Creator Economy no Brasil representa uma evolução significativa no mercado de trabalho digital, favorecida pelo avanço da conectividade e pela inovação tecnológica.

3

Impacto socioeconômico dos negócios digitais da Hotmart na Creator Economy no Brasil

Em 2024, os negócios digitais da Hotmart continuaram a produzir um impacto profundo na Creator Economy no Brasil, consolidando sua relevância econômica para os produtores de conteúdo. O crescimento observado no setor em relação a 2023 aponta tendências importantes, tanto na geração de renda quanto na estruturação do mercado.

Diferentemente do estudo de 2023, que teve como objetivo estimar o impacto econômico dos negócios digitais na renda e no trabalho de produtores de conteúdo e afiliados, a atual pesquisa é centrada em produtores e coprodutores de conteúdo. Ela desconsidera, portanto, os afiliados, pessoas que monetizam a partir da venda de produtos digitais produzidos por criadores de conteúdo, em razão da diferença de perfil entre os profissionais. Importante mencionar, ainda, que todas as comparações feitas entre os estudos de 2023 e de 2024 se baseiam nos resultados deste recorte de produtores e coprodutores de conteúdo.

Perfil dos produtores e coprodutores de conteúdo

A pesquisa de 2024, realizada por telefone com 612 produtores e coprodutores, **revela que o perfil de profissionais que usam a Hotmart segue diverso em termos de gênero, faixa etária e escolaridade**, mas apresenta pequenas diferenças em relação a 2023.

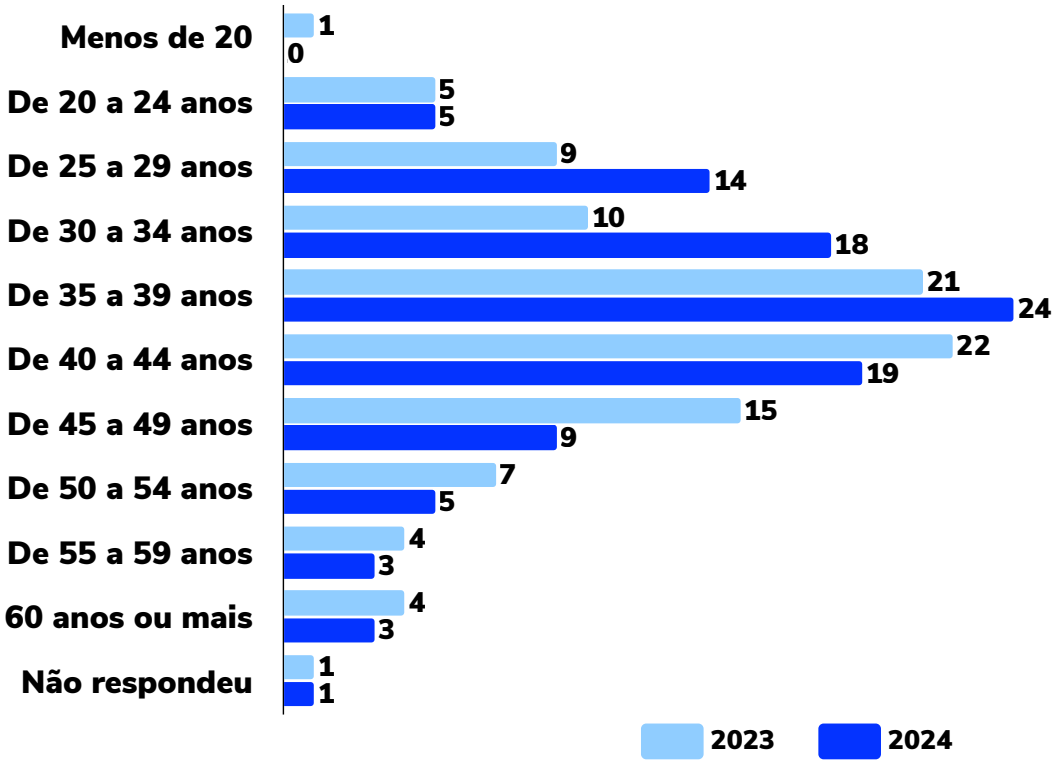
Entre os entrevistados de 2024, 58% são homens e 42% mulheres; uma leve mudança em relação ao ano anterior, quando essa proporção era de 52% de homens e 48% de mulheres.

Em 2024, a maioria dos produtores de conteúdo (61%) tem menos de 40 anos. No ano anterior, esta parcela representava 46% dos entrevistados. Já a escolaridade dos entrevistados mostra que, em 2024, **eles seguem com perfil altamente qualificado: 59% dos produtores afirmam ter ensino superior completo, e 16%, mestrado ou doutorado**. Em 2023, as porcentagens eram próximas: 57% e 19% respectivamente.

Também em 2024, 62% dos produtores se autodeclaram brancos, e 35%, pardos ou pretos. Os dados também são parecidos com os de 2023, com o destaque do aumento do percentual de produtores pretos.

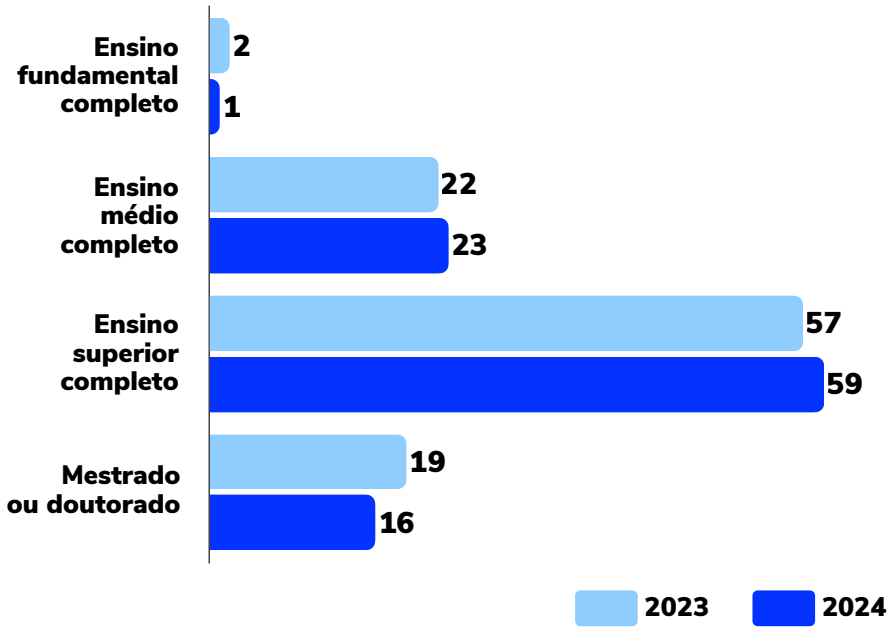
Perfil dos produtores de conteúdo

Gráfico 1: Faixa etária 2023-2024 (%)



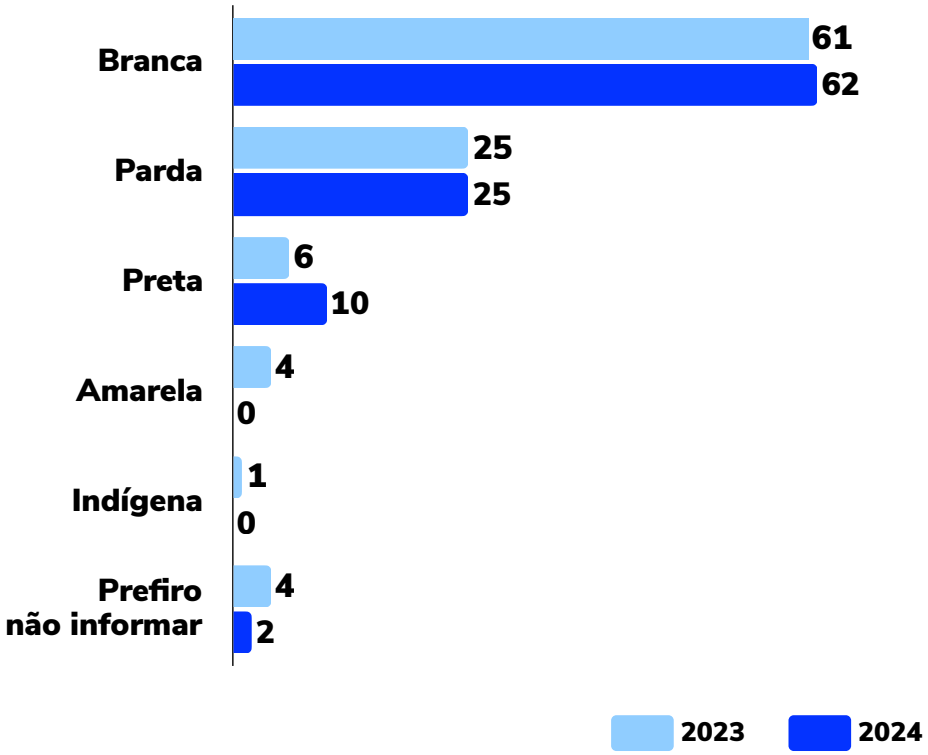
Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Gráfico 2: Escolaridade 2023-2024 (%)



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

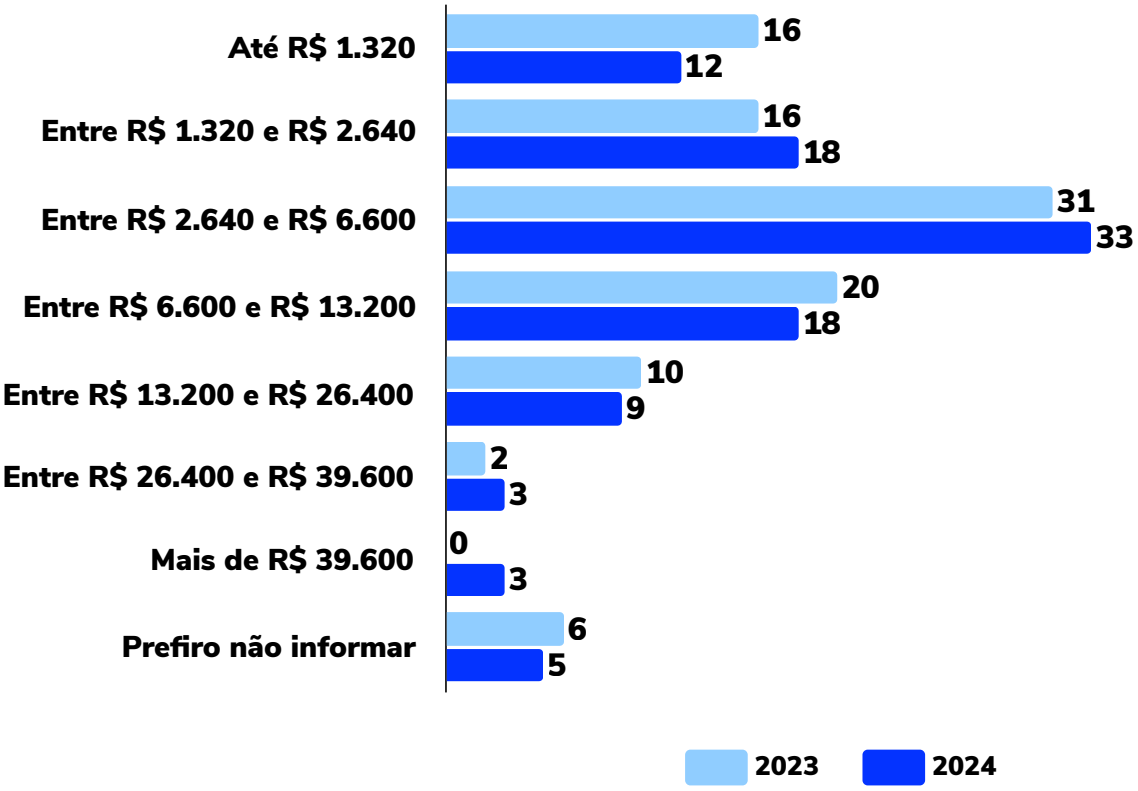
Gráfico 3: Raça ou cor 2023-2024 (%)



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Ainda de acordo com a pesquisa, o perfil de renda dos produtores de conteúdo digital que usam a Hotmart segue heterogêneo. Observa-se, por exemplo, que a maior parcela tinha renda mensal entre R$ 2.640 e R$ 6.600 antes de iniciar suas atividades na plataforma tanto em 2024 (33% dos produtores) quanto em 2023 (31%). O suave aumento de 2 pontos percentuais de produtores com esta faixa de renda entre os dois anos pode ser um reflexo do crescimento da profissionalização dos infoprodutores ao longo do último ano.

Gráfico 4: Faturamento médio mensal dos produtores de conteúdo antes das atividades na Hotmart (%)

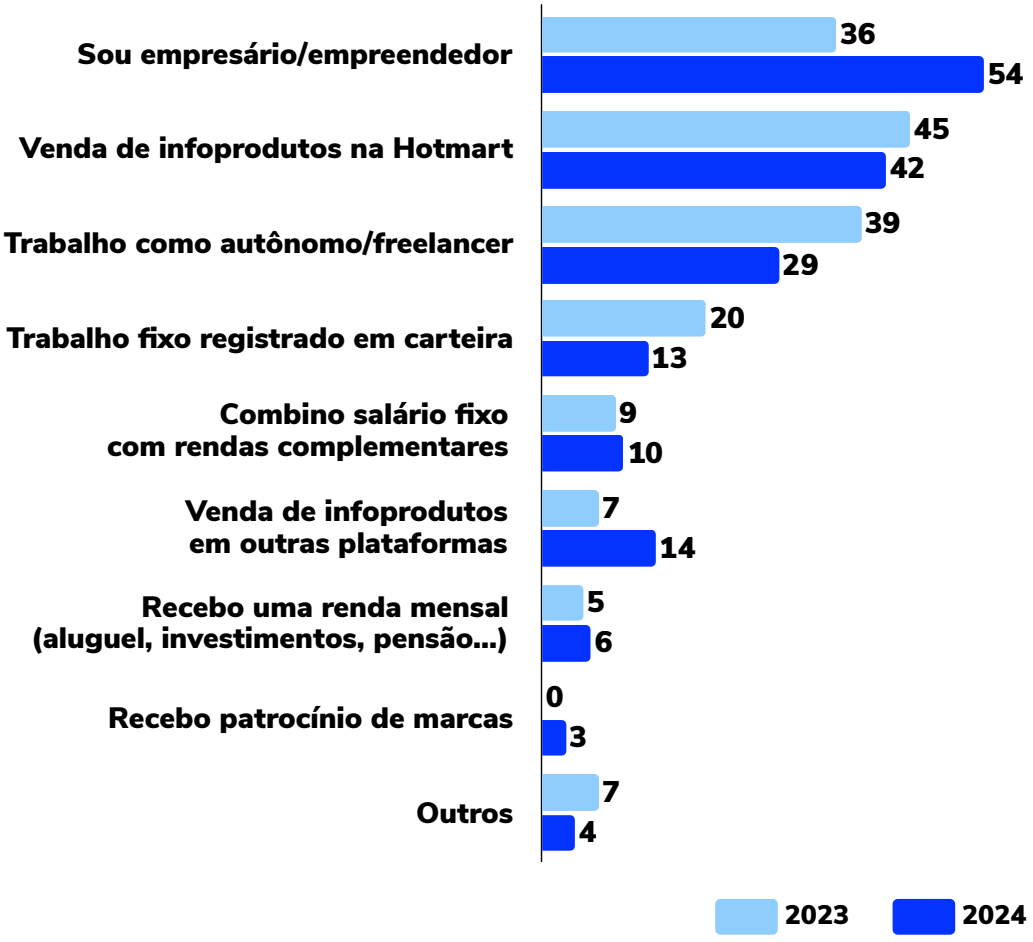


Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Uma mudança mais significativa ocorreu na principal fonte de faturamento mensal citada pelos entrevistados. Em 2024, 54% deles dizem que sua fonte principal de renda é o trabalho como empresário/empreendedor, 42% afirmam que é a venda de produtos digitais na Hotmart, enquanto outros 29% mencionam o trabalho como autônomos/freelancers. Em 2023, essas proporções eram diferentes e a maior parcela (45%) afirmava que a principal fonte de renda era a venda na Hotmart.

Essa variação de perfil reflete uma busca maior por independência e empreendedorismo entre os produtores e indica um amadurecimento nas estratégias de carreira e diversificação das fontes de receita para enfrentar a concorrência e potencializar a renda. A mesma tendência de descentralização das fontes de renda dos produtores de conteúdo foi observada em outras pesquisas relevantes sobre a Creator Economy, como o estudo Creators e Negócios de 2024, produzida pela YOUPIX e Brunch (YOUPIX; Brunch, 2024).

Gráfico 5: Principais fontes de faturamento mensal (%)



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Estrutura dos negócios e estratégias de crescimento

A pesquisa feita em 2024 traz ainda informações que ajudam a compreender como os produtores e coprodutores digitais têm estruturado seus negócios e quais estratégias buscam para atingir seus objetivos, como empreender, aumentar a renda, ter mais liberdade de tempo, entre outros.

De acordo com os entrevistados, **as principais razões para terem se tornado infoprodutores são a possibilidade de geração de nova renda ou renda extra (33%), o aumento da renda/salário no trabalho (24%)**, a liberdade de tempo (20%) ou geográfica (16%) e a vontade de empreender (13%).

Gráfico 6: Motivação para terem se tornado produtores de conteúdo (%)

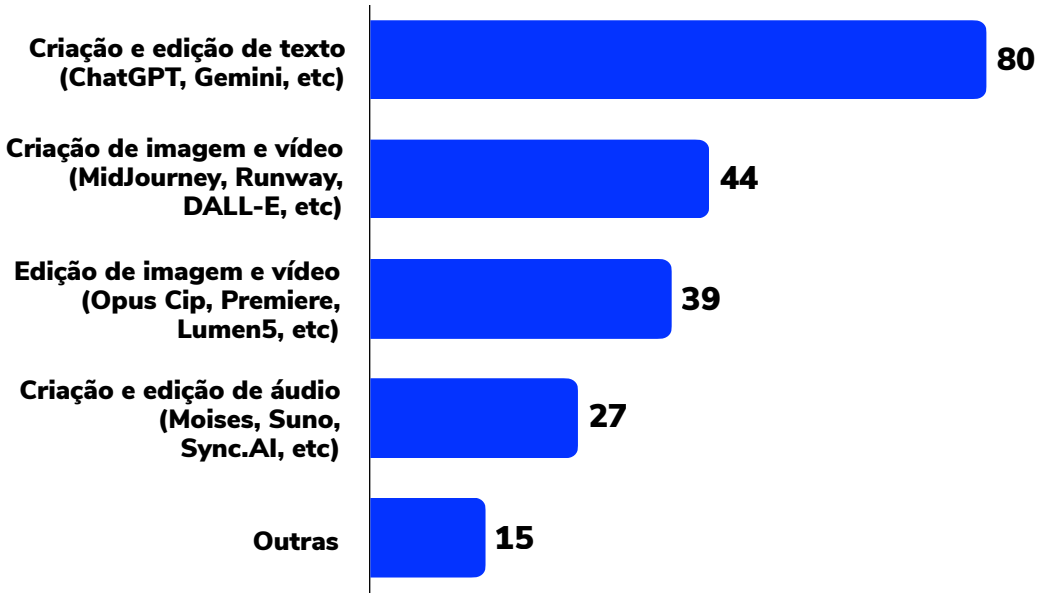


Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Em outra pergunta, **32% dos produtores afirmam ter interesse em expandir sua atuação também para a venda de produtos físicos, o que sugere que o mercado de infoprodutos está se diversificando**.

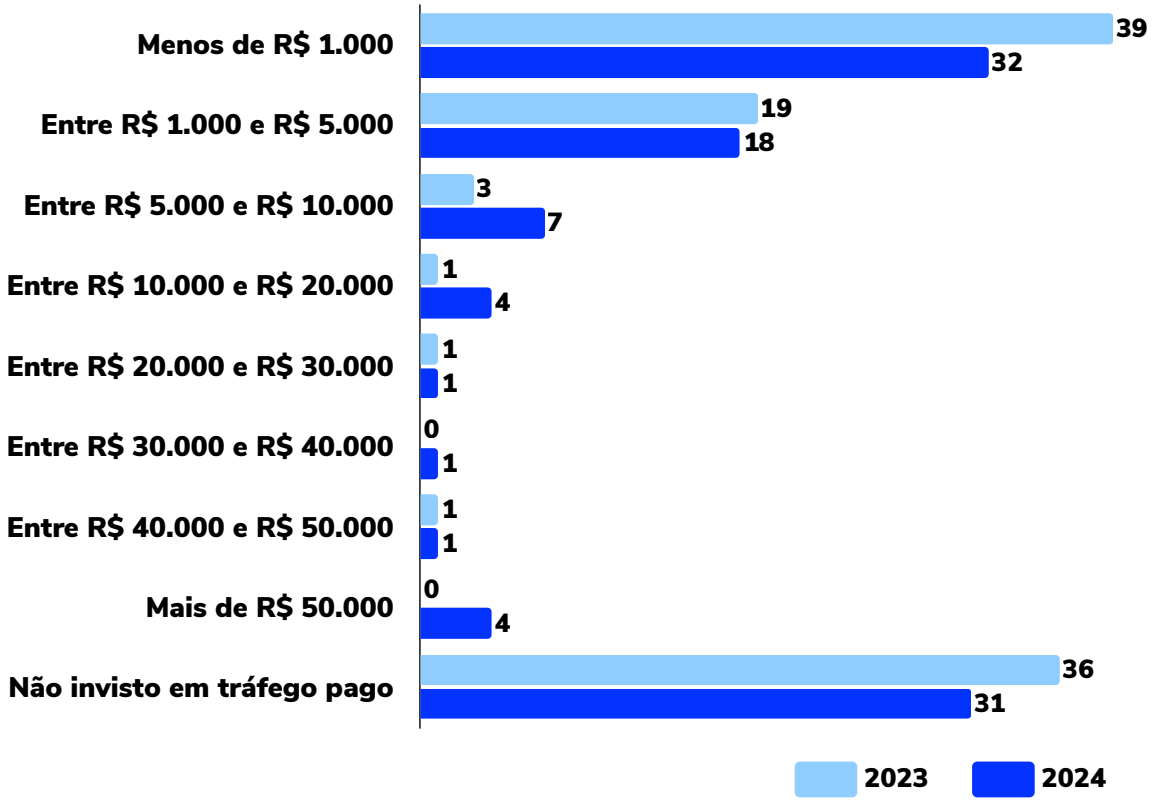
Para otimizar e aprimorar seus resultados como produtores e coprodutores, mais da metade **(55%) dos entrevistados utilizam ferramentas de Inteligência Artificial (IA)**. Desses, 80% a usam para criação e edição de texto (ChatGPT, GEmini, etc.), 44% para criação de imagem e vídeo (MidJourney, Runway, DALL-E, etc.) e 39% para edição de imagem e vídeo (Opus Cip, Premiere, Lumen5, etc.).

Gráfico 7: Uso de ferramentas de Inteligência Artificial (%)



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Gráfico 8: Investimento médio mensal em tráfego pago (%)



Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Em termos de investimento em estratégias de impulsionamento de conteúdo, **os dados de 2024 mostram que metade dos entrevistados (50%) aplica até R$ 5.000 por mês em tráfego pago, enquanto 31% afirmam que não investem nesta área**. Em 2023, a parcela que investia até R$ 5.000 nesta estratégia era maior (58%), assim como a que não destinava nada (36%). Esta leve mudança mostra que, ainda que com valores mais baixos, mais produtores começam a pulverizar algum valor em meios de impulsionamento pago.

O levantamento de 2024 também destaca o impacto contínuo e expressivo da Hotmart na geração de renda de seus usuários, ainda que com pequenas mudanças em comparação com 2023. A média mensal de renda dos produtores que têm a Hotmart como principal fonte de receita foi reduzida ligeiramente, passando de R$ 11.431 em 2023 para R$ 10.786 em 2024[1].

Apesar dessa queda, o valor ainda é 154% superior ao da renda dos produtores que utilizam a Hotmart como uma das suas fontes de renda, mas não como a principal, que foi de R$ 4.009 em 2023 e para R$ 4.247 em 2024. Esse incremento sugere uma tendência de profissionalização e consolidação dos negócios digitais, com muitos produtores buscando diversificar suas fontes de receita.

Tabela 4: Faturamento médio mensal dos produtores de conteúdo que têm a Hotmart como principal fonte de renda

	2023*	2024
Principal fonte de renda	**R$**	**R$**
Hotmart	**11.431**	**10.786**
Outras	**4.009**	**4.247**

*** os valores de 2023 foram atualizados pelo IPCA para 2024**

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

A pesquisa revela ainda que, entre os produtores de conteúdo que têm a Hotmart como principal fonte de renda, o impacto das vendas na plataforma foi ainda mais significativo em 2024. **Neste ano, 100% dos entrevistados relataram algum aumento de renda, e 64% disseram que a atividade elevou muito seus ganhos**. Esses resultados superam os de 2023, quando 70% relataram um crescimen-

1 Todos os valores de rendimento mencionados estão deflacionados a preços de 2024, utilizando o IPCA, para fins de comparabilidade.

to na renda e 40% mencionaram um grande aumento. Entre os usuários com mais de um ano na plataforma, todos apontaram aumento de renda em ambos os anos.

Tabela 5: Percepção de melhora na renda, por produtores de conteúdo que têm a Hotmart como principal fonte de renda

	2023	2024
Principal fonte de renda: Hotmart	**%**	**%**
Aumentou muito a renda	40	64
Aumentou a renda	70	100
Aumentou a renda (usuários há mais de 1 ano na plataforma)	100	100

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Além da renda direta gerada pelos produtores, a Hotmart tem relevante influência no mercado de trabalho. **Em 2024, a plataforma foi responsável pela criação de 389.448 trabalhos diretos e indiretos. Esse número é 29% superior ao registrado em 2023, quando foram contabilizados 302.110 postos de trabalho**. Esse incremento sinaliza como a Hotmart tem acompanhado a expansão contínua dos negócios digitais no Brasil e se consolidado como uma força motriz na geração de oportunidades de emprego, tanto para produtores de conteúdo quanto para profissionais que prestam serviços a esses empreendedores.

Tabela 6: Trabalhos diretos e indiretos gerados pela Hotmart

	2023	2024
Perfil de pessoa	**Quantidade**	**Quantidade**
Produtores de conteúdo	217.873	253.829
Equipe ligada aos produtores	82.737	134.119
Equipe Hotmart	1.500	1.500
Total	302.110	389.448

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

O impacto da comercialização de produtos digitais na renda da equipe associada aos produtores e coprodutores também foi expressivo. Em 2023, a equipe tinha um faturamento médio de R$ 1.210, que foi para R$ 2.142 em 2024, indicando uma valorização das atividades de apoio, como edição de vídeo, design e gestão de redes sociais. **Esse aumento na remuneração dos profissionais de apoio também reforça a relevância econômica da Creator Economy ao gerar trabalhos indiretos que ajudam a sustentar o ecossistema de produção de conteúdo**.

Tabela 7: Faturamento médio mensal, por tipo de atividade

	2023*	2024
Tipo de atividade	R$	R$
Produtores de conteúdo	6.100	6.674
Equipe ligada aos produtores	1.210	2.142

* os valores de 2023 foram atualizados pelo IPCA para 2024

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

Ainda sobre a renda oriunda do trabalho na Hotmart, a média de faturamento dos produtores que são pessoas jurídicas é de R$ 10.007, enquanto a dos que são pessoas físicas é de R$ 4.987. Nos dois casos, houve aumento em comparação com os faturamentos registrados em 2023 por estes segmentos, que eram de R$ 9.670 e R$ 4.854, respectivamente. Isso pode ser explicado pelo fato de que os produtores que mais lucram na plataforma tendem, com o tempo, a se formalizar como pessoas jurídicas e esta profissionalização, como já visto, está em expansão.

Tabela 8: Faturamento médio mensal, por pessoa física e jurídica

	2023*	2024
Tipo de atividade	R$	R$
Pessoa jurídica	9.670	10.007
Pessoa física	4.854	4.987

* os valores de 2023 foram atualizados pelo IPCA para 2024

Fonte: Hotmart | Elaboração: FGV Comunicação Rio.

A pesquisa atesta que a Hotmart continua a desempenhar um papel vital no crescimento da Creator Economy no Brasil. **O aumento do faturamento, a diversificação das fontes de renda e a adoção de novas tecnologias indicam um ecossistema mais robusto e promissor, capaz de gerar impactos econômicos consideráveis para milhares de produtores e coprodutores de conteúdo**. A comparação com os dados de 2023 revela uma trajetória de amadurecimento, com melhorias visíveis no retorno financeiro e nas estratégias adotadas pelos infoprodutores.

4

Casos de sucesso

Nesta seção, são apresentados três casos de sucesso de produtores de conteúdo que comercializam produtos digitais na Hotmart. Os dados de impacto e do negócio foram fornecidos pela própria plataforma.



Gabriel Salomão

@larmontessori

Cidade
Fortaleza (CE)

Nicho
Educação Infantil e Família

Impacto na Hotmart
Cerca de 3,5 mil alunos em mais de 20 países

Seu negócio digital
Cursos online sobre o método Montessori de educação para crianças

Ano da primeira venda na Hotmart
2019

> Eu escolhi ser empreendedor porque tenho o sonho de melhorar a vida de milhões de crianças com o método Montessori. Com o mercado digital, posso me dedicar completamente a este sonho e levar Montessori para adultos com crianças que não teriam acesso a uma educação desta qualidade de outra maneira.



Maria Claudia Brito

@dramariaclaudiabrito

Cidade
Santa Rita do Passa Quatro (SP)

Nicho
Educação

Impacto na Hotmart
Mais de 7 mil alunos em 17 países

Seu negócio digital
Cursos online para professores, cuidadores e profissionais dedicados ao cuidado de pessoas com Transtornos do Espectro do Autismo

Ano da primeira venda na Hotmart
2017

> O mercado digital em 2017 nos abriu as portas do empreendedorismo e nos permitiu alcançar milhares de pessoas que precisavam do conhecimento que nós tínhamos a oferecer. Isso nos possibilitou, e possibilita até hoje, ajudar a transformar a vida dos nossos milhares de alunos ao mesmo tempo em que crescemos como empresa.



Débora Dable

@debora_libras

Cidade
Curitiba (PR)

Nicho
Libras

Impacto na Hotmart
Cerca de 8 mil alunos em mais de 10 países

Seu negócio digital
Cursos online, oficinas e apostilas sobre a Língua Brasileira de Sinais (Libras)

Ano da primeira venda na Hotmart
2020

> O mercado digital me permitiu compartilhar conhecimento que leva dignidade linguística através da Libras aos surdos de todos os cantos do Brasil.

5

Considerações finais

Este relatório buscou avaliar o impacto dos negócios digitais da Hotmart na Creator Economy brasileira em 2024, explorando seu papel na ampliação de oportunidades de renda e na criação de trabalhos formais e informais. **A Hotmart, plataforma que se consolidou como uma das principais facilitadoras de negócios digitais no Brasil, foi responsável pela geração de aproximadamente 389 mil postos de trabalho, um aumento de quase 30% em relação ao ano anterior**. Esse crescimento reafirma a capacidade do ecossistema digital de absorver e desenvolver talentos, além de proporcionar uma alternativa de renda viável e competitiva para produtores de conteúdo e empreendedores digitais.

A pesquisa realizada pela FGV Comunicação Rio destacou a transformação no perfil dos produtores que utilizam a Hotmart. **Em 2024, verificou-se uma crescente diversificação das fontes de receita e um uso mais estratégico de ferramentas tecnológicas, como Inteligência Artificial, que contribuem para a profissionalização do setor**. Além de aprimorar suas operações, muitos produtores passaram a adotar práticas empresariais mais estruturadas, registrando-se como pessoa jurídica, o que facilita parcerias e formaliza atividades.

Os dados levantados reforçam a necessidade de políticas públicas e dados setoriais específicos que possibilitem uma análise precisa e contínua do impacto da Creator Economy no Brasil. Um conjunto robusto de informações sobre negócios digitais não apenas beneficiaria a compreensão deste mercado, mas também permitiria comparações com outras economias e o desenvolvimento de diretrizes que incentivem a inclusão e o crescimento sustentável desse setor.

Em síntese, a Creator Economy, impulsionada pela Hotmart, tem se firmado como um importante motor econômico no Brasil, seja pela geração de empregos, seja pelo estímulo ao empreendedorismo e à inovação tecnológica. Este estudo se concentrou nas especificidades desse caso, apresentando dados que contribuem para uma visão detalhada do impacto da Hotmart no mercado digital brasileiro.

Referências

AUTOR, D., **Why Are There Still So Many Jobs? The History and Future of Workplace Automation**. Journal of Economic Perspectives, v. 29, n. 3, p. 3–30, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Estatísticas Pix**. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/estatisticaspix. Acesso em: 30 out. 2024.

JAGTAP, S., **Global Creator Economy Market Size**, 2023. Disponível em: https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/global-creator-economy-market. Acesso em: 28 out. 2024.

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

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)**. Brasília, 2022.

TIC Domicílios 2023. **Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 1. ed., São Paulo: Comitê Gestor da Internet do Brasil, 2023.

PERES, R.; SCHREIER, M.; SCHWEIDEL, D. A.; SORESCU, A. **The Creator Economy: An introduction and a call for scholarly research**. Working paper. Columbia Business School, 2023.

PINHEIRO, B. **O impacto socioeconômico dos negócios digitais da Creator Economy no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV ECMI, 2023. Disponível em: https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/613f93ad-85ef-464f-8ab2-77f9ece69377/content. Acesso em: 28 out. 2024.

WORLD POPULATION REVIEW. **Internet speeds by country**, 2024. Disponível em: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/internet-speeds-by-country.

YOUPIX; BRUNCH. **Creators e Negócios**, 2025. Disponível em: https://tag.youpix.com.br/creators-e-negocios-2024-download. Acesso em: 28 out. 2024.

FGV COMUNICAÇÃO RIO