

# DIRETRIZ ANBIMA DE COMPARAÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO EM PUBLICIDADE Nº [-], DE [●] de [●] de [●]

## CAPÍTULO I – OBJETIVO E ABRANGÊNCIA

**Art. 1º.** Esta diretriz tem por objetivo estabelecer regras e parâmetros para comparação de Produtos de Investimento em publicidade, nos termos do capítulo VIII do Código.

**Art. 2º.** Estão sujeitos a esta diretriz os Produtos de Investimento distribuídos pelas Instituições Participantes do Código, incluindo os Fundos de Investimento previstos no anexo I do Código.

**Parágrafo único.** Quando da comparação entre Fundos, ou entre Fundos e outros Produtos de Investimento no exercício da atividade de Distribuição, prevalece o disposto nesta diretriz, caso haja divergência entre as regras desta diretriz e as regras de publicidade previstas no Código de Administração de Recursos de Terceiros.

## CAPÍTULO II – REGRAS GERAIS

**Art. 3º.** Sem prejuízo dos princípios previstos no capítulo IV do Código de Distribuição, as Instituições Participantes, ao elaborar e divulgar a comparação entre os Produtos de Investimento devem:

- I. Fazer a comparação dos Produtos de Investimento buscando:
  - a. A objetividade na comparação, evitando que se estabeleça confusão entre os Produtos de Investimento comparados e instituições concorrentes;
  - b. Não denegrir a imagem do Produto de Investimento comparado e/ou a imagem das respectivas instituições;

- c. Não utilizar injustificadamente a imagem de outras instituições ou o prestígio de terceiros; e
  - d. Não divulgar comparações irrealistas, incoerentes ou desproporcionais entre os Produtos de Investimento de diferentes categorias e classificações.
- II. Utilizar a palavra "grátis" ou expressão de idêntico significado nas comparações entre os Produtos de Investimento somente se não houver nenhum custo com relação ao prometido.

**Art. 4º.** As Instituições Participantes ao comparar os Produtos de Investimento devem observar:

- I. Publicidade acessível ao público em geral: a comparação pode ser feita entre os Produtos de Investimento e entre os indicadores econômicos, desde que sejam de mesma natureza; e
- II. Publicidade for direcionada a um público específico: a comparação pode ser feita entre os Produtos de Investimento e entre os indicadores econômicos, desde que sejam de mesma natureza ou similares.

**§1º.** Entende-se por público em geral, para fins do caput, a publicidade acessível a qualquer pessoa de forma não direcionada, tais como as publicidades feitas em jornais, revistas, televisão, internet, entre outros.

**§2º.** Entende-se por público específico, para fins do caput, a publicidade direcionada a um cliente ou grupo de clientes previamente selecionado (s) pela Instituição Participante.

**§3º.** No caso de Fundos, quando a publicidade for direcionada ao público em geral, as Instituições Participantes podem comparar os Fundos entre si, desde que sejam de mesma classificação até o Nível 2, conforme previsto na Diretriz ANBIMA de Escala de Risco de

Fundos vinculada ao Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para Administração de Recursos de Terceiros, disponível no site da ANBIMA na internet.

**Art. 5º.** A comparação entre os Produtos de Investimento deve ser feita no Material Técnico, em formato de fácil entendimento, e deve conter, as seguintes informações:

- I. Data da comparação;
- II. Períodos comparados;
- III. Fontes das informações utilizadas;
- IV. Valores mínimos para aplicação e movimentação, quando aplicável; e
- V. Demais informações que representem uma diferença significativa entre os produtos comparados, incluindo, se aplicável, objetivos de investimento, custos, liquidez, risco, garantias, volatilidade e tributação.

**§1º.** Os períodos de comparação entre os Produtos de Investimento de que trata o inciso II do caput deverão ser idênticos e observar o prazo mínimo de doze meses ou seus múltiplos, exceto para aqueles com prazo de vencimento inferior.

**§2º.** Para os Fundos de Investimento constituídos a mais de seis meses aplica-se o disposto no parágrafo 1º acima, devendo sua divulgação ser realizada a partir da data de seu lançamento.

## **CAPÍTULO III – DISPOSIÇÕES FINAIS**

**Art. 6º.** Para fins desta diretriz, não são considerados comparativo de Produtos de Investimento as ferramentas digitais de busca e pesquisa utilizadas pelo investidor para comparação entre Produtos de Investimento.

**Art. 7º.** Esta diretriz entra em vigor em 2 de janeiro de 2019.