

MAIORIA DOS BRASILEIROS QUER INVESTIR, MAS DIZ QUE NÃO CONSEGUE POR FALTA DE DINHEIRO

Pesquisa que traça hábitos de poupança mostra que 8% das pessoas aplicaram em produtos financeiros no ano passado

No começo de 2018, 56% dos brasileiros declararam interesse em investir em produtos financeiros até o final do ano. No entanto, chegando em 2019, os números mostraram que a expectativa não correspondeu à realidade: apenas 25% da população conseguiu investir no período. Entre os que escolheram produtos financeiros, a parcela é ainda menor: 8%. Esse é um dos resultados da segunda edição da pesquisa Raio X do investidor brasileiro. O levantamento, feito anualmente com apoio do Datafolha, acompanha os hábitos, motivações e preocupações dos brasileiros quando o assunto é dinheiro.



Foto: Su Stathopoulos

ANA LEONI, superintendente de Educação e Informações Técnicas

QUE TIPO DE INVESTIMENTO AS PESSOAS FIZERAM EM 2018?

Bens duráveis
e imóveis



11% 11%

Aplicações
financeiras



8% 9%

Empreendimentos/
negócios



4% 4%

Estudo próprio/
dos filhos



1% 1%

Não fez
investimento



75% 75%

 População 2018

 População 2017

MOTIVOS PARA BRASILEIROS NÃO INVESTIREM EM 2019



Condições
financeiras



56%

Insegurança



9%

Não tem motivo/
desinteresse



6%

Por ter outros planos



5%

Não sabe



5%

"Apesquisa é parte dos nossos esforços para entender as razões da baixa poupança no Brasil. Estamos na segunda edição, mas a intenção é continuar repetindo essa pesquisa anualmente para que, com o passar do tempo, sejam geradas análises e tendências de comportamento aprofundadas, inclusive com indicadores sobre os hábitos de poupança dos brasileiros", explica Ana Leoni, nossa superintendente de Educação e Informações Técnicas

Entre aqueles que não investiram no ano passado e não pretendem fazê-lo em 2019, o principal motivo alegado foi a condição financeira (56%).

"A desculpa da falta de dinheiro é verdadeira e não deve ser desprezada. No entanto, é preciso se conscientizar que ganhar mais nem sempre resolverá o problema. Na maioria dos casos, as pessoas adotam padrões de vida a partir de sua renda e não de suas reais necessidades. Dessa forma, a conta nunca fechará, mesmo que eventualmente ganhem mais", afirma Ana.



PARA 2019, AUMENTOU O INTERESSE DAS PESSOAS DE INVESTIR

Ainda que as expectativas para 2018 não tenham sido cumpridas, para 2019 elas permanecem mais positivas: subiu de 56% para 64% o interesse daqueles que desejam investir. Esse número significa que, se a intenção se concretizar, cerca de 34 milhões de novos brasileiros entrarão no mercado financeiro. A pretensão está ligada ao otimismo em relação ao país, já que 74% da população acredita

que a economia estará melhor neste ano na comparação com o anterior.

"Nos últimos anos, a conscientização das pessoas pelo assunto 'dinheiro' tem aumentado. Deixou de ser uma temática que era um tabu e virou um papo de mesa de bar, o que é extremamente positivo", avalia Ana.

POUPANÇA FOI O PRODUTO PREFERIDO DOS BRASILEIROS

Entre os 8% que aplicaram em produtos financeiros em 2018, a poupança manteve a liderança: 88% guardaram dinheiro na caderneta. A aplicação é democrática: tem aderência entre pessoas de 25 e 59 anos. "O mercado tem o grande desafio de ajudar as pessoas a alocarem melhor seu dinheiro. A poupança pode ser uma porta de entrada para o mundo dos investimentos, mas não deve ser o único produto a ser considerado. Neste universo, há pessoas com diferentes perfis e objetivos e é preciso falar mais sobre como os demais investimentos disponíveis também precisam ser levados em conta", opina Ana.

Com larga distância, o segundo investimento mais utilizado é a previdência privada, com 6%. Em terceiro lugar, estão os títulos privados, como debêntures, CDBs (Certificados de Depósitos Bancários), LCIs (Letras de Crédito Imobiliário), LCAs (Letras de Crédito do Agronegócio), entre outros.



BRASILEIROS QUEREM LIQUIDEZ, MAS MANTÊM APLICAÇÕES POR QUASE DEZ ANOS

A pesquisa trouxe um importante achado: 77% das pessoas levam em consideração a liquidez de uma aplicação financeira – possibilidade de resgatar o valor a qualquer hora – ao investirem. No entanto, a maioria permanece com o dinheiro aplicado por, em média, nove anos.

A aplicação que fica "parada" por mais tempo é a poupança, justamente um produto com possibilidade de resgate imediato. Os clientes mantêm os recursos na caderneta por, em média, 11 anos: 20% deles já estão com o dinheiro por lá há mais de 19 anos e 21% entre cinco e 10 anos.

"Os brasileiros privilegiam a liquidez, mas nem mesmo se beneficiam dela. É como se pagassem por canais de TV a cabo e só assistissem os da TV aberta. É importante ajudar as pessoas a

entenderem os benefícios de cada tipo de investimento porque, às vezes, elas decidem por aquilo que não é adequado para suas reais necessidades", afirma Ana.

Nos planos de previdência privada, criados com objetivos de longo prazo, o tempo de investimento é menor: o período médio é de sete anos, sendo que mais da metade (58%) dos investidores tem o produto por menos de cinco anos.

Também é de sete anos o prazo médio das aplicações em títulos privados. Os fundos de investimento e as ações são mantidos por seis anos, em média. Já os títulos públicos são utilizados por períodos mais curtos: três anos, em média.

TEMPO QUE OS BRASILEIROS INVESTEM EM CADA PRODUTO

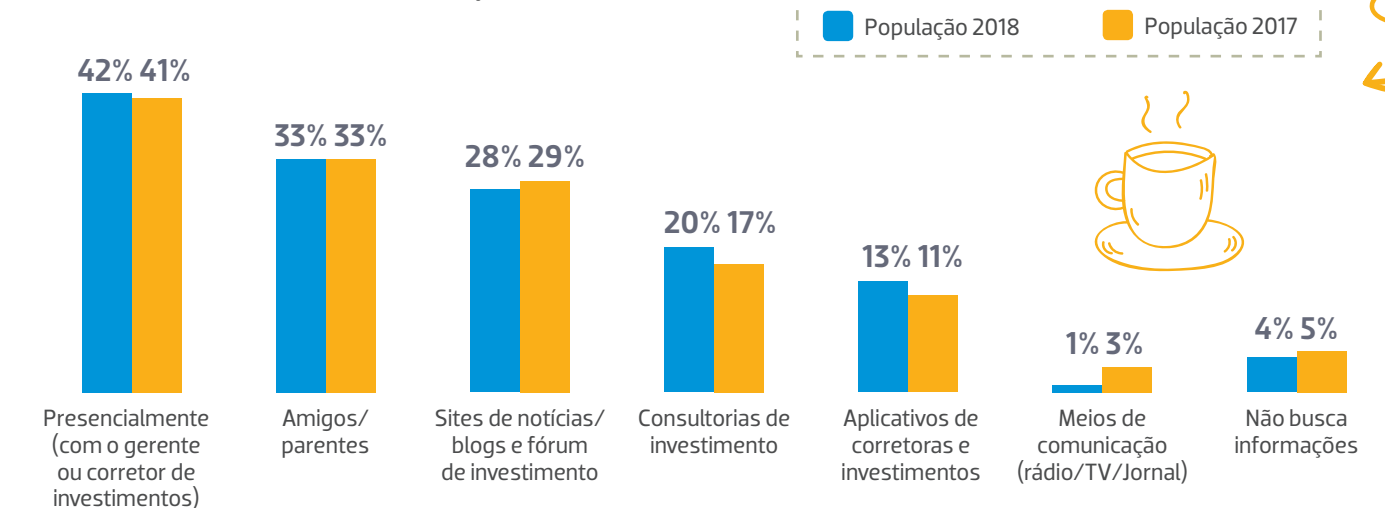


PROFISSIONAL DO MERCADO: A ESTRELA DO MUNDO DOS INVESTIMENTOS

A percepção encontrada na pesquisa anterior se repetiu nessa edição: a importância que os brasileiros dão à figura do profissional do mercado. Mesmo diante de uma grande transformação digital, ele permanece como peça central tanto para coleta de informações

como na hora de aplicar. É a primeira opção para 42% das pessoas quando querem saber sobre investimentos. Na sequência, aparecem a ajuda de amigos, com 33%, e os sites de notícias, com 28%.

ONDE OS INVESTIDORES BUSCAM INFORMAÇÕES?



COMO AS PESSOAS APLICAM EM PRODUTOS FINANCEIROS?

O panorama não muda quando decidem investir: 70% preferem ir presencialmente até o banco para fazê-lo. O aplicativo e o site da instituição financeira aparecem em segundo e terceiro lugares, com 29% e 14%, respectivamente.

"A digitalização do mercado financeiro continua sendo importante para a democratização do acesso aos produtos, no entanto, o contato presencial ainda tem força e papel essencial no processo de investir. Isso reforça a importância de envolver ativamente esse profissional nas estratégias das instituições como multiplicador de informação", opina Ana.



QUEM PARTICIPOU DA PESQUISA?

Foram entrevistadas 3.452 pessoas em 152 municípios de todo o Brasil, que representam cerca de 95 milhões de habitantes. Foram ouvidos moradores de norte a sul do país, englobando desde pequenas cidades com 8 mil habitantes até a maior metrópole do Brasil, com 12 milhões de habitantes. As entrevistas aconteceram entre os dias 5 e 14 de novembro de 2018, com pessoas com mais de 16 anos, das classes A, B e C, economicamente ativas, que vivem de renda ou aposentadas.

GOSTOU DA PESQUISA? VEJA MAIS!

Confira o relatório completo e todos os dados em página especial:

bit.ly/2UA06AS

"QUEREMOS ESTAR CADA VEZ MAIS PRÓXIMOS DOS ASSOCIADOS"

José Carlos Doherty, nosso superintendente-geral, apresenta os dois novos canais de comunicação com esse público: o WhatsApp e o Workplace



// A expectativa é que não falte informação de qualidade e de interesse aos associados //

José Carlos Doherty, superintendente-geral

Neste primeiro semestre, os associados passarão a contar com dois novos canais de comunicação com a ANBIMA: o WhatsApp e o Workplace. O primeiro é conhecido por quase todo mundo que tem um smartphone, enquanto o segundo é exclusivo do público corporativo. Trata-se do aplicativo do Facebook que funciona de forma muito similar à rede social, permitindo a publicação de posts, a criação de lives e de enquetes, além de grupos de debate online. O WhatsApp foi lançado no mês de abril e o Workplace chegará a todos em junho.

"Queremos estar cada vez mais próximos dos associados e as soluções tecnológicas permitem que isso seja feito de forma ágil e prática", conta José Carlos Doherty, nosso superintendente-geral. No bate-papo abaixo, ele fala sobre as razões para o lançamento das ferramentas e o objetivo de cada uma delas.

QUAIS FORAM AS MOTIVAÇÕES PARA O LANÇAMENTO DE NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO?

O mundo está cada vez mais dinâmico com comunicações ágeis e conexões em tempo real feitas com apenas um clique. É raro encontrar alguém hoje em dia sem um celular na mão. Dado esse cenário, identificamos no WhatsApp e no Workplace uma forma de acompanharmos essa tendência na hora de nos comunicarmos com os associados. São ferramentas modernas e complementares aos outros canais que já temos. Além disso, as novidades vão ao encontro de uma demanda antiga dos associados de ter mais acesso às discussões e temas abordados nas reuniões

da Associação. Por mais que sejamos uma entidade próxima e com canal sempre aberto, queremos estar cada vez mais próximos dos associados e as soluções tecnológicas permitem que isso seja feito de forma ágil e prática.

// O mundo está cada vez mais dinâmico com comunicações ágeis e conexões em tempo real. Identificamos no WhatsApp e no Workplace uma forma de acompanharmos essa tendência //

QUAL É O OBJETIVO DO WHATSAPP?

Utilizamos o WhatsApp para fazer uma comunicação mais tempestiva, com alertas sobre novos dados disponíveis, lançamento de eventos, divulgação de audiências públicas dos órgãos reguladores, entre outros. São informações curtas e rápidas sobre temas relevantes. Não são apenas sobre a ANBIMA, mas relacionadas ao mercado de forma geral. Os associados poderão escolher sobre quais assuntos querem ser informados: gestão de fundos mútuos; gestão de fundos estruturados; estruturação de ofertas; negociação; serviços fiduciários; e distribuição. Além disso, serão comunicados sobre temas institucionais da ANBIMA.

POR QUE ESSES SEIS ASSUNTOS FORAM SELECIONADOS?

Foi uma maneira de dividir as grandes atividades que temos no mercado em vez de focar nos produtos – um movimento que já aconteceu na autorregulação, que mudou o olhar dos produtos para as atividades. Com essa divisão, conseguimos oferecer informações direcionadas ao público que se interessa por cada tema.

QUAL SERÁ O FOCO DO WORKPLACE?

Ao contrário do WhatsApp, que privilegiará uma comunicação rápida, o Workplace será um ambiente para informações consolidadas, publicação de documentos para discussão e dados exclusivos. Por exemplo, por lá podem ser discutidos os pleitos em andamento, o que fortalecerá a nossa representação dos interesses dos associados – agora evoluindo também para o mundo digital. Será um espaço para uma comunicação mais qualificada com o recebimento de sugestões e constante troca de ideias.

AS PESSOAS PODERÃO CONVERSAR ENTRE SI NESSAS FERRAMENTAS?

No Whatsapp, a interação será feita individualmente entre a ANBIMA e associado e vice-versa, associado com a ANBIMA. Seremos como um contato normal no celular, que pode ser acionado para qualquer demanda ou dúvida. No Workplace, a dinâmica será diferente. Teremos grupos sobre diversos assuntos e as pessoas poderão interagir entre si ou com a ANBIMA, como acontece no Facebook normalmente: por meio de comentários, curtidas, via messenger, entre outros.

QUEM SERÁ CONVIDADO PARA ESSES CANAIS?

Todas as instituições associadas. Quem já participa dos nossos organismos e aqueles que estão na "fila" esperando uma vaga para algum comitê ou subcomitê serão convidados. O contato com as demais instituições será feito por meio do representante ANBIMA, que é o ponto focal da empresa com a Associação. Ele será responsável por indicar os profissionais que devem participar dos canais.

// No WhatsApp, os associados poderão escolher os assuntos sobre os quais querem ser informados //

QUAL É A EXPECTATIVA DA ANBIMA COM O LANÇAMENTO DESTES CANAIS?

Que não falte informação de qualidade e de interesse aos associados. O intuito é que essas novas formas de interação enriqueçam ainda mais as discussões do mercado com a contribuição de diferentes olhares e percepções, além de trazerem mais transparência aos "donos" da associação.



WhatsApp

Objetivos

- Informações tempestivas
- Comunicados rápidos
- Highlights de temas relevantes

Exemplos

- Alertas sobre novos dados disponíveis
- Anúncio de estudos
- Avisos de mudanças na regulação
- Eventos
- Highlights sobre audiências públicas
- Divulgação de agenda de reuniões relevantes com reguladores e governo



Workplace

Objetivos

- Informações consolidadas
- Documentos para discussão
- Dados exclusivos
- Acompanhamento de temas

Exemplos

- Atas das reuniões
- Discussão de audiências públicas
- Pautas das reuniões
- Pleitos em andamento
- Transmissão de eventos e reuniões

COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO DE RECURSOS DE TERCEIROS ORIENTARÁ MERCADO SOBRE AS NOVAS REGRAS

Pedro Rudge, presidente do grupo, fala sobre as prioridades para 2019

A autorregulação passou por uma grande mudança no último ano com o lançamento do Código de Administração de Recursos de Terceiros. O novo foco das regras, que passou a ser as atividades e não mais os produtos, impõe às instituições o desafio de entender as novidades e adaptar seus processos. Para auxiliar nessa transição, a Comissão de Autorregulação de Administração de Recursos de Terceiros intensificará seu caráter educativo.

"Estamos oferecendo total apoio ao mercado nesse período de transição, para garantir que as instituições compreenderam as mudanças e tenham ajustado sua dinâmica de trabalho às novas normas antes de aplicar qualquer penalidade", comenta Pedro Rudge, nosso diretor e presidente da comissão. O grupo acompanha as empresas de administração e gestão de recursos

de perto, realizando análises técnicas para verificar o cumprimento à autorregulação.

Resultado da união de outras duas comissões, a de Fundos e a de Gestão de Patrimônio (assim como se deu com os códigos), o grupo é formado por 16 membros. "Há representantes de compliance, de risco, de gestão de patrimônio, de administração fiduciária, de produtos estruturados. O intuito foi garantir a pluralidade nas análises e nas decisões", diz Rudge. Ele conta que, do ponto de vista da equipe interna, as atividades não mudaram, mas sim as temáticas trabalhadas nas supervisões.

Em entrevista ao Informativo ANBIMA, ele explica a dinâmica de trabalho para 2019 e os temas que serão tratados como prioridade este ano.

Estamos oferecendo total apoio ao mercado nesse período de transição, para garantir que as instituições compreenderam as mudanças e tenham ajustado sua dinâmica de trabalho às novas normas antes de aplicar qualquer penalidade

PEDRO RUDGE, nosso diretor e presidente da Comissão de Administração de Recursos de Terceiros

COMO ESTÁ A ADAPTAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES ÀS NOVAS REGRAS?

Existe uma curva natural de aprendizado nesse processo e é por isso que reforçaremos, ainda mais, o caráter educativo da supervisão de mercados. Queremos assegurar que as instituições compreenderam e estão implementando as mudanças, oferecendo todo auxílio que for necessário para que elas se adequem ao novo código.

Como o perfil das instituições aderentes é bastante amplo, com assets grandes, pequenas, bancos e corretoras, é preciso ter um entendimento claro da vida prática dessas empresas e como elas vão se relacionar com as regras. Essa fase de adaptação deve levar entre 6 e 12 meses. Começamos a ter interações com as empresas para entender em que estágio elas estão em relação às regras e incentivar uma aproximação entre o mercado e a supervisão. ➤

Um exemplo é a atualização das políticas e manuais das empresas. O novo código deixa clara a necessidade de transparência e de maior formalização de processos. Para isso, há um espaço no SSM (Sistema de Supervisão de Mercados) em que as instituições estão disponibilizando seus documentos, como política de contratação de serviços, de aquisição e monitoramento de crédito privado etc. Assim, poderemos, quando necessário, conferir o conteúdo e indicar as alterações para adequá-lo ao código de forma educativa, evitando que a instituição cometa falhas por falta de conhecimento.

As penalidades só serão aplicadas após essa adaptação. É claro que, se algum descumprimento grave for identificado, ele será alvo de um PAI (Procedimento para Apuração de Irregularidades), mas a adaptação às novas normas é um processo que precisa de ajustes e que será feito de forma paulatina.

APESAR DE OLHAR PARA TODAS AS ATIVIDADES, A COMISSÃO DEFINE ASSUNTOS QUE SERÃO OS FOCOS DAS ANÁLISES DE SUPERVISÃO. QUAIS SERÃO OS DESTES ANOS?

Dois temas estavam no radar anteriormente e se manterão em foco em 2019: a aquisição de crédito privado e os fundos com grande presença de investidores institucionais. Diversos julgamentos ocorridos em 2018 envolviam penalidades relacionadas a esses dois temas, o que mostra que são assuntos sensíveis.

É preciso verificar se os créditos adquiridos pelos gestores estão de acordo com as regras e limites especificados na política do fundo e também aos procedimentos estabelecidos pela própria instituição. Casos de ativos sem monitoramento, com análises insuficientes ou permeados por conflitos de interesses se repetiram no último ano,

principalmente em fundos que tinham RPPSs (Regimes Próprios de Previdência Social) como cotistas. Sabemos que casos isolados não representam a grande maioria dos participantes, por isso não queremos que essas histórias se repitam.

Também é importante deixar margem no planejamento para um certo dinamismo nas análises. Por mais que haja uma relação de temas prioritários, ao longo do ano podem surgir assuntos extraordinários que exigirão cuidados da supervisão.

VOCÊ JÁ PARTICIPAVA DOS FÓRUMS DE REPRESENTAÇÃO COMO MEMBRO DO COMITÊ DE FUNDOS DE AÇÕES. AGORA, PASSA PARA A SUPERVISÃO, ACOMPANHANDO O CUMPRIMENTO DESSAS NORMAS. O QUE MUDA?

É uma grande oportunidade colocar o chapéu de autorregulador. Participei da criação das regras – integro o Comitê de Fundos de Ações desde 2017 – e agora estou podendo entender melhor a ótica da equipe da supervisão, percebendo os limites e as necessidades que as instituições têm para atender às normas.

Dentro da comissão, um dos meus cuidados será que as regras garantam as melhores práticas para o mercado, mas não interfiram de modo preponderante na liberdade das instituições. Trabalhamos para a construção de um mercado ético e responsável, que pensa e se preocupa com o cliente. Isso dá espaço para os participantes terem liberdade para inovar e experimentar coisas novas, contribuindo para o fortalecimento do setor como um todo. É um desafio constante encontrar um equilíbrio nas normas para se ter ferramentas eficazes para punir, mas que, ao mesmo tempo, não tornem os processos burocráticos ou formalistas ao extremo.

CONHEÇA TODOS OS INTEGRANTES DA COMISSÃO



Pedro Rudge (presidente) – Leblon Equities



Ricardo Mizukawa (vice-presidente) – Bradesco Asset

Alessandro Cruzolini – Caixa

Eduardo Penido – Opportunity Asset

Fabício Romanha de Oliveira – BNP Paribas

Gustavo Pimentel – XP

Helder Soares – Claritas

José Alexandre de Freitas – Oliveira Trust

João Vagnes de Moura – BB DTVM

Lizandro Sommer Arnoni – BNY Mellon

Mario Okazuka Junior – Votorantim Asset

Ricardo Fuscaldi Baptista – Santander Asset

Richard Ziliotto – Taler

Roberto Vaimberg – JGP

Thiago Fernandes de Castro – TAG Investimentos



ASSOCIADOS PODEM VOTAR NA ASSEMBLEIA GERAL ATÉ DIA 29 DE ABRIL

Representantes ANBIMA receberam link de acesso ao sistema online

A Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária acontecerá no dia 29 de abril. O objetivo é aprovar as contas e demonstrações financeiras de 2018 e alterar o estatuto social da ANBIMA para incluir nosso novo endereço no Rio de Janeiro. Também é preciso ratificar as alterações feitas nos códigos de Administração de Recursos de Terceiros; Certificação; Distribuição de Produtos de

Investimentos; Processos; e Ofertas Públicas.

O sistema está aberto para votação desde o dia 15. Os representantes das instituições associadas receberam login e senha de acesso. Para participar, basta acessar o link enviado e responder se concorda ou não com cada uma das informações listadas.

MUDANÇAS NOS CÓDIGOS

- Os códigos de Administração de Recursos de Terceiros e de Distribuição de Produtos de Investimento tiveram ajustes pontuais para dar mais clareza às regras. Além disso, no Código de Administração foram retiradas as exigências relacionadas ao formulário de referência, uma vez que a CVM revogou essas normas.
- O Código de Certificação incluiu a figura do gestor de patrimônio – que estava no Código de Administração de Recursos de Terceiros – entre os profissionais com atividades elegíveis para obter a certificação.
- O Código de Processos foi alterado para contemplar as alterações realizadas nos demais códigos, especificamente os artigos referente aos organismos de supervisão e penalidades.
- O Código de Ofertas Públicas acrescentou normas para as debêntures com esforços restritos (emitidas pela Instrução CVM 476) na autorregulação e criou o sumário de debêntures. O documento especifica todas as informações que devem conter na emissão, como características da operação, valores mobiliários, destinação de recursos, entre outros.



ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA E EXTRAORDINÁRIA



QUANDO?

Até dia 29 de abril de 2019



QUEM DEVE VOTAR?

Representante de cada instituição associada à ANBIMA



COMO VOTAR?

Pelo sistema online. O link de acesso foi enviado ao representante por e-mail



Publicação mensal com as principais notícias institucionais da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais

www.anbima.com.br

Redação: Flávia Nosralla e Paula Diniz

Edição: Marineide Marques

Projeto gráfico: Atelier Carta Comunicação e Projetos Especiais

Rio de Janeiro: Praia de Botafogo, 501, bloco II, conj. 704 – CEP: 22250-042 – Tel: + 21 2104 9300

São Paulo: Av. das Nações Unidas, 8501 – 21º andar – CEP 05425-070 – Tel: + 11 3471 4200

Presidente: Carlos Ambrósio

Vice-Presidentes: Carlos André, Carlos Constantini, José Eduardo Laloni, Luiz Sorge, Miguel Ferreira, Pedro Lorenzini, Ricardo Almeida e Sérgio Cutolo

Diretores: Adriano Koelle, Fernando Rabello, Jan Karsten, Julio Capua, Luciane Ribeiro, Luiz Chrysostomo, Luiz Fernando Figueiredo, Lywal Salles Filho, Pedro Juliano, Pedro Rudge, Reinaldo Lacerda, Saša Markus e Teodoro Lima

Conselho de Ética: Valdecyr Gomes (presidente) e Luiz Maia (vice-presidente)

Comitê Executivo: José Carlos Doherty, Ana Claudia Leoni, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet, Patrícia Herculanio, Eliana Marino, Lina Yajima, Marcelo Billi, Soraya Alves e Thiago Baptista

