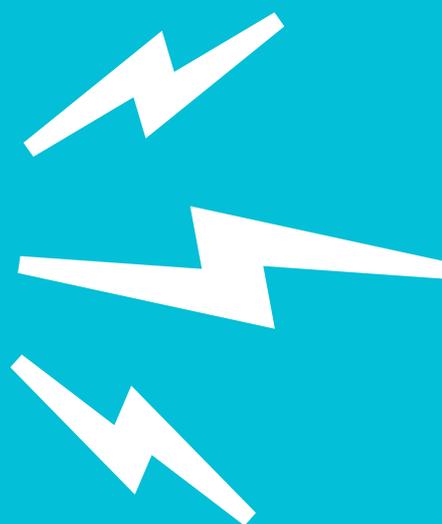
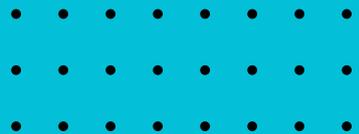
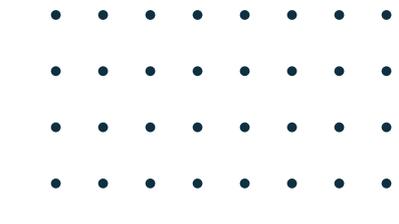




INFORMAÇÕES ÚTEIS PARA ANÚNCIOS DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

Orientações sobre as regras
para materiais de divulgação



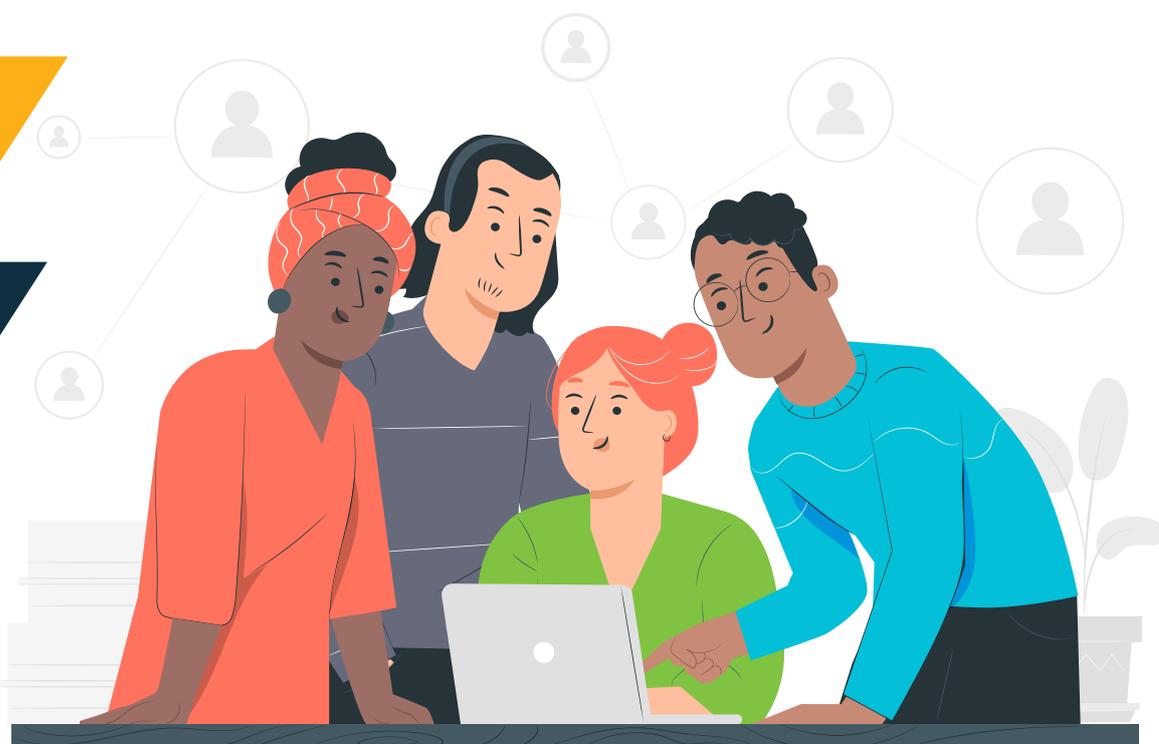


APRESENTAÇÃO

Olá!

Como você sabe, a ANBIMA tem uma série de regras que devem ser seguidas pelas instituições que seguem os nossos códigos de autorregulação.

Por isso, **quando a sua instituição divulgar anúncios sobre produtos de investimento, é importante se ligar nas dicas deste material.** Vem com a gente para entender as regras. É mais simples do que você pensa!



PRIMEIROS PASSOS

Para começar, vamos diferenciar as informações que precisam ser transmitidas ao cliente

O **material publicitário**, um conteúdo simples, direto, que chame a atenção do cliente para um produto específico ou atividade e tenha obrigatoriamente um link ou caminho para... →

Produto de investimento 1#2#3

Saiba mais:
www.1#2#3.com.br



O **material técnico**, que apresenta mais informações sobre as características desse produto.

<http://www.1#2#3.com.br>

Produto de investimento 1#2#3

- Descrição do objetivo e/ou da estratégia
- Público-alvo, quando destinado a investidores específicos
- Carência para resgate e prazo de operação
- Tributação aplicável
- Informações sobre os canais de atendimento
- Nome do emissor, quando aplicável
- Classificação de risco do produto
- Descrição resumida dos principais fatores de risco, incluindo, no mínimo, os riscos de liquidez, de mercado e de crédito, quando aplicável

Avisos obrigatórios

Veja a seção de avisos obrigatórios dos [códigos de Distribuição](#) e de [Administração de Recursos de Terceiros](#).



Se você estiver divulgando seu produto nas redes sociais, o link para o material técnico pode estar tanto na imagem (se for clicável) quanto na legenda.

INFORMAÇÕES SOBRE RENTABILIDADE

Você pode mostrar a rentabilidade do seu produto no material publicitário. Mas se liga: existem regras diferentes para produtos em geral e para fundos de investimento.

Produtos em geral

Para mostrar a rentabilidade desses produtos, você **precisa** destacar o nome do emissor e a carência, se houver, no material publicitário. O técnico deve seguir as regrinhas que falamos na página 1.

Material publicitário

- ▶ Nome do produto
- ▶ Link para material técnico
- ▶ Rentabilidade
- ▶ Nome do emissor
- ▶ Prazo para resgate (se houver)

Fundos de investimento

Para falar da rentabilidade dos fundos, as exigências são outras. Pega a visão!

O material publicitário precisa:

- ▶ Nome do fundo
- ▶ Link para o material técnico

O material técnico precisa, neste tipo de publicidade, seguir conforme ilustração na próxima página.

Ao divulgar a rentabilidade dos fundos, independentemente se é informada no material publicitário ou no material técnico, ela deve ser acompanhada das seguintes informações:

- ▶ Informar alguns períodos mínimos, como:
 - mês anterior
 - todos os meses do ano vigente de forma individual (mês a mês) ou com o seu valor acumulado (acumulado do ano)
 - períodos de 12 meses contados até o mês anterior
 - mencionar o valor do patrimônio líquido médio mensal do fundo nos últimos 12 meses.
 - incluir a **comparação com metas ou parâmetros de performance** que estejam descritos no regulamento.

Essas informações precisam **estar juntas do material que divulga a rentabilidade e ter o mesmo destaque**. Combinado?

→ Veja na prática os exemplos na próxima página

Material publicitário

- ✓ Nome do fundo
- ✓ Link para material técnico

Material técnico

Fundos de Investimento 1#2#3

- ✓ Descrição da classificação ANBIMA
- ✓ Descrição do objetivo e/ou da estratégia
- ✓ Público-alvo, quando destinado a investidores específicos
- ✓ Carência para resgate e prazo de operação
- ✓ Tributação aplicável
- ✓ Informações sobre os canais de atendimento

Histórico de rentabilidade

	12 meses	24 meses	36 meses	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Acumulado
Rentab. ano XX	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%
CDI ano XX	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%	X%

Avisos obrigatórios

Veja a seção de avisos obrigatórios dos [códigos de Distribuição](#) e de [Administração de Recursos de Terceiros](#).

Responsabilidades de cada um

No caso dos fundos, as atribuições pelos conteúdos são divididas entre:

- o gestor, que é responsável pelos materiais que elabora, independentemente de quem está divulgando;
- o distribuidor, que cuida dos materiais que divulga, independentemente de quem elaborou.



Se seu anúncio for divulgado na mídia impressa e/ou em posts nas redes sociais, fique atento para que todo o conteúdo não desapareça, fique à disposição dos interessados e seja escrito de forma clara, com todas as informações importantes. Nada de rodapé de contrato!

5 DICAS IMPORTANTES!

1

Como tudo hoje em dia, o seu anúncio precisa ser **direto e objetivo**. Lembre-se de que ninguém mais lê textão... E não deixe seu cliente confuso enchendo o anúncio de adjetivos e informações subjetivas. Você não quer só um cliente. Quer também que ele fique satisfeito, não é?

2

Se tem informações que vão se repetir nos anúncios, cuide para que elas estejam sempre no mesmo lugar e apresentadas da mesma forma, alterando só o conteúdo com a informação mais recente que você tiver. Isso facilita o entendimento do cliente.

3

Nada de dar mais importância a determinado período do que a outro, nem apresentar informação desatualizada! Isso é tiro no pé, sabia? Confunde o cliente e diminui a transparência do seu material.

4

Outro ponto importante: todo anúncio tem que ser pensado especialmente para o público que se quer atingir. Avalie bem se seu anúncio está falando com quem você quer se comunicar, se está claro, informativo e preciso. **Distorcer informações ou omitir dados relevantes** para o processo de decisão não está no nosso acordo. Combinado?

5

Anúncios divulgados em rádio, TV ou em vídeos nas redes sociais devem seguir as mesmas orientações. Precisão, objetividade, transparência, dados atualizados, linguagem e estética direcionadas ao público... Essas recomendações são universais, não importa onde o anúncio será veiculado.



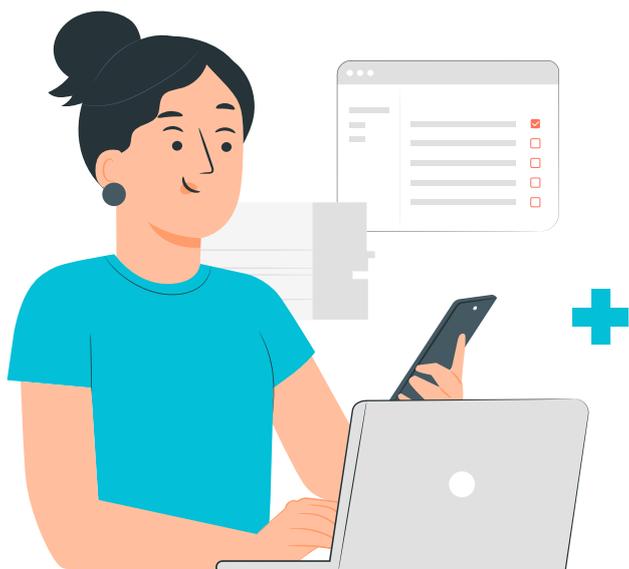
USO DOS SELOS

E não se esqueça de usar os selos ANBIMA nos materiais publicitários, vinculando eles diretamente ao material, ou incluir link ou caminho de sua página na internet onde estejam os selos obrigatórios para a sua atividade.

Variações do selo



Sempre, na elaboração do material publicitário, utilizar a **versão mais recente do selo**, seguindo o que está nas [Regras e Procedimentos para Uso dos Selos ANBIMA](#) e nos manuais ANBIMA de aplicação da marca e de identidade. Os selos podem ser baixados diretamente pelo [SSM \(Sistema de Supervisão de Mercados\)](#).



EM RESUMO

Apresentamos os principais pontos da autorregulação de publicidade de produtos de investimento. **Mas, sempre confira os [códigos de Distribuição](#) e [Administração de Recursos de Terceiros](#) para saber certinho como apresentar informações, qualificações, comparações ou simulações dos seus produtos.** Tem muito mais coisa pra ver.



Por último, lembre-se de que tudo isso se refere **apenas às regras da ANBIMA**. Pode ser que o anúncio do seu produto específico tenha que seguir também exigências da regulação da CVM, como é o caso dos anúncios de ofertas públicas.

Caso tenha alguma dúvida, contate a gente pelo Fale com a Supervisão, diretamente no SSM, ou pelo e-mail nucleodeacoespreventivas@anbima.com.br


ANBIMA
www.anbima.com.br