

Jornada de **investimentos** em fundos



Índice

- 1 Introdução
- 2 Metodologia
- 3 Percepções dos brasileiros sobre investimentos
- 4 Como os brasileiros veem os principais produtos financeiros
- 5 Cadê os fundos?
- 6 O que joga contra e o que joga a favor
- 7 Por trás das principais descobertas
- 8 Os desafios para conquistar os investidores



Introdução

Para entender como é a relação do brasileiro com fundos de investimento, realizamos a pesquisa Jornada do Investimento em Fundos, em parceria com a consultoria estratégica Na Rua. Os pesquisadores foram a pontos de comércio popular, centros comerciais, praias, restaurantes e terminais de ônibus no Recife e em São Paulo para identificar os conhecimentos sobre fundos e as dificuldades de investidores reais e potenciais. Eles investigaram como as pessoas entendem o produto, quais informações têm acesso e como escolhem suas aplicações.

Várias constatações foram identificadas. Uma delas é de que o conhecimento sobre fundos, de uma forma geral, é raso e os brasileiros acham que é preciso muito dinheiro para investir. Não à toa a poupança aparece como o primeiro produto que vem à mente quando o assunto é investimento. Esse comportamento reflete incertezas, os contrastes nacionais e, principalmente, o desconhecimento financeiro da população.

Esses resultados foram levados a especialistas em finanças que nos ajudaram a pensar em soluções para esses entraves. Elas foram validadas pelos próprios entrevistados, dando, assim, solidez às propostas.

Nas próximas páginas detalhamos esses achados e elencamos os principais desafios nessa jornada para disseminar o conhecimento dos fundos, que não é trivial e requer uma força-tarefa dos players da indústria de investimento.



Metodologia

A metodologia desta pesquisa visou fechar um ciclo completo: ouviu os conhecimentos e as dificuldades de investidores potenciais e reais para investir, escutou especialistas em finanças, levantou ideias e soluções para os problemas e voltou aos entrevistados para validá-las. Esse processo deu solidez às propostas, já que elas foram pensadas por experts a partir das questões levantadas durante as interações com investidores reais e potenciais.

Ao todo, a pesquisa contou com cinco etapas:

- 1** Pesquisa na rua
- 2** Vivências etnográficas
- 3** Especialistas
- 4** Co-working ANBIMA
- 5** Validação com público-alvo



1 Pesquisa na rua

Abordagens com pessoas nas ruas de comércio popular, centros comerciais, praias, restaurantes, parques, terminais de ônibus de São Paulo (SP) e Recife (PE).

Foram realizadas 100 entrevistas na capital paulista e 50 na pernambucana. A intenção foi escutar indivíduos de diferentes perfis sociais – a diversidade foi uma preocupação, uma vez que se buscava compreender o comportamento de uma população variada. O primeiro passo dos entrevistadores foi entender se a pessoa conseguia chegar ao fim do mês com um saldo positivo em conta.

Aqueles que passassem por esse filtro e que tinham algum potencial para investir (ainda que pequeno), eram incentivados a falar a respeito das suas percepções sobre o que é investimento. A conversa era afunilada até chegar ao tema de interesse: os fundos de investimento.

Essa etapa – que durou quase um mês e contou com 150 participantes – foi importante para a compreensão de questões amplas.



1 Pesquisa na rua **Abordagem na rua: passo a passo**

Para compreender a percepção das pessoas sobre investimentos e o conhecimento sobre o assunto, elas foram abordadas e convidadas a fazer um exercício por meio de fichas e um tabuleiro. Nele, mostravam como distribuía o dinheiro que sobrava no fim do mês.

Por meio de peças soltas em uma placa metálica, os entrevistados apontaram como usavam as economias do mês, colocando as peças ou fichas em círculos com as seguintes inscrições:

guardo em casa

investimentos em animais

investimentos nos filhos

investimento no próprio negócio

investimento em imóveis

investimento em instituição financeira

Quando a opção escolhida era a instituição financeira, procuramos entender quais eram as figuras envolvidas nesse processo. As opções eram:

corretor

gerente do banco

sozinho pela internet

influenciadores

indicação de amigos

Então, o entrevistado podia colocar as fichas em cima de círculos com várias opções de produtos financeiros, indicando em quais aplicava o seu dinheiro:

LCA (Letras de Crédito do Agronegócio)

LCI (Letras de Crédito Imobiliário)

Imóveis

Poupança

Ações

Bitcoin

Fundos de investimentos

Tesouro direto

Financiamento de imóvel

Previdência privada

Títulos de capitalização

CDB (Certificado de Depósito Bancário)

1 Pesquisa na rua Abordagem na rua: passo a passo

A maioria não mencionou espontaneamente os fundos de investimento. Quando esses não eram marcados com a ficha, os entrevistadores estimulavam que o entrevistado posicionasse suas peças indicando as seguintes opções:

sei o que é / não sei o que é

sei investir sozinho / preciso de indicação

sei como comprar / não sei como comprar

Para finalizar

Com a carteira de investimentos montada na placa, os participantes definiam quais eram as motivações (ou os sonhos) relacionados a cada um de seus produtos financeiros.

Entender os fatores emocionais por trás das diferentes aplicações foi um passo importante para compreender como percebem cada uma dessas opções e qual lente usam para enxergar os diversos tipos de investimentos.

2 Vivências etnográficas

Na primeira etapa, foram ouvidos entrevistados em diferentes estágios de vida e com posições bem demarcadas com relação a investimentos.

A partir daí, foram escolhidas 15 pessoas representativas, que formavam um leque amplo na jornada de investimentos: havia desde aqueles que mal usavam a poupança para guardar as economias e mantinham o dinheiro na conta-corrente, até investidores frequentes, que aplicavam com autonomia. Todas representavam padrões de comportamento importantes para o estudo.

Foram dez selecionados em São Paulo e cinco no Recife. Visitamos essas pessoas em suas casas e em seus locais de trabalho, onde foi possível entender a rotina, o ambiente familiar e a atividade profissional de cada um. O objetivo era compreender o caminho percorrido pelos entrevistados na hora de investir e investigar o olhar das pessoas sobre os fundos.



3 Especialistas

Ao fim das fases 1 e 2, seis especialistas do mercado de capitais analisaram os resultados para compreender questões essenciais sobre o comportamento dos brasileiros, as oportunidades do mercado e as iniciativas de outros setores que poderiam inspirar ações da ANBIMA.



4 Co-working ANBIMA

Os aprendizados trazidos nas etapas anteriores foram discutidos em grupo formado por especialistas em educação financeira e membros da equipe interna da ANBIMA.

Nessas reuniões, surgiram ideias de como resolver os problemas levantados pelos entrevistados. As melhores soluções se transformaram em propostas de ações alinhadas com as estratégias da Associação.

5 Validação com público-alvo

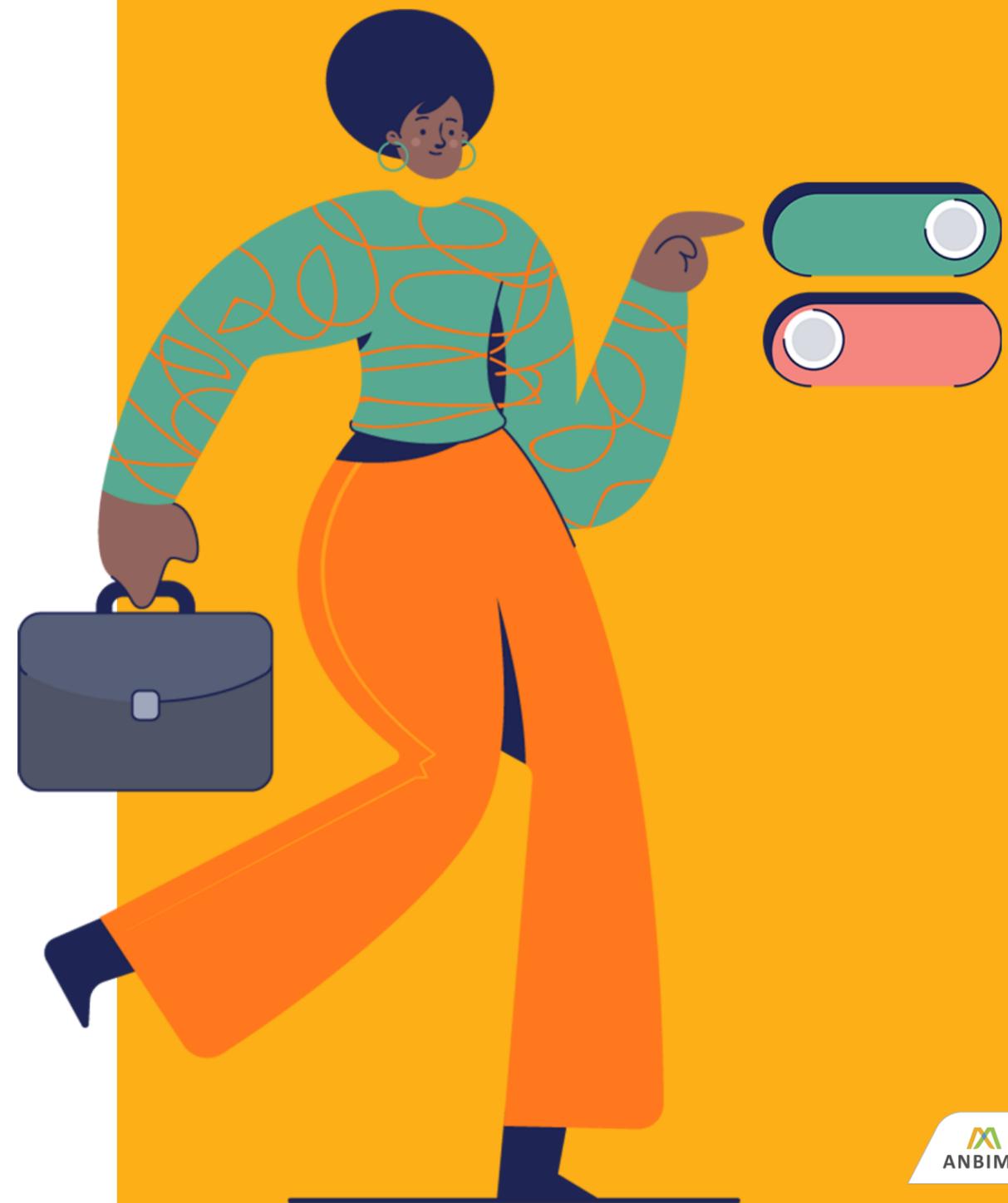
As soluções foram apresentadas para os participantes da etapa 2. A partir da reação deles, verificou-se quais eram as mais promissoras.

Percepções dos brasileiros sobre investimentos

Várias constatações foram levantadas a partir da jornada. Uma delas foi que o brasileiro acha que precisa ter muito dinheiro para investir. Outra foi que ele não tem familiaridade com o mundo dos investimentos. O comportamento do investidor ainda reflete as incertezas, os contrastes nacionais e, principalmente, o desconhecimento financeiro da população. As pessoas não se percebem como investidoras e não falam a língua do mercado.

Com base nas entrevistas, foi possível se aproximar da concepção que o brasileiro tem sobre investir: investimento é tudo aquilo que se planta hoje para colher amanhã.

Essa definição abrangente permite entender que investimento tem a ver com dinheiro, mas também alcança outras dimensões: investir em bem-estar, em saúde, em amizade, em aprendizados e experiências, em qualidade de vida.



Retorno melhor no futuro

A percepção é a de que investir é alguma coisa que se faz acreditando em um retorno melhor, algum esforço para ganhar alguma recompensa, um sonho que se realiza com o tempo, a economia de dinheiro para formar um montante considerável.

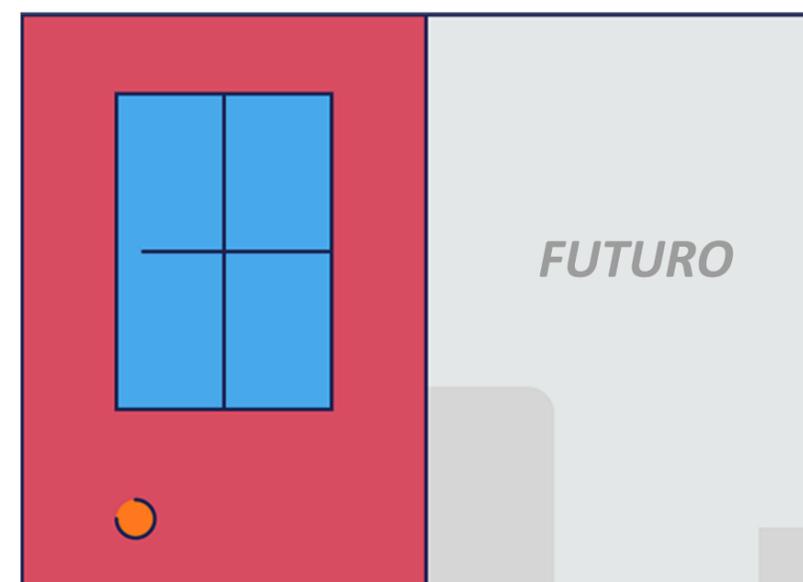
“ Acho que investimento é uma coisa que a gente faz hoje pra ter retorno lá na frente. Por exemplo, tô investindo na educação do meu filho e sei que ele vai ter um trabalho legal e vai poder me ajudar no futuro.”



Outra descoberta é a de que o brasileiro tem a cultura de investir em coisas concretas, que podem ser medidas, cuidadas, engordadas etc.

Os entrevistados estão familiarizados com o investimento em carros, em animais para engorda, em terra e em imóveis. O investimento financeiro está relacionado à especulação para uma população tradicionalmente muito acostumada ao que é concreto.

“ Faz a conta comigo: eu compro um bode novo por R\$ 100, alimento ele, cuido, e vendo depois de dois anos por até R\$ 400. Que investimento no banco vai me dar esse retorno?”



Ativos reais

Outros entrevistados relataram a vantagem do retorno dos ativos reais como terra, automóveis e casas, o que reforça a ideia de concretude: “Se quer investir, meu pai dizia, investe em terra que você nunca erra.”

“

Se você botar R\$ 50 mil na poupança, depois de três meses ele vai te dar quanto, R\$ 53 mil? Se boto R\$ 50 mil numa casinha popular e vendo ela por R\$ 70 mil, R\$ 80 mil...



“

Tem um Fiesta 2014. Você pegando hoje um carro desses você ganharia R\$ 2 mil a 3 mil em cima dele; para vender a R\$ 21 mil, venderia rapidinho. Para você pegar esse mesmo dinheiro investindo na poupança, você levaria quanto tempo?

Falta de dinheiro e de educação financeira

Na prática, a maioria dos brasileiros não investe porque não consegue fazer o dinheiro sobrar. Grande parte dos entrevistados relaciona a dificuldade de equilibrar seus gastos e ganhos à situação político-econômica do país. Muitos viram o seu poder de consumo cair nos anos recentes e tiveram que reduzir as despesas.

“

Meu esposo ficou desempregado e tivemos que dispensar a empregada, perdemos o plano de saúde e adiamos alguns sonhos. Não dá pra fazer sobrar quando tudo o que você ganha já está comprometido.

A pesquisa também encontrou um número muito considerável de pessoas que conseguem fechar o mês no azul, mas não percebem que esses recursos podem ser usados para comprar produtos de investimento. Um universo enorme da população não se dá conta do seu potencial econômico.

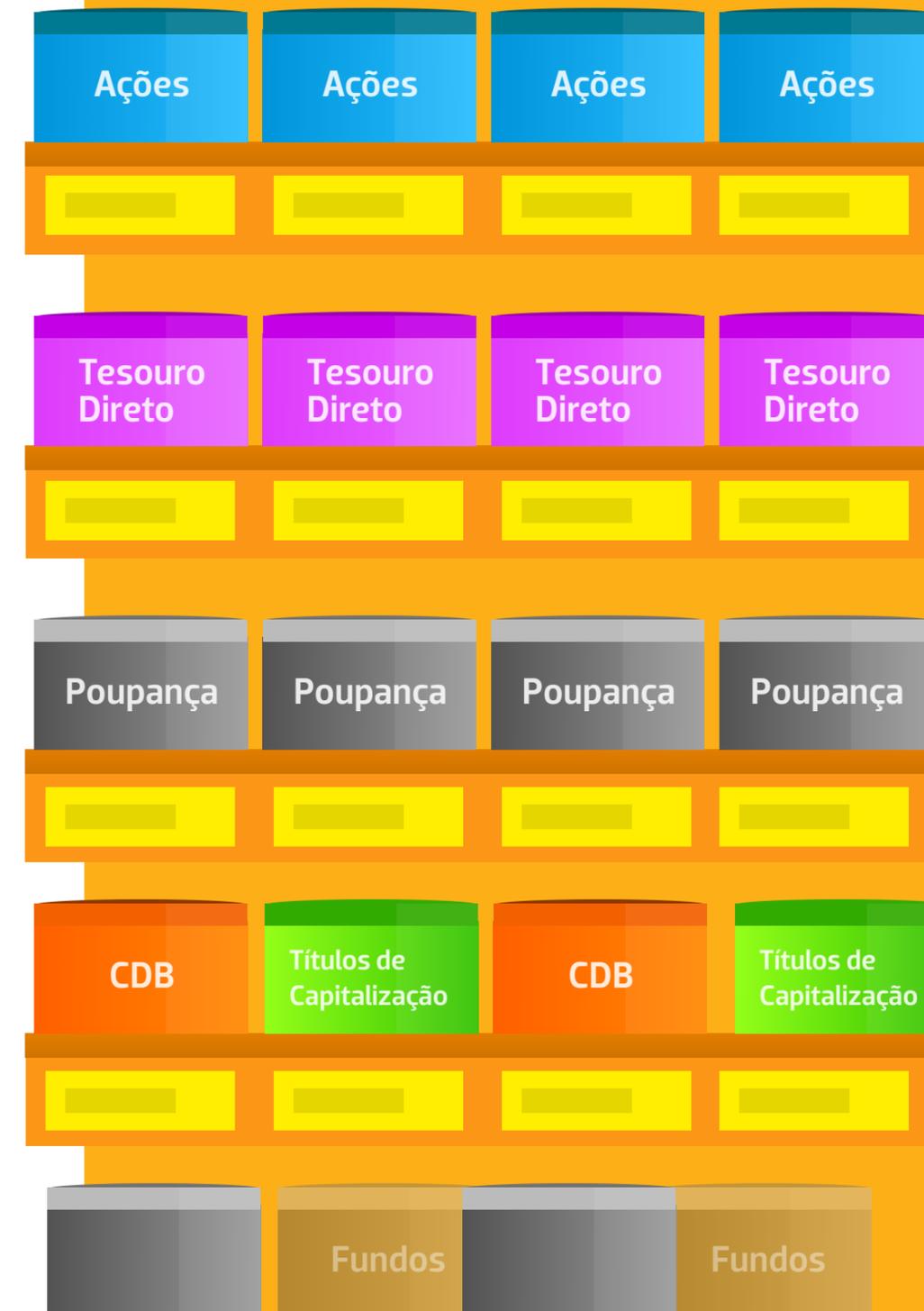
A maioria das pessoas que chegam ao final do mês com o dinheiro sobrando não percebe esse saldo positivo de uma forma clara.



Como os **brasileiros** veem os principais **produtos financeiros**

Como seria se os produtos de investimento estivessem em um supermercado? A poupança seria uma caixinha posicionada na gôndola que fica à altura dos olhos. Os títulos de capitalização e os CDBs estariam abaixo, em uma posição de destaque. Os títulos do Tesouro Direto seriam uma novidade entrando na prateleira. As ações ficariam no topo, naquela parte inatingível dos produtos premium demais para o dia a dia.

Os fundos de investimento estariam escondidos, lá atrás, sem lugar para serem ao menos considerados durante a compra. Se alguém os leva, é quase por descuido, sem saber ao certo a diferença deles em relação aos outros produtos. Essa foi uma das constatações da pesquisa. Confira, em detalhes, as percepções dos entrevistados sobre esses produtos de investimento.



PRODUTO FINANCEIRO

Poupança

Produto que mais transmite a ideia de concretude

É o produto que mais consegue se aproximar da cultura de investimentos popular, transmitindo uma ideia de concretude. A poupança tem sua forma bem definida na cabeça do brasileiro: um porquinho-cofre.

Essa imagem carrega as características dela: é muito fácil guardar dinheiro no cofrinho; quem abre uma conta leva junto um cartão da poupança; assim como se guardam as moedas que sobraram no bolso no cofre, pode-se colocar dinheiro na poupança aos poucos, sem restrições de valor mínimo; o dinheiro do cofrinho está sempre disponível, à mão para qualquer emergência ou contratempo.

Na maioria das vezes, ela não é vista como uma aplicação com boa rentabilidade e os entrevistados tendem a acreditar que ela não é um bom investimento.

Mas é tida como um lugar fácil e cômodo para guardar e proteger o dinheiro dos gastos do dia a dia (a conta-corrente é considerada mais vulnerável aos impulsos de consumo). Sua praticidade (e a aparente dificuldade de investir em outras aplicações) faz com que seja a opção mais próxima das pessoas.

“ ***Eu nem espero muito que o dinheiro renda, pra falar a verdade. Se o salário ficar todo na conta-corrente, a gente gasta logo. Então eu coloco na poupança que é pra ter mais controle. Deixo até o cartão em casa.*** ”

PRODUTO FINANCEIRO

Título de capitalização

Esses produtos contam com propagandas massivas e apelo popular. São sempre oferecidos pelos gerentes e vistos, pelo cliente, como uma obrigação para ganhar pontos na relação com o banco.

Eles costumam ser assumidos como um compromisso, já que os atrasos no pagamento implicam o cancelamento da participação nos sorteios mensais, que são vistos como importantes atrativos.

Sorteios mensais e resgate em parcela única são os principais atrativos

O valor baixo das parcelas faz com que o impacto no orçamento familiar seja pequeno e existe a sensação de dinheiro guardado sem muito esforço. Ainda que esse recurso fique preso por um tempo, o resgate da quantia total, em parcela única, impacta positivamente as pessoas, que não conseguem perceber a baixa rentabilidade do produto.

“ O gerente me falou dos títulos de capitalização e eu gostei muito! Eu comecei a investir um pouquinho todo mês – e o melhor é que eu ainda faço isso concorrendo a prêmios. ”



PRODUTO FINANCEIRO

CDBs

Investimento para quem tem mais tempo para ter maior rentabilidade

Percebidos como um produto interessante para aqueles que podem se dar ao luxo de comprometer a liquidez em troca de maior rentabilidade. É popularmente conhecido como um investimento travado, para planos que demandam um pouco mais de tempo (como trocar de carro, comprar uma casa ou o tão sonhado negócio próprio).

Geralmente, estão associados a prestígio porque representam um bom relacionamento com o banco e o gerente da conta-corrente.

É o tipo de investimento que costuma ser feito de uma só vez, e não fracionado em aplicações constantes.

“

Sou cliente do mesmo banco há muitos anos, e o meu amigo gerente me deu a dica de não deixar o dinheiro parado e aplicar no CDB – que rende mais que a poupança!

PRODUTO FINANCEIRO

Tesouro Direto

Oferece rentabilidade interessante quando comparado a outros investimentos seguros

É um investimento que virou destaque nos últimos anos e que os entrevistados consideram que oferece uma rentabilidade interessante, se comparado a outros investimentos seguros.

As pessoas acham complicado de comprar porque o banco não vende diretamente e a dinâmica de aquisição exige um pouco de conhecimento sobre o assunto.

Ficou popular, principalmente, entre os mais jovens por conta dos influenciadores e da mídia especializada em finanças.



Esses mesmos influenciadores, quando questionam se a rentabilidade do Tesouro Direto compensa em determinados momentos e cenários econômicos, deixam as pessoas confusas porque elas não conseguem acompanhar as mudanças do mercado e das taxas de juros.

“

Meus amigos todos estavam aplicando no Tesouro Direto e eu resolvi entrar na onda. Eu realmente não sei a diferença no rendimento, só sei que poupança não dá.

PRODUTO FINANCEIRO

Previdência privada

É percebida como compromisso mensal, não como investimento

Vendida como um complemento da aposentadoria social.

Ganhou relevância a partir da percepção das pessoas de que o sistema público está falido e de que os trabalhadores com melhores condições precisam se garantir para complementar a aposentadoria.

Não é encarada como um investimento porque o valor comprometido com a previdência privada é tratado como um gasto do mês – e não como uma aplicação da parte do dinheiro que sobra.

“*Você me perguntou se eu chego ao final do mês com o dinheiro sobrando e eu disse que não. É que eu não considero esse valor da previdência privada como um investimento: eu vejo como uma obrigação, assim como as contas da casa.*”



PRODUTO FINANCEIRO

Ações

Nas abordagens de rua, encontraram-se poucas pessoas que investiam diretamente em ações. Apesar de já terem ouvido falar sobre elas, a maioria não entende o que são e nem como se investe nelas. Acredita que é um produto voltado a grandes investidores.



É entendida como produto de grande risco e voltado para grandes investidores

É comum a associação de ações com instabilidade e grandes riscos, o que não combina com o momento de vida da maioria das pessoas – uma população que não pode se dar ao luxo de arriscar o pouco que tem.

“

Esse negócio da bolsa é muito arriscado, né? Deve ser bom pra quem entende e tem bastante grana, mas não pra mim. Tenho muito medo de perder meu dinheiro.

Cadê os fundos?

Os fundos de investimento são invisíveis para a maioria das pessoas. Listamos abaixo os principais fatores que prejudicam o conhecimento desses produtos.

Nome

O termo “fundo de investimento” soa estranho e não reflete o conceito de investimento coletivo.

No entendimento popular, esse nome se confunde com a própria carteira de investimentos. Ou seja, fundo de investimento não é percebido como um produto específico, mas sim como o conjunto deles.

“*Nos meus fundos de investimento lá do banco eu tenho poupança, CDB e o PIC que eu fiz com o gerente. E você? O que você tem nos seus fundos de investimento?*”

“

Para mim, tudo que é CDB, LCI, LCA, previdência privada, é tudo fundo de investimento.



“

O nome é muito duro, pesado, pra um investimento que tem uma dinâmica amigável, mas isso você só percebe com experiência.

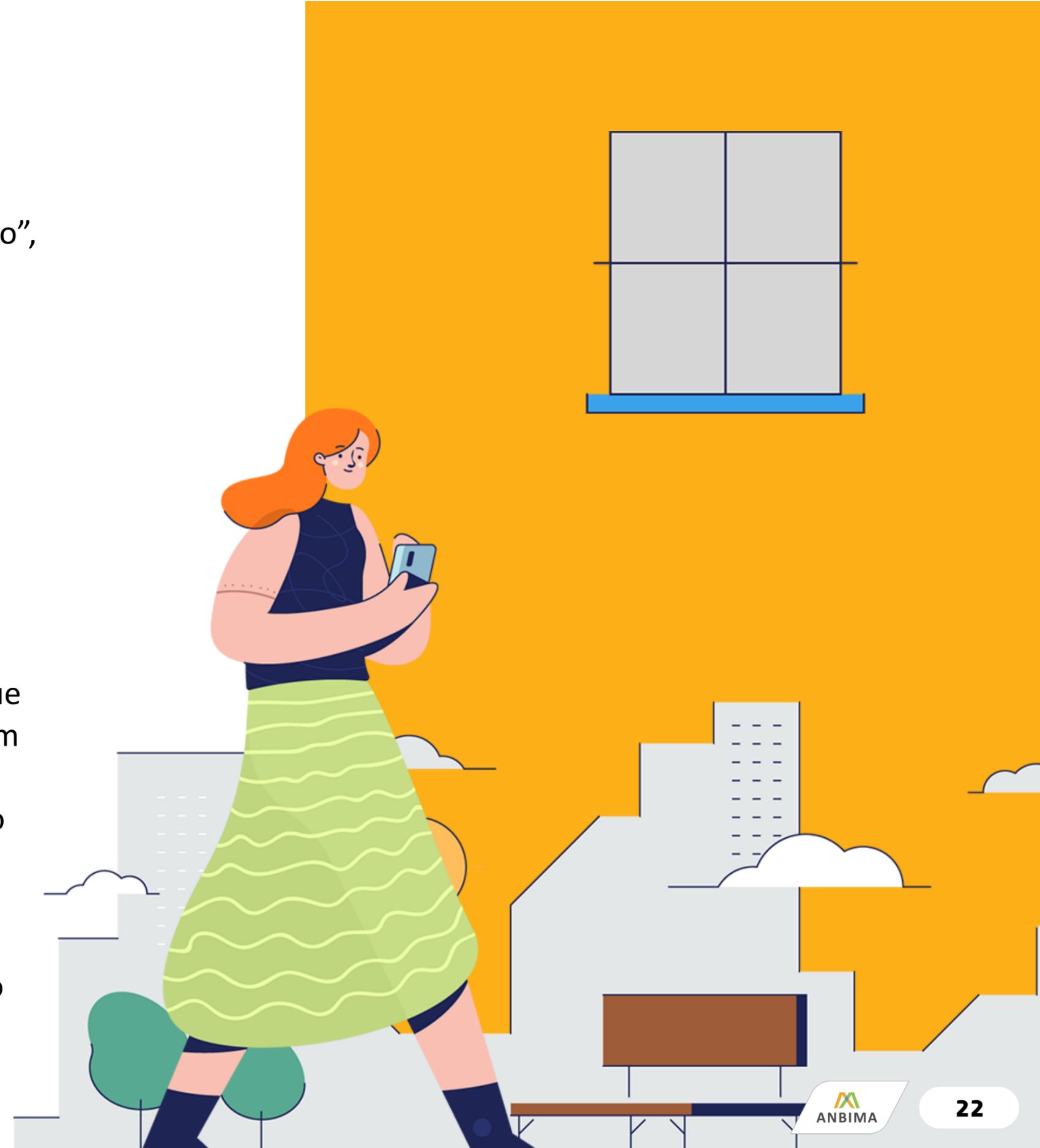
Cadê os fundos?

A palavra fundo é associada a expressões como “buraco fundo”, “fundo perdido”, cheque sem fundo”, “saco sem fundo”, “quartinho do fundo”, “turma do fundo”, “fundo do poço”, todas com conotação negativa.

“Funds”, em inglês, é uma palavra relacionada a captar dinheiro. No entanto, em português esse significado de “fundos” não é tão claro, o que dificulta o entendimento.

Outro problema é que o nome brasileiro desconsidera a principal característica desse produto – que é evidente no termo original “mutual funds” – o sentido de coletividade, que daria pistas sobre o conceito-chave em questão (a força de um grupo de investidores aplicando em um mesmo veículo de investimento). Isso prejudica um entendimento mais intuitivo das pessoas.

Se os fundos de investimento não são percebidos como um produto, as pessoas não conseguem nem os considerar como uma alternativa de aplicação.



Cadê os fundos?

Difícil de explicar

Outro empecilho está na dificuldade de explicar os fundos. Mesmo entre aqueles que os reconhecem, ainda existe a dificuldade de entender como funcionam. Os diferenciais são pouco conhecidos e eles estão sendo ofertados sem uma explicação completa por parte dos gerentes de banco e corretores. As conversas costumam girar em torno de rentabilidades, mas não das características dos produtos.

Vários dos entrevistados aplicavam em cotas de fundos, mas não compreendiam dois dos conceitos fundamentais do produto: a coletividade, representada pelas cotas proporcionais, e a figura do gestor, que atua como um curador das melhores oportunidades em prol do investidor. O gestor e o aspecto coletivo desse tipo de investimento praticamente não apareceram nas vivências.

“

O corretor sugeriu o fundo e eu aceitei por conta do rendimento dos últimos meses. Comparamos com outros tipos de investimento, mas eu não sei direito como funciona.

“

Chegam umas cartas lá em casa falando de assembleia e eu nem sabia ao certo do que se tratavam. Quer dizer que todo mundo que coloca o dinheiro lá recebe isso também? Então é tipo um clube?

Os investidores, que desconhecem essas características fundamentais, não percebem o valor de um serviço pelo qual pagam mensalmente por meio das taxas de administração. Do outro lado, várias outras pessoas que poderiam se interessar por esse serviço de curadoria deixam de aplicar em fundos porque desconhecem essa possibilidade.

Cadê os fundos?

Imagem **distorcida**

Os fundos possuem uma imagem distorcida frente aos investidores reais e potenciais. Quem conhece o produto imagina que ele está mais próximo do universo volátil das ações do que do mundo mais seguro e estável da poupança. Muitos acreditam que se trata de um investimento de renda variável, de ordem especulativa. Frequentemente, a própria comunicação dos bancos vende o produto dessa forma.

Os fundos de investimento não possuem um símbolo próprio que transmita seu conceito. Sempre que uma instituição financeira usa gráficos de linhas para representá-lo, a associação com o mercado de ações é reforçada.



Você investe e é feito uma bolsa, né? Você investe e dá tipo um dólar, né? Todo mês dá um valor baixo ou alto, é isso?



É um grupo que entra em ações e o próprio administrador administra o fundo de investimento, as ações.

Durante as vivências com os investidores reais e potenciais, o pesquisador propôs um jogo semelhante ao Imagem & Ação. O entrevistado recebia um envelope com duas palavras – poupança e fundos de investimento – e tinha que fazer uma mímica ou desenho para outra pessoa da família adivinhar.

Caso essa pessoa acertasse, ganhava uma nota de cem reais. Para a poupança, foi fácil: a associação com o cofrinho em forma de porco era a primeira coisa que ocorria a todos.

Para fundos, a situação mudou totalmente e os entrevistados não sabiam muito bem como representá-los. A pessoa que tentava adivinhar o que o desenho (ou mímica) representava quase sempre errava, o que reforça a ausência de uma imagem de referência para o produto.

Cadê os fundos?

Dinheiro preso

Existe, ainda, a falsa impressão de que os fundos são aplicações em que o dinheiro fica preso, com menos liquidez. A sensação de recursos comprometidos afasta a maior parte dos brasileiros. Em função dos baixos valores economizados, eles precisam ter o dinheiro sempre à mão para eventuais emergências e para planos de curto prazo.

Essa percepção torna o mercado de fundos incompatível com a realidade da maior parte da população, fazendo com que ele seja visto como um produto de nicho, destinado aos ricos e entendidos em economia.

Quando a pesquisadora do Na Rua perguntou para uma participante: “E se eu te falasse que com R\$ 200 você poderia investir num fundo de investimento?”, a resposta foi: “Aí pode ser que eu mude bastante o meu entendimento sobre fundos de investimento”.

“ *Não é simples e fácil como a poupança. É só colocar dinheiro e quando você precisar, você vai lá e tira. O fundo de investimento você tem que ir lá, tem que ser aprovado, dependendo do valor, do que você usa...* ”

“ *Ações, fundos... isso é tudo pra gente que tem grana pra chamar mais dinheiro. A gente que não tem, coloca na poupança mesmo. Porque se faltar dinheiro mês que vem, eu já sei que tá lá guardadinho.* ”

“ *No ano, eu consigo fechar com R\$ 10 mil e R\$ 15 mil de sobra, e isso é muito pouco para investir. Você teria que ter pelo menos R\$ 10 mil por mês para investir em fundos.* ”

O que joga contra e o que joga a favor

A partir das entrevistas e das vivências com os investidores, foi possível discriminar quais fatores facilitam a aplicação em fundos, quais dificultam e quais são neutros, ou seja, não atraem e nem repelem os aplicadores.

1 Facilitadores do investimento em fundos

Possibilidade de ganhos

É a porta de entrada para o mundo dos fundos, já que os produtos mais populares são percebidos como pouco atrativos, com uma rentabilidade baixa e grande margem de rentabilidade para os bancos. Existe um movimento de fuga da classe média alta (e pessoas mais atualizadas), que migra dos bancos para as corretoras na tentativa de maximizar seus recursos.

Para os entrevistados, os fundos parecem ser algo novo, uma forma ainda inovadora de acessar uma rentabilidade que até então não fazia parte de seu universo.



O que joga contra e o que joga a favor

1 Facilitadores do investimento em fundos

Curadoria especializada

Feita pela gestora, ela ainda é invisível para a maioria das pessoas. Por não entenderem como os fundos funcionam, os brasileiros não percebem que existem profissionais tomando decisões sobre seus recursos e, conseqüentemente, não compreendem o valor real do produto que estão contratando.

Aqueles que conseguem perceber essa figura e compreender o seu papel acreditam que a curadoria especializada faz diferença para o fundo render bem: esses investidores se sentem confortáveis em delegar para um terceiro a escolha dos vários tipos de investimento – já que eles não têm tempo, disposição e, muitas vezes, nem conhecimento para acompanhar.



O que joga contra e o que joga a favor

1 Facilitadores do investimento em fundos

Mensurar a rentabilidade

Os brasileiros têm interesse em saber se seus investimentos estão indo mal ou bem e se sentem incomodados quando os outros estão conseguindo ganhar mais do que eles. Tendem a comparar os valores investidos na atualidade com os que aplicaram e consideram que os montantes totais são mais importantes do que a rentabilidade.

A referência dos entrevistados para a rentabilidade tende a ser a poupança (e não o CDI - Certificado de Depósito Interfinanceiro ou o Ibovespa). Entender a rentabilidade dos fundos é algo difícil – as idas e vindas do país na economia gera mudanças que as pessoas não conseguem acompanhar. Mais do que uma decisão firme, a aplicação em fundos parece ser acompanhada por uma áurea de incerteza.



O que joga contra e o que joga a favor

1 Facilitadores do investimento em fundos

Diversificação

Poucas pessoas conseguem enxergar os fundos como uma cesta de vários ativos. A maioria não entende a diversificação que proporcionam. Mas, para a minoria que entende a dinâmica, a diversificação é percebida como algo positivo: por meio de um único produto, é possível ter uma variedade de aplicações que não se poderia conseguir (e principalmente acompanhar) sozinho.

A indústria de fundos tem a oportunidade de ressaltar essa diversificação, no sentido de que o fundo é praticamente um serviço que dá acesso a diferentes produtos.



O que joga contra e o que joga a favor

1 Facilitadores do investimento em fundos

Relação com o corretor

A crescente insatisfação dos brasileiros com a maneira como os bancos lidam com investimentos ocasionou forte migração para as corretoras, em busca de novas formas de se investir.

Nesse novo ambiente, as pessoas recorrem às corretoras para auxiliá-las a escolher produtos na imensidão de opções de investimento – e a relação desenvolvida com os corretores é considerada mais positiva do que com o gerente.

O corretor é visto como uma figura mais isenta de interesses externos do que o gerente – e como alguém que dá acesso a um leque amplo de opções, mais preocupado em achar produtos financeiros adequados ao perfil do investidor. Dos entrevistados que investiam em fundos, a maior parte fazia via corretora, e não por meio do banco.



O que joga contra e o que joga a favor

1 Facilitadores do investimento em fundos

Autonomia

Os entrevistados que investem em fundos, em sua maioria, são jovens que lidam bem com a tecnologia e que aprenderam a se aventurar nos sites das corretoras. Para eles, a autonomia é essencial na escolha e na manutenção dessas aplicações. A maior parte daqueles que não investem em fundos é de pessoas com dificuldade para navegar sozinhas pelo site dos bancos e que ainda carecem da indicação e da assistência do gerente para fazer essas transações.

Eles representam a grande massa dos brasileiros, que se sentem pouco capazes para tomar decisões financeiras e geralmente recorrem a alguém que possa ajudá-los. Em relação aos fundos, essas pessoas percebem o acesso ao investimento como complicado e precisam delegar essa tarefa para alguém com uma visão profissional.



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Falta de proximidade com o produto

Existe, de forma geral, uma falta de proximidade gigantesca com os fundos. Eles não fazem parte da nossa cultura e ainda são percebidos com desconfiança.

A busca pela informação é individual e exige um protagonismo que poucas pessoas conseguem ter: é preciso sair do caminho óbvio e encontrar informações, canais, referências, influenciadores. A dificuldade é saber filtrar esse conteúdo – tarefa que demanda estudo e requer um tempo e uma disposição que nem sempre são possíveis.

Gerentes (e mesmo a maioria dos corretores) exaltam números, mostram planilhas, mas não explicam a essência desse tipo de investimento. Conforme foi visto, eles raramente falam sobre a curadoria dos gestores e a força da coletividade de investidores.



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Jargões

A indústria de investimentos é abundante em termos técnicos, incompreensíveis para os pouco familiarizados com a área. Os jargões são um dos fatores que mais assustam a população menos ligada às finanças. A percepção do brasileiro de não contar com uma boa educação financeira é reforçada por esses termos, que funcionariam como uma confirmação de que ele realmente não entende nada da área.

Embora algumas instituições financeiras atualmente busquem simplificar a linguagem para explicar sobre investimentos, aqueles que querem mesmo se aprofundar têm que ultrapassar, sozinhos, os obstáculos representados pelos jargões.



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Entendimento do produto

Como os fundos são pouco difundidos, as pessoas ainda estão aprendendo suas características básicas, avaliando o comportamento desse tipo de investimento no nosso mercado e descobrindo os produtos mais adequados.

Aqueles que buscam informações geralmente o fazem de forma autônoma e percebem que fundos não são tão complicados como parecem. O funcionamento do produto passa a fazer mais sentido e a relevância do aspecto coletivo se torna mais clara.



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Entendimento dos riscos

Para as pessoas comuns, da mesma forma que é difícil mensurar a rentabilidade, também é complicado compreender os riscos reais do investimento em fundos. Sempre existe a sensação de uma aposta: aplicar para ver no que vai dar. Esse pensamento vale mesmo para as pessoas que fazem uma seleção criteriosa.

A maior parte das pessoas usa como termômetro a opinião do gerente do banco (ou do corretor). Os entendidos gostam de se orientar por comparadores de fundos e métricas técnicas (como volatilidade e índice de Sharpe).



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Liquidez

É um dos atributos mais procurados por quem quer investir, conforme mostrou a pesquisa. O brasileiro é acostumado com a liquidez diária da poupança e procura outros produtos que permitam a movimentação dos recursos em caso de emergências ou gastos inesperados.

A maior parte da população não costuma ter muito dinheiro sobrando, e o sentimento geral é o de que os fundos são “travados”, ou seja, que o dinheiro ficará comprometido por algum tempo, o que distancia ainda mais os investidores do produto.



O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Compreensão dos contratos

Alguns dos entrevistados leem os contratos várias vezes, em uma revisão eterna em busca de algum detalhe que tenha passado despercebido. A maioria, entretanto, acaba tendo que confiar na forma como o fundo é vendido e, para isso, leva em consideração o peso das instituições envolvidas nesse processo.

Os grandes nomes (bancos e corretoras) geram confiança de que as pessoas não serão passadas para trás.

Selos são importantes para dar segurança, especialmente para aqueles que escolhem sob orientação de amigos e do gerente. A dificuldade de “decifrar” os contratos fortalece o sentimento de que é necessário ter um contato humano como um ponto de apoio para a tomada de decisões.



Regulamento, formulário de informações complementares e até mesmo a lâmina causaram nos entrevistados a sensação de que esses documentos estão codificados em outra língua e são de difícil compreensão.

Quando uma pessoa sem experiência com investimentos se depara com toda essa papelada sente-se insegura e tem dificuldade de identificar as informações realmente relevantes, principalmente no que se refere a liquidez, risco e retorno.

O que joga contra e o que joga a favor

2 Complicadores do investimento em fundos

Muitas alternativas para escolha

A seleção entre as inúmeras opções de produtos é uma dificuldade. A elevada quantidade de alternativas gera angústia. Por isso, costuma-se delegar a decisão para profissionais de instituições financeiras (gerentes ou corretores) em uma tentativa de entrar em uma onda coletiva (buscando os produtos mais populares).

O processo de escolha também se torna ainda mais difícil pelo nome dos produtos.

Entre os investidores habituais, a dificuldade é que as corretoras trabalham com alguns fundos, mas não apresentam a totalidade de produtos disponíveis. Assim, alguns abrem contas em diversas corretoras e sentem dificuldade de fazer comparações.



“

A informação é muito pulverizada na internet e você demora para filtrar e achar informação boa. Você não sabe escolher. Você entra na corretora e tem 20 fundos lá. O que você vai fazer com isso? Falta um passo a passo dos fundos, que nem o Tesouro Direto.

O que joga contra e o que joga a favor

3 Fatores neutros/não ajudam e nem atrapalham

Taxas

As taxas cobradas pelos fundos tendem a ser vistas negativamente. Existe uma crença de que o gerente do banco só oferece produtos financeiros com taxas mais elevadas – logo, os fundos do banco não são tão rentáveis assim, segundo os investidores. Ao mesmo tempo, pessoas com mais autonomia para investir acreditam que as taxas de alguns produtos são altas demais e que não é necessário pagar por elas, caso invistam sozinhos.

Além disso, os termos “taxa de administração”, “taxa de performance” ou “taxa de carregamento” não são intuitivos para maioria dos entrevistados. O entendimento dessa nomenclatura faz parte dos jargões técnicos que devem ser enfrentados para uma maior compreensão do funcionamento dos fundos.

Uma percepção diferente vem daquelas pessoas acostumadas a investir em fundos: eles aceitam pagar taxas altas, se forem compatíveis e proporcionais aos rendimentos.



O que joga contra e o que joga a favor

3

Fatores neutros/não ajudam e nem atrapalham

Relação com o gerente

A relação com o gerente vem mudando bastante nos últimos anos e, em geral, tende a ser vista de maneira negativa. Há um sentimento de que o gerente tem como foco atender aos interesses do próprio banco, e não oferecer produtos que façam sentido para a vida dos clientes. Por isso, existe uma crença de que ele quer só bater as próprias metas, empurrando produtos que precisa vender para ganhar mais.

Todo esse cenário gera uma desconfiança quando o gerente chama o cliente para conversar e falar sobre alguma aplicação. Com relação aos fundos, as pessoas acreditam que o gerente costuma apresentar aqueles com taxas acima do mercado e inadequados ao perfil. Por outro lado, a maior parte da população ainda precisa desse contato para lidar com produtos financeiros. Elas enxergam o gerente de forma positiva, como uma figura que os guia na caminhada dos investimentos.



Por trás das principais descobertas

Todas as descobertas e questões levantadas pelas entrevistas e vivências foram discutidas pelos especialistas e divididas em dois grandes grupos: o que trata do comportamento do brasileiro e o que diz respeito às categorias do mercado. Veja, a seguir, esses grupos.

● Comportamento do consumidor

Reflete a forma de agir em relação ao universo de investimentos. São os hábitos criados ao longo de gerações, que expressam atributos pautados em valores, crenças e na forma como o brasileiro se relaciona com o dinheiro. Os comportamentos encontrados foram os seguintes:

As pessoas sabem usar os apps que elas gostam, mas acham difíceis os aplicativos financeiros.

A população não tem repertório sobre os tipos de investimento.

As pessoas não se percebem como investidores e não falam a língua do mercado;

Os brasileiros querem melhorar o rendimento das suas economias, mas acham os produtos financeiros complicados;

Fundo de investimento é algo muito abstrato para uma população acostumada a transformar o dinheiro em coisas concretas;

A maioria das pessoas que chega ao fim do mês com dinheiro sobrando não percebe esse saldo positivo de uma forma clara;

A poupança serve para proteger o dinheiro dos gastos do dia a dia (a conta-corrente é mais vulnerável aos impulsos);

Por trás das principais descobertas

● Comportamento do consumidor

A dinâmica de sorteio faz os títulos de capitalização serem assumidos como um compromisso.

As pessoas pensam que aplicar em fundos é ter o dinheiro travado.

Apesar de usar a poupança, o brasileiro tem descrença na rentabilidade. Faz isso por comodidade.

O nome “fundos de investimento” gera ruído na comunicação, sendo confundido com a própria carteira de investimentos.

Na cabeça das pessoas, existem dois universos: o seguro e o arriscado. Fundos são percebidos mais como ações (arriscados) e menos como poupança (segura).

Todos gostam de se reconhecer nos outros e se sentem motivados com o fluxo coletivo (academia, YouTube, movimentos em cadeia).

As pessoas pensam que é preciso ter muito dinheiro para investir em fundos.

Por trás das principais descobertas

● Características do mercado

São atributos do mercado financeiro que funcionam como um obstáculo para o público-alvo fazer um investimento e que indicam oportunidades para mudanças estruturais.

As principais características, dúvidas e impressões levantadas foram as seguintes:

Os fundos são vendidos sem explorar a intenção coletiva desses condomínios: pessoas que compartilham o mesmo objetivo.

Economia instável e dificuldade de entender os impactos: não existe um farol que ilumine as oportunidades do momento.

Aplicar em fundos é um processo que se faz com muitos cliques e com atenção.

Existem vários tipos de fundos, mas esse leque de diversidade não é bem representado para o cliente e causa insegurança.

O mercado é muito formal e pouco intuitivo. A questão é como estimular as pessoas com outra abordagem.

A poupança tem a forma de um porquinho. Os fundos de investimento não têm forma definida.

A figura do gestor precisa ser evidenciada para que os fundos ganhem relevância.

Por trás das principais descobertas

● Características do mercado

Fundos de investimento não permitem retirada no caixa eletrônico.

Aprender dá trabalho: as informações estão espalhadas e o brasileiro precisa saber filtrá-las.

Fundo “cresce” todo dia, a poupança precisa fazer aniversário.

Há dúvida se fundo é um produto ou um serviço.

A indústria de fundos usa uma linguagem escrita e o mundo da internet se comunica por ícones.

Se fundos são coletivos, por que o processo de escolha é tão solitário?

Atualmente, para investir é necessário sair da rotina. Deve-se perguntar como é possível fazer do investimento uma coisa mais usual.

Os desafios para **conquistar os investidores**

A partir de todas as entrevistas e vivências, e com base nas descobertas referentes ao comportamento do consumidor e às características do mercado, os especialistas encontraram três principais desafios que precisam ser superados para conquistar mais investidores para fundos:

DESAFIO 1

Que as pessoas reconheçam os fundos como um produto

Se os fundos de investimento não são percebidos como um produto, as pessoas não conseguem nem considerá-los como uma alternativa de investimento: é necessário facilitar esse reconhecimento.

DESAFIO 2

Que as pessoas entendam o conceito

Como esperar que os brasileiros entendam o conceito de fundos de investimento se eles não são vendidos de forma clara? Um dos aspectos importantes para o entendimento dos fundos é colocar em evidência o seu caráter de coletividade e o diferencial de uma gestão dedicada a buscar oportunidades de acordo com a estratégia de cada produto/serviço.

DESAFIO 3

Que as pessoas percebam as escalas de risco e a liquidez dos fundos.

A classificação precisa ajudar as pessoas a perceberem que os fundos têm riscos e liquidez distintos, ou seja, que há uma escala de produtos. Esse entendimento fará com que elas percebam que existem fundos diferentes para diferentes projetos de vida. A população precisaria estar informada de que os fundos de investimento podem ser conservadores, moderados ou arriscados e podem ter tanta liquidez quanto a poupança e outros investimentos mais populares.



Rio de Janeiro

Tel.: (21) 2104-9300

Praia de Botafogo, 501, bloco II, conj. 704 - Botafogo
Rio de Janeiro - RJ - CEP: 22250-911



São Paulo

Tel.: (11) 3471-4200 . Fax: (11) 3471-4230

Av. Doutora Ruth Cardoso, 8501,
21° andar conj. A - Pinheiros
São Paulo - SP - CEP: 05425-070