

ANBIMA Feed: confira os novos pacotes de informações sobre ETFs e FIDCs

Serviço digital de acesso a dados do mercado de capitais é gratuito aos nossos associados

O ANBIMA Feed, nosso serviço digital de comercialização e acesso a dados do mercado de capitais, conta com dois novos pacotes de informações: sobre ETFs (Exchange Traded Funds) e precificação de FIDCs (Fundos de Investimento em Direito Creditórios). Com as novidades, totalizamos dez pacotes oferecidos, que incluem ainda dados de títulos públicos federais, debêntures, CRIs (Certificados de Recebíveis Imobiliários) e CRAs (Certificados de Recebíveis do Agronegócio), índices e fundos de investimento (tanto os regidos pela ICVM 555, quanto os estruturados e offshore).

Para os ETFs, são disponibilizadas no ANBIMA Feed as referências cadastrais e periódicas dos produtos, incluindo as séries históricas de patrimônio líquido, captações, resgates e movimentações das cotas e taxas. Já o novo pacote de precificação de FIDCs mostra as taxas de compra e venda indicativas, assim como os preços unitários desses papéis no mercado secundário, de acordo com a apuração realizada aqui na ANBIMA.

O ANBIMA Feed é uma das maiores plataformas de dados do mercado de capitais brasileiro e inclui informações completas, atualizadas e verificadas diretamente entre as instituições financeiras. O acesso é simples, por meio de APIs (Interface de Programação de Aplicações, na sigla em inglês).

Disponibilizado gratuitamente aos nossos associados, o ANBIMA Feed também pode ser assinado por pessoas físicas ou jurídicas que usam ou redistribuem os dados para acompanhamento do mercado financeiro. São oferecidas diferentes formas de contratação, de acordo com o tipo de uso e o pacote desejado.

Confira todos os detalhes e baixe uma apresentação completa sobre o produto em feed.anbima.com.br.

Canais digitais e educação financeira são os principais desafios da comunicação nas instituições

Pesquisa inédita da ANBIMA, em parceria com a Aberje, aponta a perspectiva de investimentos nos próximos anos

A necessidade de adequação de linguagem e canais ao público-alvo são os principais destaques da primeira edição da pesquisa **A comunicação nos mercados financeiro e de capitais no Brasil**, elaborada pela ANBIMA em parceria com a [Aberje \(Associação Brasileira de Comunicação Empresarial\)](#). O estudo retrata os desafios da comunicação pelo olhar dos profissionais que atuam nas instituições financeiras.

Entre os processos que, segundo a pesquisa, receberam mais investimentos em 2021, estão comunicação digital (80%), branding e gestão de marca (64%), identidade, reputação e imagem (39%) e engajamento com stakeholders (31%). Em linha com o objetivo de incentivar a educação financeira, o tema foi indicado como a ação social mais importante para quase metade das empresas consultadas (47%).

[+ Baixe aqui gratuitamente o relatório completo da pesquisa](#)

No mesmo sentido, as instituições, que já oferecem algum serviço educacional, informaram que têm planos de aumentar o foco da comunicação na educação financeira do público-alvo e entendem que essa é uma ferramenta valiosa para as marcas.

A importância dada a esse tipo de ação está alinhada às iniciativas promovidas pela ANBIMA nos últimos anos. “A pesquisa revelou que estamos no caminho certo ao dar suporte aos nossos

associados que planejam ampliar suas iniciativas de educação. Esta pode ser uma valiosa ferramenta de comunicação, e é por isso que disponibilizamos uma imensa quantidade de estudos, dados, vídeos, lives e cursos gratuitos, como o Partiu Investir, com o objetivo de contribuir para a capacitação do investidor brasileiro”, comenta Amanda Brum, nossa gerente de Marketing e de Relacionamento com Associados. Ela participou da live realizada no dia 3 de fevereiro, em que os dados da pesquisa foram debatidos com André Alves (Head de Marketing e Comunicação do BTG Pactual), Livia Salvoni (Gerente de Comunicação Corporativa do Itaú Unibanco) e Marc Forster (Head de Client Service & Marketing da Western Asset).

Perspectivas

Os maiores desafios apontados pelos profissionais nos próximos anos são a comunicação de assuntos técnicos para o público leigo, a diferenciação em relação à concorrência, o maior alinhamento entre a comunicação interna e externa, a divulgação da especialização da instituição e a compatibilidade entre os desafios de comunicação com a regulação do mercado. Como principais efeitos da pandemia, foram indicados fatores como a disseminação de novos canais de comunicação online, a explosão do tempo gasto nas redes sociais e a adaptação ao trabalho remoto. Essas mudanças no comportamento impactaram fortemente o modo de se comunicar com clientes, fornecedores, colaboradores e demais públicos, contribuindo para avanços nas estratégias das instituições financeiras no ano passado, com reflexos no planejamento futuro.

Para baixar gratuitamente o relatório completo da pesquisa, [basta acessar aqui](#).

Fonte: [Anbima](#), em 03.02.2022.