

## **Nova ferramenta auxilia a elaboração das escrituras e do sumário de debêntures**

### **Plataforma gratuita também confere mais agilidade à criação dos documentos**

Disponibilizamos uma nova ferramenta para auxiliar o mercado no processo de elaboração de alguns dos documentos obrigatórios de ofertas públicas. A partir de agora, as escrituras e o sumário de debêntures poderão ser gerados automaticamente, com o preenchimento de um formulário fácil, padronizado e customizado de acordo com as respostas fornecidas pelo usuário. O acesso é gratuito (é necessário apenas solicitar o cadastro aqui no nosso site através do [link](#)).

Além de promover mais agilidade na criação dos materiais, o uso da ferramenta ajudará as instituições na inclusão das informações mínimas necessárias aos documentos, auxiliando no cumprimento de regras regulatórias, do Código de Ofertas e respectivos normativos. “Essa padronização também contribuirá à celeridade do nosso trabalho de supervisão do mercado”, afirma Priscila Sorrentino, gerente de Supervisão de Intermediação e Certificação.

Entre os próximos passos do projeto está a disponibilização de modelos de outros documentos das ofertas públicas, o aprimoramento dos modelos que serão disponibilizados, bem como a melhoria das funcionalidades do sistema. “É importante que as casas utilizem a ferramenta nesta primeira etapa e reportem suas percepções. Assim, poderemos aprimorá-la, tanto com a inclusão de novos documentos, quanto na melhoria das funcionalidades, para melhor atender às demandas do mercado”, conclui Priscila.

O acesso à ferramenta está liberado aos coordenadores das ofertas e seus assessores jurídicos pelo seguinte link: <https://anbi.ma/26a>, sendo necessário informar nome, e-mail e qual instituição ou escritório jurídico que trabalha. As orientações sobre login e senha serão enviadas para o e-mail cadastrado.

---

## **Audiência dos influenciadores de investimentos chega a 91,5 milhões de seguidores**

### **Resultado de dezembro de 2021 é 23,6% maior que o de fevereiro do mesmo ano, quando foi divulgado primeiro levantamento sobre o tema**

Os **influenciadores digitais de investimento** alcançaram 91,5 milhões de seguidores no Twitter, Instagram, Facebook e YouTube em dezembro de 2021, um crescimento de 23,6% sobre fevereiro do mesmo ano, quando somavam 74 milhões. É o que mostra a segunda edição do relatório [Flinfluence: quem fala de investimentos nas redes sociais](#) produzido ANBIMA com apoio do IBPAD (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados).

Com linguagem leve e acessível sobre temas do universo de investimentos e educação financeira, esses players superaram o alcance somado dos perfis de dez dos principais veículos de imprensa nas redes sociais (O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, UOL, Valor Econômico, Valor Investe, Exame, InfoMoney, IstoÉ Dinheiro e UOL Economia), que falam com 80,3 milhões de seguidores.

“A audiência de 91,5 milhões de seguidores é significativa e comprova que o interesse dos brasileiros por temas relacionados a investimentos e educação financeira é crescente”, diz Marcelo Billi, nosso superintendente de Comunicação, Certificação e Educação de Investidores.

### **[+ Conheça o relatório Flinfluence: quem fala de investimentos nas redes sociais](#)**

Os números superlativos não param por aqui. Os influenciadores fizeram, em média, 1.237 publicações diárias no período de monitoramento, o que representa um crescimento de 5,5% sobre a primeira edição do relatório. A quantidade de players ativos ganhou onze novos personagens e o número de perfis subiu de 591 para 612, uma alta de 9% no período, o que indica que alguns influenciadores ampliaram o escopo de atuação para novas redes sociais.

## A força do microblog

O Twitter se manteve como a rede predileta dos influenciadores, respondendo por 62,5% das postagens, queda de 8,5 pontos percentuais sobre o primeiro relatório. A rede atrai pela praticidade de publicação, o que leva os influenciadores a utilizarem mais o microblog para comentários pontuais ou conteúdos menos elaborados. O Instagram foi a mídia com maior crescimento relativo entre as duas versões: 3,8 pontos percentuais.

## Quem é quem

Aplicando a mesma metodologia da primeira edição, o relatório dividiu os influenciadores em 11 diferentes tipos, baseados na forma como se declaram para seus seguidores e como se comportam nos vídeos e postagens. Cinco tipos se destacam pela maior média de engajamento nas publicações e, juntos, representam 59% dos conteúdos analisados: produtores de conteúdo, analistas, traders, investidores independentes e especialistas.

O destaque é o produtor de conteúdo, categoria com mais influenciadores ativos (53), maior número de publicações (78,4 mil) e maior média de engajamento (2,6 mil interações). As casas de análise foram as que mais caíram em média de engajamento entre os dois relatórios: 28%, perdendo o lugar que ocupava no top 5. Ainda assim, essas empresas têm a quarta maior audiência entre todas as tipologias.

## Sobre a pesquisa

A ANBIMA monitora e acompanha os influenciadores digitais que falam sobre investimentos desde setembro de 2020 com o apoio do IBPAD. A partir da análise de postagens públicas feitas por esses players, foram identificados os assuntos e produtos financeiros mais falados, categorias de influenciadores, estratégias de atuação e os principais porta-vozes em cada rede. Em 2021, foi publicado o [primeiro relatório FInfluence: quem fala de investimentos nas redes sociais](#), com dados do início do projeto até 5 de fevereiro. Nesta segunda edição, foram mapeadas aproximadamente 406 mil postagens feitas por 277 influenciadores de investimentos de 6 de fevereiro a 31 de dezembro. Esses atores comandam 612 perfis no Instagram, Twitter, YouTube e Facebook e alcançam uma audiência de 91,5 milhões de seguidores.

**Fonte:** [Anbima](#), em 24.02.2022.