

Fundos ESG: reunimos todas as informações sobre a identificação destes fundos num único lugar

Nossa página especial funcionará como um repositório de informações sobre o tema

Lançamos uma [página especial](#) no nosso site com todos os documentos e informações sobre a identificação de **fundos sustentáveis**. Desde janeiro, as instituições financeiras podem identificar seus **fundos ESG** (critérios ambientais, sociais e de governança, na sigla em inglês) de ações e renda fixa, seguindo as regras do nosso [Código de Administração de Recursos de Terceiros](#).

[+ Confira a página especial sobre fundos ESG](#)

“A página especial será um repositório de informações sobre o processo de identificação de fundos ESG. Ela vai facilitar a consulta das instituições aos documentos relacionados a este tema e será atualizada sempre que preciso”, explica **Juliana Agostino**, nossa gerente de Representação.

Entre os materiais da página estão as normas da autorregulação com os critérios para identificação dos fundos; o Guia ESG que auxilia o mercado no cumprimento das regras; as respostas das principais dúvidas dos players; as notícias relacionadas ao assunto, entre outros.

Saiba mais sobre a identificação de fundos

As instituições financeiras devem identificar fundos com objetivo/mandato de investimento 100% sustentável. Eles levam o sufixo IS (Investimento Sustentável) no nome e nenhum investimento pode comprometer-lo.

Também serão reconhecidos os fundos que integram aspectos ESG em seu processo de gestão, mas não têm o investimento sustentável como objetivo principal. Eles não podem usar o sufixo IS, mas têm uma diferenciação dos demais: utilizam a frase com o conteúdo “esse fundo integra questões ESG em sua gestão” nos materiais de venda voltados aos investidores.

Influenciadores de investimento têm mais engajamento quando falam de produtos financeiros

Moedas, ações e criptomoedas lideraram postagens entre fevereiro e dezembro de 2021, segundo levantamento da ANBIMA

Posts sobre **produtos financeiros** conseguem mais interações do público (como curtidas, comentários e compartilhamentos) do que publicações sobre assuntos gerais do universo financeiro. É o que revela a segunda edição da pesquisa **FInfluence - quem fala de investimentos nas redes sociais**, que realizamos em parceria com o **IBPAD** (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados). Segundo o levantamento, posts sobre produtos financeiros resultaram em 44,5% mais engajamento do que os demais.

[+ Conheça o relatório FInfluence na íntegra.](#)

Foram analisados 406 mil posts públicos feitos por 277 influenciadores digitais de fevereiro a dezembro de 2021. Desse total, 271 falaram sobre produtos financeiros. Os produtos foram citados 107 mil vezes, com um engajamento médio de 1.648 ações dos seguidores, ou seja, curtidas, comentários e compartilhamentos. Enquanto isso, as publicações gerais sobre investimentos ficaram com engajamento médio de 1.140.

“Cada vez mais, a busca das pessoas é por algum tipo de aconselhamento: elas querem saber quais as opções de investimento adequadas para elas, como escolher e como investir na prática. Então faz todo sentido que conteúdos que expliquem um produto didaticamente gerem mais audiência e engajamento que a explicação de conceitos e dicas de educação financeira de forma mais geral”, explica **Marcelo Billi**, nosso superintendente de Comunicação, Certificação e

Educação de Investidores.

Os mais citados

Três produtos responderam por 72,8% de todas as menções sobre produtos de investimento: **moedas** (com destaque para o dólar e o real), **ações e criptomoedas**.

“O comportamento do câmbio puxou as moedas para o maior número de citações, superando inclusive as ações, que, ao longo do ano, dominaram as conversas dos influenciadores nas redes sociais”, comenta Billi. “As criptomoedas são novidade e despertam muito interesse tanto de investidores mais experientes quanto das pessoas que estão dando os primeiros passos”.

Os **dividendos** e os **fundos imobiliários** aparecem em quarto e quinto, com 11 mil e 6 mil menções, respectivamente. Os **BDRs** (Brazilian Depositary Receipts) foram os produtos que mais perderam espaço, mesmo com o tema ganhando atenção da mídia especializada por conta da proposta da CVM para mudança de regras. Eles caíram três casas na lista dos produtos mais falados: saíram de sétimo lugar na primeira edição do relatório para a décima posição.

Produto	Menções	Participação
Moedas	29.206	27,0%
Ações	26.499	24,5%
Criptomoedas	23.013	21,3%
Dividendos	11.538	10,6%
Fundos imobiliários	5.966	5,5%
Poupança	2.838	2,6%
Commodities	2.204	2,0%
CDI	1.555	1,4%
Tesouro Direto	1.218	1,1%
Outros	3.899	4,0%
Todos	107.936	100,0%

Variações

Na comparação com o primeiro relatório, que analisou dados de 23 de setembro de 2020 a 5 de fevereiro de 2021, o produto que mais cresceu em citações foram as commodities, com alta de 302,2% e chegando a 2.204 menções na publicação mais recente.

Com as elevações da **taxa Selic**, que saiu de 2% em fevereiro de 2021 para 9,25% em dezembro, o **Tesouro Direto**, a **poupança** e o **CDI** também ganharam relevância em volume de posts, com altas de 265,7%, 235,4% e 214,1%, respectivamente. A quinta maior variação ficou com as criptomoedas, com crescimento de 213,4%.

Tipos de influenciadores

O monitoramento divide os influenciadores em onze categorias com base na forma como eles próprios se declaram para seus seguidores e no comportamento deles em vídeos e postagens. Essas tipologias são adotadas desde a primeira edição.

Foram três os tipos de influenciadores que mais falaram sobre produtos ou serviços: os chamados **portais especializados** (sites de informação focados em economia, finanças e

investimentos); **produtores de conteúdo** (influenciadores que divulgam conteúdos elaborados, com escopo de atuação abrangentes e têm na atividade, na maioria dos casos, o foco profissional – é a principal categoria, com 53 influenciadores); e **analistas** (são pessoas que podem trabalhar em casas de análise de investimento ou atuar de maneira independente com a produção de análises técnicas e indicações de investimentos). Juntos, somam cerca de 53% das menções totais.

Os demais tipos de influenciadores são traders, especialistas, educadores financeiros, investidores independentes, assessorias/corretoras, casas de análise, empresas de software e portais de educação.

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 17.03.2022.