



TrackInvestidor 2010

Entendendo o consumidor-acionista e sua relação com a sustentabilidade empresarial

TrackInvestidor 2010

Entendendo o consumidor-acionista e sua relação com a sustentabilidade empresarial



O mercado de capitais tem ganhado um novo ator: o **investidor pessoa física**, vindo já não do topo da pirâmide social, mas das classes média e média-alta.

Ao todo somam perto de 2 milhões os consumidores-acionistas e as expectativas são de que, no mínimo, triplique nos próximos 3 anos.

Segundo a BM&FBOVESPA, em janeiro de 2010, cerca de **30% da movimentação do mercado de ações** partiu de consumidores que confiam no mercado de capitais para a possibilidade de ganhar dinheiro.

A **democratização do mercado acionário** tem inúmeras vantagens, mas representa também um **desafio para as empresas** de capital aberto na medida em que se multiplica o número de agentes com influência nas suas oportunidades de crescimento, na sua saúde financeira e nas apostas que elas fazem.

- ❑ Quem é o novo investidor pessoa física? Como ele muda de ano a ano?
- ❑ Quanta informação tem o acionista-consumidor e quais fontes de conhecimento utiliza?
- ❑ Quais critérios de seleção são priorizados?
- ❑ Qual a importância dos ativos não financeiros (como a RSE e atuação ambiental) na hora de investir?

TrackInvestidor 2010

Entendendo o consumidor-acionista e sua relação com a sustentabilidade empresarial

Pesquisa qualitativa inédita da Market Analysis, completada em 2009, visando entender o peso de ativos financeiros e não financeiros no cálculo desses investidores, descobriu que boa parte deles enxerga menos riscos em investir em empresas sustentáveis.

Considerando apenas essa questão, surgem 4 perfis de investidores:



Investidor Sustentável

Vê menos risco em empresas sustentáveis e prioriza RSE por cima de rendimentos



Investidor Moderno

Vê menos risco em empresas sustentáveis, mas ainda prioriza rendimentos por cima de RSE



Investidor Iniciante

Atribui mais risco a empresas sustentáveis, mas pensa que RSE é mais importante que lucro



Investidor Tradicional

Atribui mais risco a empresas sustentáveis e privilegia resultados financeiros por cima de atuação socioambiental

Mas...

- ❑ Qual é a percepção que esses segmentos têm das diferentes empresas?
- ❑ Quais são os setores vistos como mais e menos promissórios e os motivos dessa visão?
- ❑ Quais as expectativas e necessidades dos investidores? Como atendê-las?

TrackInvestidor 2010

Entendendo o consumidor-acionista e sua relação com a sustentabilidade empresarial

Com o objetivo de entender as percepções e hábitos do investidor brasileiro, a Market Analysis está lançando em 2010 o **TrackInvestidor**, único estudo sindicado anual com investidores pessoa física e intermediários do mercado de capitais junto ao acionista particular.

O estudo tem como **objetivos** levantar detalhes sobre:

- ❑ **Perfil demográfico do Investidor** (idade, classe, região, renda, valor investido);
- ❑ Incidência de **tipos de investimentos** (ações diretas, fundos de investimento);
- ❑ **Determinantes de escolha** (compra e venda por impulso, fatores que influenciam na escolha de investimentos, peso relativo de ativos financeiros e não financeiros, importância do balanço social na imagem da empresa e escolha de investimento) ;
- ❑ Nível de **conhecimento e fontes de informação** sobre o mercado de capitais;
- ❑ Percepção sobre **situação do mercado de capitais e empresas específicas**;
- ❑ Fatores **limitadores e alavancas** do investimento;
- ❑ **Empresas** consideradas **mais e menos seguras** para investir e motivos da avaliação.





Metodologia

- Entrevistas telefônicas
- N=500 investidores finais
- N=100 intermediários (corretoras, clubes de investimento, administradores de fundos mútuos)
- Casos distribuídos em 6 capitais e 3 cidades de porte intermediário:

Capitais:

Brasília
São Paulo
Rio de Janeiro
Recife
Porto Alegre
Curitiba

Cidades:

Campinas
Betim
Florianópolis



Controle de Qualidade

- ❑ A todos os entrevistados será garantida a total confidencialidade sobre os dados fornecidos do estudo, segundo os padrões de ética e prática de pesquisa da ABEP;
- ❑ Todas as entrevistas serão realizadas por entrevistadores com experiência prévia de 2 anos em entrevistas com públicos de elite;
- ❑ 100% das entrevistas serão supervisionadas;
- ❑ 20% das entrevistas serão verificadas através de recontato com o entrevistado;
- ❑ Todas as atividades de responsabilidades da Market Analysis seguirão os parâmetros e os códigos de conduta da **ESOMAR** e da **ABEP**, entidades das quais somos membros ativos e únicos na região Sul/SC respectivamente

Produto

Os resultados da pesquisa **TrackInvestidor 2010** comporão um **relatório geral** contendo as informações sobre os acionistas pessoa física e a demanda por investimento no mercado brasileiro de capitais, organizado conforme os objetivos antes mencionados.

Além desse adquirir esse relatório, é possível **incluir no estudo perguntas específicas sobre uma empresa** e seu setor de atuação. A partir dessas perguntas, a Market Analysis produzirá um **relatório customizado**, fornecendo insights como:

- ❑ A **avaliação do desempenho** da empresa;
- ❑ Os **motivos de investimento** na mesma;
- ❑ A contribuição das ações de cidadania empresarial e o balanço social na reputação e disposição a investir em empresas;
- ❑ As **oportunidades e brechas** de comunicação perante os acionistas potenciais e reais da empresa.

Sobre a Market Analysis

A Market Analysis é um instituto de pesquisa de mercado e opinião pública, com mais de 10 anos de experiência, e especializado em estudos com consumidores e stakeholders.

Nossa expertise está direcionada a pesquisas sobre:

- ❑ Responsabilidade social
- ❑ Sustentabilidade e reputação empresarial
- ❑ Consumo consciente e mercado verde
- ❑ Patrocínio esportivo-cultural

Responsabilidade Social Corporativa



Monitor Reputação Empresarial



Barômetro Ambiental



Sponsor Tracker



Somos um dos institutos referência na área diante da mídia e entidades do setor, e temos parceria em publicações com as revistas **Ideia Socioambiental** e **Filantropia**.

ideia
SOCIOAMBIENTAL

filantropia
Responsabilidade Social Terceiro Setor



TrackInvestidor 2010

Entendendo o consumidor-acionista e sua relação com a sustentabilidade empresarial



Investimento:

- ❑ Relatórios impresso e customizado com inserção de até 5 perguntas: **R\$ 60.000,00** (relatório em formato .ppt com informações direcionados para o setor de atuação da empresa).
- ❑ Inserção de perguntas adicionais: **R\$ 1.900,00 por pergunta.**

Produto Final:

- ❑ 1 exemplar impresso do relatório **TrackInvestidor 2010.**
- ❑ Apresentação em PowerPoint do relatório customizado com análise das perguntas inseridas e relevantes para o setor/empresa.
- ❑ Tabelas detalhadas e etiquetadas.
- ❑ 2 cópias da versão digital do relatório em formato PDF.
- ❑ 1 apresentação pessoal.

Contato

Fabián Echegaray
fabian@marketanalysis.com.br

Rua Félix Kleis, 23 - Santa Mônica
CEP: 88035-330 Florianópolis/SC - Brasil
Telefone: +55 (48) 3364-5853
Fax: +55 (48) 3234-8573

www.marketanalysis.com.br