

# O novo cenário para gestão de recursos independentes

## Palavra do gestor

Cassiano Morelli



A indústria de gestão de recursos independente quando do seu início, na segunda metade dos anos 90, era composta por algumas assets, em sua maioria formada por poucos profissionais egressos de bancos de investimentos, que passaram a aplicar seus conhecimentos e capacidades de prever cenários, desenvolvendo estratégias em fundos de ações ou hedge funds. Essas companhias desenvolviam produtos que pudessem maximizar os ganhos dos fundos e, de certa

maneira, além de produtos inovadores traziam para seus investidores um outro patamar de alinhamento de interesses, uma vez que fundos de investimento eram os únicos produtos oferecidos, diferentemente do que ocorria quando esses profissionais atuavam nos bancos.

Com forte capacidade de gestão, as assets de sucesso focavam nos produtos, sendo seus relacionamentos comerciais baseados na distribuição junto à private banks, family-offices e, ainda timidamente, para investidores institucionais. Via de regra, os fundos apresentavam melhores resultados do que os produtos bancários, mas também traziam uma maior volatilidade, o que, de certa forma, explicava a destinação do produto a esses assessores que administravam recursos de investidores com grandes volumes de capital.

Essa foi a dinâmica da indústria para os independentes por mais de duas décadas: foco no produto; investidores com elevada capacidade financeira; poucos distribuidores.

O que vimos surgir de alguns poucos anos para cá é que vem alterando essa dinâmica foi a mudança no cenário de distribuição: com o surgimento de novos tipos de canais de distribuição capazes de acessar um volume significativo de clientes (varejo e afluentes), explorando para tal o conceito de arquitetura aberta (ofertando aos seus clientes produtos de diversas casas, e não apenas produtos próprios).

Esses clientes anteriormente não tinham acesso aos produtos das assets independentes, uma vez que seus prepostos financeiros (os bancos de varejo) ofereciam apenas produtos próprios. Com o desenvolvimento dessas novas plataformas de distribuição, os investidores passaram a acessar uma gama brutalmente maior de produtos, não apenas de mais gestores, mas também de novas estratégias.

Se por um lado, o investidor passa a enxergar um novo mundo de oportunidades, pelo lado dos gestores independentes, esses não apenas veem a sua potencial base de clientes

aumentar significativamente, mas também precisam, sob nova ótica, adaptar ou criar novos produtos dedicados a necessidade dessa nova classe de clientes. A primeira mudança, já superada, refletiu-se na redução do valor mínimo de investimento para alguns dos produtos. Mas essa foi a menor de todas as mudanças.

Num mundo com significativa evolução tecnológica, a interação entre distribuidor, investidor e cliente aprimora-se, e os dados, informações e interações tornam-se imprescindíveis para que o gestor possa desenhar seus novos produtos, não apenas pensando nas oportunidades de negócio, mas adaptando-as às necessidades de seus clientes. Se a indústria guiava-se, até então, com foco exclusivo no produto, para que tenha sucesso junto a esse novo "mundo", o foco no cliente torna-se indispensável.

Ainda considerando tanto a evolução da indústria quanto a tecnológica, três pontos são altamente relevantes neste novo cenário em relação a informação: acesso fácil e flexível, clareza e segurança.

A informação deve chegar ao cliente da forma que seja mais conveniente, no formato que melhor o atenda e disponível no momento que necessite (ainda que seja desafiador, a era de conexão, smartphones e afins facilita esse aspecto).

Cada investidor tem um objetivo diferente, e na apresentação dos resultados, é necessária uma linguagem que permita ao cliente entender integralmente os dados e correlacioná-los com seus objetivos financeiros, concluindo de forma simples se está obtendo sucesso no alcance de suas metas.

Ao mesmo tempo que a tecnologia permite o acesso, traz a preocupação em relação à segurança. Logo, controles firmes e políticas de cibersegurança aprimoradas devem ser uma preocupação constante de todos os participantes dentro desse quadro.

Ainda na esfera de segurança, uma estrutura robusta com importância dada aos controles de riscos, áreas dedicadas ao acompanhamento de produtos e atividades, além de consistentes políticas de compliance com total

transparência desses processos, completam essa nova conjuntura.

O novo cenário gerou a necessidade de adaptações em relação a um status que durou mais de 20 anos, mas as oportunidades parecem crescer de forma desproporcionalmente positivas. Se considerarmos que a parcela de investidores de varejo que já aderiram a essa nova oportunidade ainda é pouco significativa em relação ao todo, mas que se trata de uma tendência crescente, inclusive pelo fato de os grandes bancos estarem consistentemente aderindo à arquitetura aberta, podemos imaginar o quanto esse mercado ainda terá para crescer e servir melhor seus atuais e futuros clientes.

**Cassiano Morelli** é diretor de Operações da Claritas Investimentos  
**E-mail:** comunicacao@claritas.com.br

Este artigo reflete as opiniões do autor, e não do jornal Valor Econômico. O jornal não se responsabiliza e nem pode ser responsabilizado pelas informações acima ou por prejuízos de qualquer natureza em decorrência do uso destas informações.