



**TRUST**<sup>®</sup>  
CERTIFICAÇÕES

# Módulo II - CPA 10

Prof. Chagas Silva

MAIO/2025



# Chagas SILVA

CEA - ANBIMA

---

## FORMAÇÃO ACADÊMICA

Economista, Especialista em Mercado Financeiro e de Capitais - PUC Minas | MBA em Finanças e Análise de Risco pela Universidade do Norte do Paraná.  
Linkedin: Chagas Silva, CEA

## EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Mais de 13 anos de experiência com comercialização de produtos e serviços financeiros dos Segmentos Empresarial e Pessoa Física Varejo e Alta Renda.

## PROJETO CPA 10

- Disponibilizar materiais em PDF com distribuição gratuita sendo VEDADA sua distribuição ou comercialização por terceiros. O material possui todos os direitos reservados à TRUST EDUCAÇÃO FINANCEIRA E CERTIFICAÇÕES.
- Os demais módulos serão disponibilizados para download em nosso site [www.trusteduca.com.br](http://www.trusteduca.com.br).
- Estamos desenvolvendo ainda vídeo aulas que serão ofertadas no curso completo.

## OUTROS MATERIAIS

Buscamos sempre te manter bem informado através dos nossos canais. **Baixe gratuitamente** o TRW (Trust Report Week) - Relatório de Economia Brasileira e confira também nosso blog de finanças em [www.trusteduca.com.br](http://www.trusteduca.com.br)

**Nos siga em nossas redes sociais:**

**Instagram:** @trust.educacaofinanceira

**YouTube:** Trust Educação Financeira

## MÓDULO II – CPA 10 ANBIMA (Proporção: 15 a 20%)

---

### Ética, Regulamentação e Análise do Perfil do Investidor

#### 1. Código de Distribuição de Produtos de Investimento

**1.1 Objetivo e Abrangência (Título I - Cap. I):** O Código de Distribuição de Produtos de Investimento tem como objetivo **estabelecer normas e diretrizes** para a comercialização de produtos de investimento, assegurando a **proteção dos investidores e a transparência das operações**. Ele se aplica a todas as instituições financeiras e profissionais envolvidos na distribuição desses produtos.

**1.2 Princípios Gerais de Conduta (Título II - Cap. III):** Os princípios gerais de conduta definem que a distribuição deve ser feita com **integridade, transparência e respeito pelos interesses dos investidores**. As instituições devem atuar de maneira ética, fornecendo informações claras e precisas sobre os produtos e evitando práticas que possam prejudicar os investidores.

#### 1.3 Distribuição de Produtos de Investimento – Regras Gerais (Título III - Cap. IV):

##### A. Conheça seu Cliente (Cap. V)

- As instituições devem realizar um processo detalhado de conhecimento do cliente, identificando seu **perfil de risco, objetivos financeiros e necessidades**. Essa informação é essencial para oferecer produtos adequados e personalizados.

##### B. Suitability (Cap. VI)

- A prática de suitability requer que os produtos de investimento recomendados estejam alinhados com o perfil e os objetivos do cliente. As instituições devem garantir que as **recomendações sejam adequadas** e não prejudiquem o investidor.

##### C. Publicidade (Cap. VII)

- A publicidade dos produtos de investimento deve ser **clara, honesta e não enganosa**. Devem ser apresentados de forma transparente todos os riscos e características dos produtos, evitando promessas exageradas e informações que possam induzir o investidor ao erro.

##### D. Transparência na Remuneração do Distribuidor (Cap. VIII)

- É necessário que as instituições **divulguem** de forma transparente a remuneração recebida pela distribuição de produtos de investimento. Isso inclui

**comissões, taxas e outras formas de compensação**, para garantir que o investidor saiba como a instituição é compensada.

#### E. **Serviços de Intermediação no Exterior (Cap. X)**

- As regras para serviços de intermediação no exterior estabelecem que as instituições devem seguir normas e regulamentações adequadas, respeitando as leis locais e garantindo a proteção dos investidores.

#### F. **Transferência de Produtos de Investimento (Cap. XI)**

- As regras para a transferência de produtos de investimento envolvem a garantia de que as transferências sejam realizadas de forma segura e eficiente, respeitando os direitos dos investidores e evitando práticas que possam prejudicar a integridade das operações.

#### G. **Apuração de Valores de Referência (Cap. XII)**

- As instituições devem seguir critérios claros e objetivos para a apuração de valores de referência, garantindo que as informações utilizadas sejam precisas e reflitam corretamente as condições do mercado.

### **1.4 Documento de Regras e Procedimentos de Distribuição de Produtos de Investimento**

**1.4.1 Objetivo e Abrangência (Cap. I)** O Documento de Regras e Procedimentos de Distribuição de Produtos de Investimento estabelece diretrizes específicas para a distribuição de produtos financeiros. Seu objetivo é assegurar que as práticas de distribuição sejam conduzidas de acordo com normas que garantam a proteção dos investidores e a conformidade regulatória.

#### **1.4.2 Da Atividade de Distribuição de Produtos de Investimento - Regras Gerais (Cap. II – Seção I)**

- **Divulgação de informações por meios eletrônicos (Seção II)**
  - As informações sobre produtos de investimento **devem ser divulgadas de maneira clara e acessível por meios eletrônicos**, como websites e plataformas digitais. A divulgação deve garantir a precisão e a facilidade de acesso às informações relevantes.
- **Canais digitais (Seção III)**
  - O uso de canais digitais para a distribuição de produtos deve seguir normas que **assegurem a integridade e a segurança das informações**. As plataformas digitais devem proporcionar um ambiente seguro para as transações e para a comunicação com os investidores.
- **Remuneração do distribuidor (Seção IV)**

- A remuneração dos distribuidores deve ser transparente e divulgada de forma clara. As instituições devem informar aos investidores sobre todos os custos e comissões envolvidos, garantindo que não haja conflitos de interesse que possam prejudicar o cliente.

**1.4.3 Conheça seu Cliente (Cap. III)** O processo de conhecer o cliente envolve a coleta de informações detalhadas sobre seu perfil financeiro e suas necessidades. Essa prática é essencial para garantir que os produtos recomendados sejam adequados e atendam às expectativas e objetivos do investidor.

#### **1.4.4 Suitability – Regras Gerais (Cap. IV Seção I)**

- **Classificação do cliente (Seção II)**
  - Os clientes devem ser classificados com base em seu **perfil de risco, objetivos financeiros e experiência**. Essa classificação ajuda a determinar quais produtos são mais adequados para cada investidor.
- **Classificação dos produtos de investimento (Seção III); Classificação de risco (Subseção I); Categoria de produtos de investimento (Subseção II)**
  - Os produtos de investimento são classificados de acordo com seu risco e categoria. A classificação de risco ajuda a **identificar o nível de risco associado a cada produto**, enquanto a categoria define o **tipo de investimento** (ex.: ações, renda fixa, fundos).

**1.4.5 Transferência de Produtos de Investimento – Regras Gerais (Cap. IX Seção I)** As regras para a transferência de produtos de investimento garantem que as transferências sejam feitas de forma segura e eficiente, respeitando os direitos dos investidores e as normas regulatórias. A transparência e a precisão nas operações de transferência são essenciais para manter a integridade do processo.

- **Transferência de cotas de classes de fundos de investimento (Seção II)**
  - A transferência de cotas entre classes de fundos de investimento deve seguir regras específicas que garantam a transparência e a equidade. As instituições devem assegurar que essas transferências sejam processadas de forma justa e de acordo com as condições estabelecidas pelos fundos.

#### **1.4.7 Apuração de Valores de Referência (Cap. X)**

- **Crítérios para a Apuração de Valores de Referência dos Títulos (Seção VI)**
  - A apuração de valores de referência dos títulos deve **seguir critérios objetivos e padronizados**. Esses critérios ajudam a garantir que os valores de mercado utilizados para avaliação sejam precisos e reflitam as condições atuais do mercado.
- **Regras Gerais (Seção VII); Responsabilidades (Subseção I)**

- As regras gerais para a apuração de valores de referência estabelecem procedimentos para garantir a precisão e a confiabilidade dos valores reportados. As responsabilidades incluem a obrigação das instituições de assegurar que a apuração seja feita de **forma correta e em conformidade com as normas estabelecidas**.

#### 1.4.8 Publicidade – Regras Gerais (Cap. XI Seção I)

- **Material Publicitário (Seção II)**

- O material publicitário deve ser elaborado de forma a fornecer informações claras e precisas sobre os produtos de investimento. Deve evitar exageros e garantir que todas as informações relevantes sobre riscos e características estejam disponíveis para os investidores.

- **Material Técnico (Seção III)**

- O material técnico deve apresentar **informações detalhadas e técnicas** sobre os produtos de investimento. Deve ser desenvolvido de maneira que permita uma **compreensão adequada** por parte dos investidores e que seja **fiel às características reais** dos produtos.

- **Avisos Obrigatórios (Seção VI)**

- Avisos obrigatórios devem ser incluídos em todo material publicitário e técnico. Esses avisos têm a função de **alertar** os investidores sobre **riscos específicos, custos e outras informações importantes** que possam impactar sua decisão de investimento.

#### 1.4.9 Regras e Procedimentos de Distribuição para Fundos de Investimento – Objetivo e Abrangência (Anexo II Capítulo I)

- **Divulgação de Informações (Cap. II)**

- As regras para a divulgação de informações sobre fundos de investimento garantem que todas as informações relevantes sejam disponibilizadas de maneira clara e acessível aos investidores. Isso inclui **informações** sobre a **gestão do fundo, desempenho, custos e riscos envolvidos**.

## 2. Prevenção Contra a Lavagem de Dinheiro

**Conceito de Lavagem de Dinheiro:** A lavagem de dinheiro é o processo de tornar legal o dinheiro obtido de atividades ilícitas, ocultando sua origem criminosa. O objetivo é fazer com que o dinheiro pareça ter origem legítima, facilitando seu uso no sistema financeiro e na economia.



## LAVAGEM DE DINHEIRO

As três etapas...



A lavagem de dinheiro é o processo de transformar recursos obtidos ilegalmente em ativos aparentemente legais. Esse processo geralmente ocorre em **três etapas principais: colocação, ocultação** (ou dissimulação), e **integração**.

### 1ª Etapa - Colocação:

Na etapa de colocação, o dinheiro ilícito é **inserido no sistema financeiro**. Isso pode ser feito de diversas maneiras, como **depósitos** em contas bancárias, compra de bens de alto valor (joias, obras de arte, carros de luxo), ou **até mesmo através de negócios legítimos** que movimentam grandes quantias de dinheiro, como cassinos e restaurantes.

**Exemplo:** Um criminoso que obteve dinheiro através de tráfico de drogas pode usar um negócio de fachada, como um bar ou restaurante, para depositar pequenas quantidades de dinheiro em várias contas bancárias diferentes, evitando assim chamar a atenção das autoridades.

### 2ª Etapa - Ocultação (Dissimulação):

Na fase de ocultação, o objetivo é dificultar o rastreamento da origem ilegal do dinheiro. Isso pode envolver a **realização de várias transações financeiras complexas**, como transferências entre diferentes contas bancárias, ou até mesmo o envio de dinheiro para o exterior através de paraísos fiscais. O uso de empresas de fachada, laranjas ou estruturas corporativas complexas também é comum nesta fase.

**Exemplo:** O mesmo dinheiro do tráfico de drogas, depois de ter sido colocado no sistema financeiro, pode ser transferido para várias contas em diferentes países, ou usado para comprar e vender ativos rapidamente, criando um rastro complexo e difícil de seguir.

### 3ª Etapa - Integração:

A etapa final é a integração, onde o dinheiro "limpo" é **reintroduzido na economia** de forma legítima, como se fosse o produto de atividades comerciais normais. Neste ponto, o dinheiro

pode ser investido em negócios legítimos, imóveis, ou outros ativos que agora parecem ter uma origem legal.

**Exemplo:** O dinheiro inicialmente proveniente do tráfico de drogas, após ser ocultado através de várias transações, pode ser usado para comprar uma empresa legítima ou investir em imóveis de luxo, completando o ciclo de lavagem.

Essas etapas são usadas em conjunto para garantir que os recursos ilícitos possam ser usados livremente sem levantar suspeitas das autoridades. Combater a lavagem de dinheiro é um desafio constante para os governos e instituições financeiras, que utilizam diversas ferramentas e regulamentações para detectar e prevenir essas atividades.

**2.1 Legislação e Regulamentação Aplicável – Crime e Infração Administrativa:** A legislação e regulamentação contra a lavagem de dinheiro incluem leis que definem o crime de lavagem de dinheiro e estabelecem penalidades para infrações administrativas. As leis exigem que as instituições financeiras implementem medidas para prevenir e detectar atividades suspeitas. As penalidades podem incluir multas e sanções administrativas para entidades e pessoas físicas envolvidas. De acordo com o artigo 1º da Lei nº 9.613/1998, **a pena para o crime de lavagem de dinheiro** é:

- **Reclusão** de 3 a 10 anos, além de **multa**.

**2.2 Responsabilidades Administrativa e Legal. Entidades e Pessoas Físicas Sujeitas à Lei e à Regulamentação:** As responsabilidades administrativas e legais para prevenir a lavagem de dinheiro **recaem sobre instituições financeiras, empresas e pessoas físicas** que operam no setor financeiro. Essas entidades devem implementar políticas e procedimentos para identificar e relatar atividades suspeitas e garantir conformidade com a regulamentação.

**2.3 Modelo de Abordagem Baseada em Risco** A abordagem baseada em risco para prevenção da lavagem de dinheiro envolve a identificação e a gestão dos riscos associados às atividades financeiras.

- **Avaliação Interna de Risco:**
  - As instituições devem realizar avaliações internas de risco para **identificar vulnerabilidades e áreas de maior risco**. Isso inclui a análise de operações e clientes para entender onde podem ocorrer atividades ilícitas.
- **Política Direcionada às Características e Riscos Relevantes da Instituição:**
  - As políticas e procedimentos devem ser adaptados às características e riscos específicos da instituição. Isso envolve criar medidas que abordem os riscos identificados durante a avaliação interna.
- **Controle de Efetividade das Políticas e Procedimentos:**

- É crucial **monitorar e avaliar regularmente a eficácia** das políticas e procedimentos implementados. As instituições devem revisar e atualizar suas práticas para garantir que permaneçam eficazes na prevenção da lavagem de dinheiro.

**2.4 Princípio do “Conheça Seu Cliente”** O princípio de “conheça seu cliente” é fundamental para identificar e entender a identidade e os objetivos dos clientes, ajudando a prevenir atividades ilícitas.

- **Função do Cadastro e Implicações de um Cadastro Desatualizado e Análise da Capacidade Financeira do Cliente**
  - O cadastro do cliente deve ser **completo e atualizado** para garantir a precisão das informações. Um cadastro desatualizado pode levar a riscos de compliance e dificuldades na identificação de atividades suspeitas. A análise da capacidade financeira do cliente é essencial para avaliar a legitimidade das transações.
- **O Princípio “Conheça Seu Cliente” Como Forma de Proteção da Instituição Financeira e do Profissional**
  - Aplicar o princípio “conheça seu cliente” ajuda a **proteger** a instituição financeira e seus profissionais de **riscos associados a atividades ilícitas**. A identificação e a compreensão do cliente reduzem a probabilidade de envolvimento em lavagem de dinheiro e outras atividades fraudulentas.

**Registro de Operações:** As instituições devem manter registros detalhados de todas as operações financeiras realizadas. Esses registros ajudam na **detecção de padrões suspeitos** e na análise de atividades que podem estar relacionadas à lavagem de dinheiro.

## 2.5 Operações Suspeitas

- **Caracterização**
  - Operações suspeitas são aquelas que, por sua natureza ou volume, podem indicar lavagem de dinheiro ou outras atividades ilícitas. Características podem incluir transações incomuns ou inconsistentes com o perfil do cliente.
- **Obrigatoriedade de Comunicação e Controle – Instituições, Empresas e Autoridades Competentes**
  - As instituições e empresas são obrigadas a comunicar operações suspeitas às autoridades competentes, como o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF). O controle e o reporte adequado ajudam na investigação e prevenção de atividades ilícitas.

**2.6 Indisponibilidade de Bens, Direitos e Valores em Decorrência de Resoluções do Conselho de Segurança das Nações Unidas:** A indisponibilidade de bens, direitos e valores pode ser determinada por resoluções do Conselho de Segurança das Nações Unidas, geralmente em relação a indivíduos ou entidades envolvidas em atividades ilícitas, como

terrorismo. As instituições devem cumprir essas resoluções, congelando os ativos conforme necessário.

**2.7 Princípio do “Conheça Seu Parceiro”:** O princípio “conheça seu parceiro” se refere à necessidade de entender e avaliar a legitimidade e os riscos associados aos parceiros de negócios. Isso é importante para evitar associações com entidades envolvidas em atividades ilícitas e garantir que as parcerias estejam em conformidade com as regulamentações.

### 3. Ética na Venda

**3.1 Venda Casada:** ocorre quando um vendedor **condiciona a compra de um produto ou serviço à aquisição de outro**, forçando o consumidor a comprar algo que não deseja. Essa prática é ilegal e antiética, pois limita a liberdade de escolha do cliente e pode ser prejudicial ao mercado.

#### 2.3.2 Restrições do Investidor: Idade, Horizonte de Investimento, Conhecimento do Produto e Tolerância ao Risco

- **Idade:** A idade do investidor pode influenciar suas decisões de investimento e a adequação dos produtos oferecidos.
- **Horizonte de Investimento:** Refere-se ao período em que o investidor pretende manter um investimento. Produtos devem ser recomendados de acordo com esse horizonte.
- **Conhecimento do Produto:** O investidor deve ter compreensão suficiente sobre o produto de investimento para tomar decisões informadas.
- **Tolerância ao Risco:** Cada investidor tem uma tolerância ao risco diferente, que deve ser considerada na recomendação de produtos financeiros.

#### 3.2 Dos Crimes Contra o Mercado de Capitais

**3.2.1 Conceito de Tipologia Aberta e Suas Implicações para os Profissionais** A tipologia aberta refere-se à definição ampla de crimes financeiros, que pode abranger diversas práticas ilícitas não especificadas detalhadamente na lei. Para os profissionais, isso significa que eles devem ser diligentes e éticos, já que a legislação pode abranger novas práticas fraudulentas.

#### 3.2.2 Manipulação do Mercado

##### I. Conceito (art. 27-C da Lei nº 6.385/76)

- Manipulação do mercado envolve práticas que distorcem a oferta e demanda de ativos para **alterar artificialmente os preços**. Essas práticas são proibidas pela Lei nº 6.385/76 e visam proteger a integridade dos mercados financeiros.

##### II. Spoofing

- Spoofing é a prática de inserir **ordens de compra ou venda falsas** para enganar o mercado e influenciar o preço dos ativos. Essas ordens são retiradas antes de serem executadas, causando manipulação de preços.

### III. Layering

- Layering envolve a **colocação de múltiplas ordens de compra ou venda** que não têm a intenção de serem executadas, criando camadas de ordens para manipular os preços dos ativos e enganar outros investidores.

### IV. Manipulação de Benchmark

- Manipulação de benchmark refere-se à **tentativa de influenciar os índices de referência ou benchmarks** para beneficiar uma posição financeira específica, distorcendo a avaliação do desempenho dos ativos.

## 3.2.3 Uso Indevido de Informação Privilegiada

### I. Conceito (art. 27-D da Lei nº 6.385/76)

- Uso indevido de informação privilegiada ocorre quando alguém usa informações não públicas e relevantes para obter vantagem em transações de mercado, violando a confiança e a integridade do mercado financeiro.

### II. Insider Trading Primário

- Insider trading primário ocorre quando um indivíduo **utiliza informações privilegiadas** para negociar ações ou outros ativos antes que a informação se torne pública.

### III. Insider Trading Secundário

- Insider trading secundário refere-se ao ato de negociar com base em informações privilegiadas recebidas de outra pessoa que possui essas informações.

### IV. Repasse de Informação Privilegiada

- O repasse de informação privilegiada é quando alguém transmite informações confidenciais a terceiros para que eles possam realizar negociações com base nessa informação.

**3.2.4 Exercício Irregular de Cargo, Profissão, Atividade ou Função Regulada (art. 27-E Lei nº 6.385/76):** O exercício irregular ocorre quando alguém **realiza atividades financeiras sem a devida autorização ou registro regulamentar**, violando as leis e regulamentos do mercado de capitais. Isso pode incluir operar como corretor ou consultor sem as licenças apropriadas.

## 4. Análise do Perfil do Investidor

**4.1 Resolução CVM nº 30 – Dever de Verificação da Adequação dos Produtos, Serviços e Operações ao Perfil do Cliente (Suitability):** A Resolução CVM nº 30 estabelece a obrigação de verificar se os produtos, serviços e operações são adequados ao perfil do cliente, um processo conhecido como "suitability". O objetivo é garantir que as recomendações feitas estejam alinhadas com o perfil e as necessidades do investidor, promovendo a proteção do investidor e a integridade do mercado.

- **Finalidade e Para Quem se Aplica a Regra**

- A regra visa proteger os investidores ao assegurar que as instituições financeiras ofereçam produtos e serviços que correspondam às suas características, objetivos e tolerância ao risco. Aplica-se a todas as instituições que prestam serviços de investimento, incluindo bancos, corretoras e consultores financeiros.

#### 4.1.1 Abrangência

##### I. Perfil do Cliente

- O perfil do cliente inclui informações sobre sua situação financeira, objetivos de investimento, horizonte de tempo, conhecimento dos produtos e tolerância ao risco.

##### II. Categorias de Produtos

- Produtos devem ser categorizados com base em seu risco e complexidade para garantir que sejam adequados para o perfil do cliente.

##### III. Vedações e Obrigações

- Existem proibições contra a recomendação de produtos inadequados e obrigações de fornecer informações claras e completas aos clientes.

##### IV. Regras, Procedimentos e Controles Internos

- As instituições devem implementar regras e procedimentos para avaliar a adequação dos produtos e manter controles internos eficazes para garantir a conformidade com a resolução.

##### V. Atualizações e Dispensas

- As instituições devem atualizar o perfil dos clientes periodicamente e podem haver dispensas específicas em circunstâncias determinadas pela regulamentação.

**4.1.2 Adequação de Produtos em Função do Perfil do Investidor** A adequação dos produtos ao perfil do investidor é crucial para garantir que as recomendações estejam alinhadas com os objetivos e características do cliente. O **API (Análise de Perfil do Investidor)** ajuda a personalizar as ofertas e **garantir que os produtos sejam compatíveis com o perfil do investidor**. A venda de produtos não adequados pode ocorrer, mas é altamente desencorajada e pode resultar em penalidades para a instituição.

## 5. Conceitos de ASG (Ambiental, Social e Governança)

**5.1 Aspectos Ambientais:** Refere-se à consideração de impactos e práticas relacionadas ao meio ambiente, como a gestão de recursos naturais, emissão de poluentes e sustentabilidade ambiental. Investimentos com foco em aspectos ambientais buscam apoiar práticas que minimizam o impacto ambiental.

**5.2 Aspectos Sociais:** Envolve o impacto das práticas empresariais sobre a sociedade, incluindo questões como direitos humanos, condições de trabalho, diversidade e inclusão. Investimentos sociais buscam promover práticas que beneficiem a comunidade e respeitem os direitos dos trabalhadores.

**5.3 Aspectos de Governança Corporativa:** Relata à forma como as empresas são dirigidas e controladas, incluindo práticas de transparência, ética, responsabilidade e composição do conselho de administração. Investimentos focados em governança procuram apoiar empresas com boas práticas de governança e compliance.

**5.4 Conceitos de Investimentos ASG:** Investimentos ASG (Ambiental, Social e Governança) consideram não apenas o retorno financeiro, mas também o impacto ambiental, social e de governança das empresas. Esses investimentos buscam alinhar o desempenho financeiro com práticas sustentáveis e responsáveis, promovendo uma abordagem mais holística e ética ao investimento.

## EXERCÍCIOS

---

### 1. Código de Distribuição de Produtos de Investimento

**1.1** Qual é o principal objetivo do Código de Distribuição de Produtos de Investimento conforme definido no Título I, Capítulo I?

- a) Estabelecer regras para a comercialização de títulos públicos
- b) Garantir a transparência nas transações financeiras
- c) Proteger os investidores e assegurar a integridade do mercado
- d) Regulamentar a publicidade de produtos financeiros

**1.2** Quais são os princípios gerais de conduta estabelecidos no Título II, Capítulo III do Código de Distribuição de Produtos de Investimento?

- a) Ética, integridade e respeito ao meio ambiente
- b) Transparência, adequação e lealdade
- c) Sigilo, confidencialidade e agressividade comercial
- d) Prudência, diligência e publicidade

### 2. Conheça Seu Cliente e Suitability

**2.1** Qual é a importância do princípio "Conheça Seu Cliente" no contexto da distribuição de produtos de investimento?

- a) Para garantir o lucro máximo dos investimentos

- b) Para entender as necessidades e objetivos financeiros do cliente, assegurando que os produtos oferecidos sejam adequados ao perfil do investidor
- c) Para identificar clientes com maior potencial de investimento
- d) Para definir a melhor estratégia de marketing para cada cliente

**2.2** O que é "suitability" e como ele se aplica à venda de produtos financeiros?

- a) Um mecanismo de regulação dos mercados
- b) A adequação do produto de investimento ao perfil do investidor
- c) Uma técnica de negociação de produtos complexos
- d) A obrigação de fornecer relatórios de performance mensal ao investidor

### **3. Publicidade e Transparência na Remuneração**

**3.1** Quais são as regras gerais de publicidade para a distribuição de produtos de investimento, conforme o Título III, Capítulo VII do Código de Distribuição?

- a) A publicidade deve ser aprovada pela CVM antes de ser divulgada
- b) A publicidade deve ser clara, precisa e não induzir o investidor a erro
- c) A publicidade pode incluir previsões de rentabilidade sem ressalvas
- d) A publicidade deve focar exclusivamente nos benefícios dos produtos

**3.2** Como deve ser tratada a transparência na remuneração do distribuidor conforme o Capítulo VIII do Código de Distribuição?

- a) O distribuidor não precisa divulgar a forma como é remunerado
- b) O distribuidor deve informar ao cliente, de forma clara e transparente, como e quanto será remunerado pela distribuição de produtos de investimento
- c) A remuneração do distribuidor deve ser sempre fixa e padronizada
- d) O distribuidor deve garantir que sua remuneração não seja superior a 1% do valor investido

### **4. Prevenção Contra a Lavagem de Dinheiro**

**4.1** Qual é o conceito de lavagem de dinheiro?

- a) A prática de converter moeda estrangeira para moeda local
- b) O processo de disfarçar a origem ilícita de recursos para que pareçam legítimos
- c) A transferência de grandes somas de dinheiro entre diferentes bancos
- d) A troca de dinheiro por ativos tangíveis

**4.2** Qual é a importância do cadastro atualizado do cliente no contexto do princípio "Conheça Seu Cliente"?

- a) Facilita a cobrança de impostos pelo governo
- b) Assegura que a instituição financeira possa oferecer melhores produtos ao cliente

- c) Ajuda a identificar atividades suspeitas e a proteger a instituição contra fraudes e lavagem de dinheiro
- d) Aumenta as chances de o cliente obter empréstimos com taxas melhores

## **5. Ética na Venda**

### **5.1 O que caracteriza uma venda casada?**

- a) A oferta de dois produtos com desconto
- b) A obrigatoriedade de adquirir um produto como condição para adquirir outro
- c) A combinação de dois serviços oferecidos pela mesma instituição financeira
- d) A venda de produtos com desconto para investidores de longo prazo

### **5.2 Quais são os principais crimes contra o mercado de capitais previstos na legislação brasileira?**

- a) Lavagem de dinheiro e venda casada
- b) Manipulação de mercado e uso indevido de informação privilegiada (insider trading)
- c) Evasão fiscal e criação de pirâmides financeiras
- d) Falsificação de documentos e apropriação indébita

## **6. Análise do Perfil do Investidor**

### **6.1 Qual é o objetivo da Resolução CVM nº 30 em relação à verificação da adequação dos produtos ao perfil do cliente (suitability)?**

- a) Aumentar a rentabilidade das instituições financeiras
- b) Garantir que os produtos oferecidos sejam adequados ao perfil, objetivos e tolerância ao risco do cliente
- c) Restringir a oferta de produtos complexos para investidores inexperientes
- d) Promover a venda de produtos com maior potencial de retorno

### **6.2 O que deve ser considerado na classificação de um produto de investimento para adequação ao perfil do investidor?**

- a) Apenas a rentabilidade passada do produto
- b) O risco, a liquidez e o horizonte de investimento do produto
- c) A popularidade do produto no mercado
- d) O valor mínimo de aplicação inicial

## **7. Conceitos de ASG (Ambiental, Social e Governança)**

### **7.1 Quais são os principais aspectos que compõem os conceitos de ASG?**

- a) Agressividade, Sustentabilidade e Governança
- b) Ambiental, Social e Governança

- c) Ações, Sustentabilidade e Gestão
- d) Ativos, Segurança e Governança

**7.2** Como a incorporação de critérios ASG pode impactar a decisão de investimento?

- a) Pode aumentar os custos operacionais e reduzir a rentabilidade
- b) Pode melhorar a avaliação de riscos e gerar retornos de longo prazo mais sustentáveis
- c) Não tem impacto significativo na escolha de investimentos
- d) Apenas limita o universo de investimentos disponíveis

#### **GABARITO**

**1.1 c; 1.2 b; 2.1 b; 2.2 b; 3.1 b; 3.2 b; 4.1 b; 4.2 c; 5.1 b; 5.2 b; 6.1 b; 6.2 b; 7.1 b; 7.2 b.**