



## *News Release*

### **Regulação e demandas dos clientes direcionam novas tendências na indústria de Wealth Management**

**São Paulo, 13 de Julho de 2011** – O cenário no setor de private banking e wealth management está mudando significativamente à medida que o foco passa a ser, cada vez mais, o atendimento ao cliente e a criação de valor. Novos competidores estão desafiando o domínio das instituições já estabelecidas no segmento e o impacto provocado pelas novas regulações e demandas dos clientes estão forçando os gestores e bancos a modificar suas infraestruturas de serviço e a maneira como operam. A constatação é da pesquisa 2011 Global Private Banking and Wealth Management Survey, que a PwC Brasil está lançando hoje.

Intitulada “*Anticipating a New Age in Wealth Management*” (“*Antecipando uma nova Era na Gestão de Fortunas*”, em tradução livre), a edição de 2011 atingiu um número recorde de entrevistas: 275 organizações de 67 países. O Brasil teve participação expressiva, sendo o 4º país em quantidade de instituições participantes. No país, a PwC contou com a importante parceria da ANBIMA - Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais, cujos representantes dos comitês de Private Banking e de Gestão de Patrimônio responderam a pesquisa que é realizada a cada dois anos.

A gestão de fortunas continua sendo um negócio bastante lucrativo com potencial inestimável de crescimento para as instituições que forem ágeis para implementar mudanças e atender às contínuas demandas do mercado.

#### Principais conclusões:

- ✓ A pesquisa revelou que, em média, apenas 9% dos gestores de fortunas/private banking em nível global têm conseguido obter tanto crescimento de receita quanto de lucratividade. As instituições prevêm o surgimento de novos competidores “on e offshore” e mais de 30% delas acreditam que haverá um processo de consolidação do mercado nos próximos dois anos.

- ✓ Muito embora os clientes demandem valor claro e perceptível nos serviços prestados, a pesquisa mostra que ainda existe um caminho a percorrer para se atingir a qualidade desejada.
- ✓ A distribuição proporcional dos custos das instituições brasileiras está em linha com a das demais instituições no mundo, sendo 39% relacionados a custos de pessoal de front-office. No entanto, há significativas diferenças quanto a forma de remuneração dos CRMs (gerentes de relacionamento). Enquanto no Brasil a maior parcela da remuneração vem de bônus, no mundo a parcela da remuneração fixa é mais relevante.
- ✓ Os respondentes do Brasil consideram que os sistemas e aplicações que suportam a atividade são menos eficientes do que globalmente. No entanto, os brasileiros são mais otimistas quanto a atingir alta performance dos mesmos nos próximos dois anos (em média 33% contra 28% para os participantes globais).
- ✓ Os brasileiros também estão mais otimistas em relação ao crescimento de receitas do que seus pares em outras regiões do mundo. Eles projetam crescimento médio de 21% nas receitas, enquanto os asiáticos prevêem 18%, os europeus 8% e os demais países da América, juntos, 6%.
- ✓ Para 50% dos respondentes brasileiros, a contratação de um gerente de relacionamento (CRMs) experiente aumenta entre 10% e 20% os recursos sob administração da instituição, enquanto no mundo somente 24% dos respondentes consideram este mesmo nível de ganho.
- ✓ Quanto ao orçamento de tecnologia 25 % dos respondentes no Brasil e 15% globalmente indicam que parcela substancial é destinada à melhoria dos relatórios e informações aos clientes em apoio aos gerentes de relacionamento. O orçamento de TI, para 61% dos participantes teve aumento nos últimos dois anos, para 28% não teve alteração e para somente 11% teve redução. Outro fator relevante em termos de tecnologia é que a infraestrutura requerida pelo aumento da regulamentação e compliance está sendo obtida via outsourcing.
- ✓ Regulação torna-se um fator estratégico. Mais de 70% dos respondentes do Brasil indicaram que pretendem aprimorar seus processos de front office e fazer aprimoramentos em áreas com o “KYC” e “AML”, antecipando-se a crescente demanda regulatória. Além disso, 18% direcionam sua abordagem de gestão de riscos como pré-requisito para suportar a estratégia do negócio.



A pesquisa Global Wealth Management & Private Banking é realizada desde 1993 e tem como base a visão de executivos de diversas partes do mundo sobre os principais issues da indústria de Wealth Management, com objetivo de estabelecer uma visão holística da indústria e identificar tendências relativas à lucratividade, gestão de clientes e impactos regulatórios, bem como aspectos operacionais e tecnológicos.

### **PwC**

**As firmas do network PwC oferecem serviços para diversos segmentos econômicos** nas áreas de auditoria, consultoria em gestão e assessoria tributária e societária. Mais de 161.000 profissionais em 145 países, por meio das firmas-membro do network PwC compartilham suas opiniões, experiências e soluções para criar valor aos clientes e seus stakeholders. No Brasil somos mais de 4.000 profissionais trabalhando de maneira integrada, garantindo a qualidade e integridade de nossos serviços.

*“PwC” é a marca com a qual as firmas-membro da PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) operam e oferecem seus serviços. Em conjunto, as firmas-membro formam o network global da PwC. Cada firma-membro constitui uma pessoa jurídica separada e independente.*

**A PwC mudou sua marca de PricewaterhouseCoopers para PwC. Em textos, 'PwC' se escreve com 'P' e 'C' maiúsculos. Somente no logo usamos as iniciais em caixa baixa.**

### **Contatos:**

#### **Márcia Avruch**

PwC - Brasil

[marcia.avruch@br.pwc.com](mailto:marcia.avruch@br.pwc.com)

Tel.: (11) 3674 3760

#### **Marília Ferreira**

Insight

[Marília.ferreira@insightnet.com.br](mailto:Marília.ferreira@insightnet.com.br)

Tel: (21) 2509 5399 / (21) 9293-8846