O que é o research no trading

O tema que trataremos nesta ocasião foca-se num perfil que considero que todos, como analistas do mercado financeiro, temos de assumir em algum momento da nossa participação nos mercados, porque quando nos focamos nas variáveis e nos seus dados, gráficos e componentes, damos espaço a uma área que importa muito e à qual se dedica pouca atenção.

O *research*, que no trading consiste em desenvolver uma investigação baseada em múltiplos dados, aplicando uma leitura e um conhecimento real, sólido e profissional, com interpretações e ideias corretas, para que dessa forma se possa formular uma hipótese sobre o tipo de resultado que aportou a investigação e, a partir dela, retirar um complemento para uma tese final ou conclusão que ajude a antecipar resultados estruturais e certos comportamentos futuros, tudo com uma base de informação que vai desde gráficos, discursos, dados de fluxo e preços históricos até modelos quantitativos. E fazê-lo de forma correta dá-nos a oportunidade de encontrar a vantagem que se necessita nos mercados financeiros para render de cara ao futuro e tomar decisões mais claras, porque o *research* é uma busca exaustiva sobre o tema que queremos investigar para responder à pergunta sobre o que é mais provável que o mercado faça, reconhecendo o tema central da investigação, que pode ir desde o ramo macroeconómico, com as decisões dos bancos centrais, o contexto económico atual ou os objetivos políticos, passando por aspetos mais financeiros, como a profundidade dos diversos instrumentos derivados ou o grau de volume e de fluxo institucional no ouro, até aspetos de profundidade de mercado e de dinâmica de ordens, como o grau de inventário de um dealer nos mercados de derivados, os processos e mecanismos de microestrutura mais escondidos ou as métricas e ferramentas que ajudam a detetar certas alterações de regime nos mercados. Tudo isto acompanhado por um lado quantitativo real que em alguns casos e em alguns analistas também está presente, a formação e o tratamento de dados para encontrar os *proxies* de mercado e formular uma leitura final, uma leitura que se alcança mediante passos, com a classificação do lado desenvolvedor e do descritivo e com os tipos de dados que veremos a seguir.

Os enfoques que um *research* deve ter são três. O primeiro é a compreensão correta dos dados, que consiste em interpretar bem a informação que se encontra a partir do conhecimento adquirido durante anos de estudo e de trabalho com os dados perante o mercado, e pessoalmente considero que é um dos enfoques mais complicados no momento de formar um *research*, porque exige conhecimento tanto teórico como prático, e sobre essa combinação, a leitura, as ideias e a análise final que se consegue concluir são os alicerces que permitem ao analista encontrar a vantagem sobre o que quer transmitir nos mercados, algo que fará mediante um relatório extenso que tenha como objetivo respaldar as ideias que apresenta sobre o tema investigado.

O segundo é a busca de informação, variáveis, gráficos e notas que aportem valor ao modelo a que se quer chegar, e saber combiná-los, porque não basta juntar gráficos de certos produtos derivados com métricas e dados fundamentais que não guardam relação com o mercado real, é preciso saber correlacioná-los e fazer

com que a informação distinta tenha um grau de similitude em torno dos *proxies* de mercado que se vão resgatando, e um *proxy* de mercado é um dado que à primeira vista parece pequeno mas que representa algo muito maior que não se pode medir de forma direta, e usarei muito este termo, porque contém por dentro um valor que a maioria não vê, e os dados, embora se pareçam e apresentem pontos que se relacionam com o tema central, não formam por si sós um *proxy* de mercado, isso alcança-se quando sabes combiná-los e relacioná-los.

E o terceiro é a recolha de dados, que se centra em duas formas de informação: a exclusiva e a pública ou comum, e lembra-te de que a nós nos importa tudo o que é exclusivo e de pouco conhecimento público, porque nisso está a vantagem e a solidez que pode ter um *research* sobre um tema, por isso daremos mais relevância a essa informação e agrupá-la-emos pelo nível de importância que nos aporta, para que no final possamos ordenar os processos necessários para formar um bom *research* e dar o nosso próprio contributo nos mercados.

Um *research* deve ser preciso e único, porque a informação que se consegue resgatar deve mostrar uma vantagem, que é o valor que aporta para que os modelos e cenários formados perante o mercado sejam melhores do que os da maioria dos traders, e essa vantagem está em ser um conteúdo próprio e difícil de encontrar noutros locais, procurado em fontes pouco conhecidas, e a informação que se pode recolher é ampla, desde modelos estacionários, análise de volatilidade e análise do fluxo e da participação institucional no mercado até aos derivados e aos seus conceitos internos, à estruturação e às relações intramercado, e estes dados podem mostrar-se de forma linear, de forma numérica em tabelas e quadros ou em gráficos de diversos tipos, e inclusive nós próprios podemos formar informação e gráficos com *proxies* de mercado pouco conhecidos que aportem valor e conteúdo. E, para isso, no momento de formar um *research*, desenvolvem-se dois aspetos, o quantitativo de desenvolvimento e o quantitativo descritivo e analítico dos dados.

No perfil de um *research* temos dois aspetos dentro da categoria de um *quant*, o analista quantitativo, um que se baseia em formar modelos a partir de dados e outro que se baseia em analisar, descrever e interpretar esses dados. O primeiro consiste em investigar os dados e também em formá-los e relacioná-los com as condições e os comportamentos que tem o mercado até encontrar uma vantagem que nos dê uma aproximação mais profunda a ele, e lembra-te de que falamos de uma vantagem focada numa métrica. O segundo, como menciono, é a parte descritiva, que se baseia em saber interpretar a informação obtida e disponível, procura-se a fonte, recolhem-se gráficos, dados e em algumas ocasiões comentários de agentes importantes do mercado, e forma-se uma leitura a partir do que se compreende disso, e o seu potencial estará no quão perto essa leitura ou interpretação estiver de ser a correta, algo a que se chega de uma só forma, aprofundando nos temas e procurando mais informação até que a relação faça sentido.

E esses são os dois tipos de *research* que se pode realizar, ou desenvolves e formas informação a partir da informação recolhida, ou formas leituras e interpretações a partir dos dados que conseguiste recolher, e as

duas formas são complexas, porque para desenvolver estes modelos em alguns casos faz falta saber programar para interligar os dados e formar gráficos com eles, enquanto no lado descritivo há que conhecer a teoria, ter informação e contar com experiência na leitura de dados nos mercados.

A relação com o aspeto *quant* vem do facto de um *research* se basear em dados, em informação e numa interpretação próxima do que é, e não se pode realizar um *research* sem informação ou gráficos que o representem, por essa razão todo o *research* que se forme sobre um tema especial nos mercados irá relacionado, pelo menos um pouco, com os aspetos que considera um *quant* real, já que está dentro do seu perfil, e quanto ao processo de investigação, um *research* deve contar com a observação dos dados que se consideram no momento de o formar, analisar e concluir, seguindo uma ordem de passos, o analista primeiro realiza uma observação sobre os temas e seleciona o mais importante, que funcionará como o *proxy* a tratar para dar a conhecer a vantagem que representa, depois estabelece um problema e responde a como afeta esse tipo de informação os mercados, qual é o cenário mais provável e como atuariam os mercados mediante comportamentos estruturais, e lembra-te de que quando relacionas uma informação com algo tens de responder a perguntas sobre o que procuras e investigas para que as tuas decisões sejam firmes e válidas no momento de passar à operacionalidade, depois vem a hipótese, que é a compreensão e interpretação pessoal que se retira após passar pela observação e pelo estabelecimento do problema, e que deve responder a uma pergunta sobre o tema tratado, depois a experimentação, orientada ao tratamento dos dados, onde entra o aspeto quantitativo de desenvolvimento, que não é obrigatório mas dá uma maior vantagem analítica, porque permite resgatar ainda mais informação, não só da já formada, mas também daquela que nós próprios formamos e ordenamos, depois, com a informação recolhida, realiza-se a sua análise, o que aportam os dados, que informação de vantagem dão e como podem usar-se para formar cenários e contextos favoráveis. E terminamos com a conclusão e a tese final, o resultado de todo o processo de *research*, um processo extenso que ao concluí-lo nos permite aproveitar a informação e compartilhá-la para aportar valor sobre os mercados, e todo o *research* bem realizado, e mais ainda quando se cumprem as ideias e previsões da sua tese, merece dar-se a conhecer e aportar conhecimento aos traders básicos e intermédios, para que possam apoiar-se num valor sólido.

Para fazer um bom *research* sobre o mercado há que conhecer os ramos que contém uma investigação sobre um tema concreto. O primeiro é o económico e geopolítico, com os seus aspetos fundamentais e macroeconómicos, os dados de calendário, o desenvolvimento da economia e as decisões dos bancos centrais, um ramo que todo o analista macroeconómico e fundamentalista real deve dominar e que se estuda para saber que narrativa vai usar o sistema financeiro e que uso vai dar a cada dado, porque o dado e a notícia são a desculpa do movimento, as cifras oficiais vão por um caminho e a economia real por outro, e a geopolítica funciona como cobertura da narrativa, de modo a que o *research* meça essa decorrelação em vez de ler o dado ao pé da letra.

O segundo é o dos derivados financeiros e da economia financeira, a alavancagem, o fluxo de capitais e os instrumentos e produtos financeiros, pilares que todo o analista deve saber dominar mediante os dados, sabendo que o preço do ouro se decide no ativo real, no spot, e que nos derivados está a especulação alavancada, que é a que termina liquidada. O terceiro é a microestrutura, focada no fluxo de ordens e na profundidade de mercado dos dois lados: *market making* e *market taker*, onde saber e dominar os conceitos é tão necessário como medir esses valores e sabê-los apresentar. E o quarto, o mais profundo, é a formação e o desenvolvimento de modelos sistemáticos e quantitativos, onde és tu quem forma os dados a partir da investigação dos valores, dos preços e do resto. E conhecer estes ramos permite encontrar o tema central do *research*, que terá subdivisões que nos levarão a um *proxy* de mercado real, e determinar a que dar enfoque para chegar ao resultado e à tese final.

A responsabilidade de um *research* profissional ou institucional é a de informar e manter o valor dos temas que trata, e não é qualquer um que pode apresentar um *research* sólido, respaldado com ideias claras e com leituras e interpretações corretas dos mercados, por isso nem qualquer análise é um *research*, porque tem de passar pelos processos desta classe e relacionar-se com aspetos de índole quantitativa, uma análise gráfica que marca níveis não é um *research*, e tampouco o é a sinalização de preços e zonas quando não tem uma investigação por trás e somente se mencionam e pronto, um *research* deve ser completo e mostrar um conhecimento real, e por isso a responsabilidade que se lhe atribui é o seu valor informativo, porque esta indústria está repleta de informação falsa, incorreta ou mal encaminhada, e boa parte do que se publica narra o que o preço já fez como se fosse a sua causa, e se um analista tem um enfoque mais profissional do mercado, com dados, com *proxies* e com uma boa leitura final, poderá apresentar o seu trabalho como um *research* válido. E lembra-te de que o objetivo é demonstrar que as ideias que fizeram parte da investigação serviram e tiveram valor, por isso importa saber que informação e que dados considerar no momento de investigar a fundo os mercados, e tudo isso fará com que a informação transmitida tenha mérito e se apresente de maneira profissional, não existe uma fórmula teórica fixa, os mercados são mudáveis, por isso escolher o tema de dados que mais esteja a servir de desculpa nesses momentos é super importante, e são milhares de temas à escolha, e o verdadeiro *research* tem de escolher o melhor, aquele que o sistema financeiro pode utilizar melhor para determinado fim na dinâmica de mercado mundial, por isso alguém profissional não fica a repetir mês a mês, e apenas se centra nos que têm esse valor adicional para essa situação concreta e procura sempre o dado atual com o qual as mãos fortes queiram justificar um objetivo maior, portanto o valor que se dá a cada dado é mudável, num mês o emprego pode parecer o mais importante, e no próximo irrelevante devido à importância externa e interna de outros.

Neste PDF foquei-me num dos temas menos tratados por boa parte dos analistas e traders que analisam campos do mercado como a macroeconomia, o fluxo de ordens ou inclusive os aspetos quantitativos, e considero que este perfil de trader é importante e que temos de o ter em conta quando quisermos adotar posturas ou teses que façam parte das nossas operações a médio e longo prazo, porque uma leitura com enfoque de *research* centra-se nisso, num pensamento crítico dos dados disponíveis, mais profissional e

completo sobre os temas, e a sua importância está em dar mais enfoque a um tema específico e resgatar tudo mediante uma busca completa do que se quer mostrar, para aproveitar todos os *proxies* de mercado que se possam encontrar, e não te esqueças de que realizar um *research* não é simples, porque exige tratar e interpretar bem os dados e alcançar um conteúdo que aporte, já que um *research* se distingue pelo valor que nos pode dar perante os mercados, que é o primeiro, e para o formar recorremos a tudo o visto, além disso as fontes dos dados importarão completamente, e fazer um *research* de alta qualidade não sairá barato, sendo

Aqui esta é a parte 1 do que é *research* no trading, muito em breve virá a parte 2 pois é um tema super importante. Obrigado