

DAYANE SILVA HENRIQUE

**MERCADO DE CAPITAIS – UMA ANÁLISE DO AUMENTO DA PARTICIPAÇÃO
DAS MULHERES NA BOLSA DE VALORES**

Artigo apresentado à disciplina Trabalho de Fim de Curso como requisito parcial à conclusão do curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. José Guilherme Vieira.

CURITIBA

2011

TERMO DE APROVAÇÃO

DAYANE SILVA HENRIQUE

MERCADO DE CAPITAIS – UMA ANÁLISE DO AUMENTO DA PARTICIPAÇÃO
DAS MULHERES NA BOLSA DE VALORES

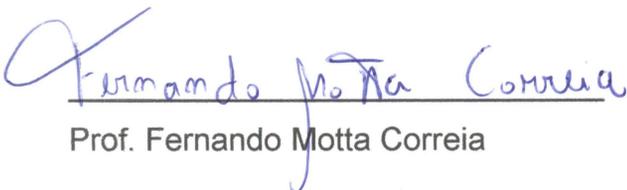
Monografia aprovada como requisito parcial para a conclusão do curso de
Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal
do Paraná, pela seguinte banca examinadora:



Orientador: Prof. José Guilherme Vieira



Profª. Denise Maria Maia



Prof. Fernando Motta Correia

Curitiba, 21 de dezembro de 2011

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

FIGURA 1 - TRANSFORMAÇÃO DE TAXA DE JUROS - SELIC	15
FIGURA 2 – POPULAÇÃO POR CLASSES ECONÔMICAS (em milhões)	16
FIGURA 3 –DEFINIÇÃO DAS CLASSES ECONÔMICAS	17
FIGURA 4–EVOLUÇÃO DO RENDIMENTO MÉDIO.....	17
TABELA 1–DISTRIBUIÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DE HOMENS E MULHERES NO TOTAL DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA.....	21
TABELA 2–PERFIL PESSOA FÍSICA POR FAIXA ETÁRIA	22

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1. TEORIA DO CONSUMIDOR	7
2.2. TEORIA KEYNESIANA DO CONSUMO.....	8
2.3. MODELO DE PRECIFICAÇÃO DE ATIVOS.....	10
3. MERCADO DE CAPITALS.....	11
3.1. MERCADO DE CAPITALS	11
3.1.1. Histórico da Bolsa no Brasil	12
3.2. O HOME BROKER.....	13
3.3. O CRESCIMENTO DA ECONOMIA E A EXPANSÃO DA RENDA.....	15
3.4. PROGRAMAS DE POPULARIZAÇÃO DA BOLSA.....	18
3.4.1. Programa Mulheres em ação.....	20
4. CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	25

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo demonstrar a transformação do mercado de capitais brasileiro a partir de 2002. Com a implantação de tecnologias visando a maior rapidez e eficiência, e com a dissipação de programas de popularização, a participação feminina tem se tornado cada vez mais presente no mercado financeiro. Será realizada uma análise através do crescimento da economia e da expansão da renda das classes econômicas, de maneira que será exposta uma descrição dos programas de popularização da bolsa de valores brasileira, focando principalmente no programa de popularização voltado para o público feminino. A pesquisa realizada nesse artigo mostra alguns fatores que colaboraram para a expansão do montante de investidores no mercado de capitais.

ABSTRACT

This article aims to demonstrate the transformation of the Brazilian stock market since 2002. With the establishment of technologies aimed at faster and more efficiently, and with the dissipation of popularization programs, women's participation has become increasingly present in the financial market. Will be conducted through an analysis of economic growth and expansion of income of economic classes, so it may be exposed to a description of programs to popularize the Brazilian Stock Exchange, focusing principally on the popularization aimed at a female audience. The research in this article shows some factors that contributed to the expansion of the amount of capital market investors.

1. INTRODUÇÃO

A bolsa de valores brasileira buscava atrair novos investidores para o mercado de capitais. Em 2002 a BM&FBOVESPA lançou o programa “BM&FBOVESPA Vai até Você” o programa visava popularizar o mercado de capitais, dessa forma compreendeu o interesse feminino pelo mercado de ações e então resolveu entender melhor o que é a mulher da atualidade, realizou pesquisas em diversas capitais do país procurando entender o interesse feminino por essa opção de investimento. Diante desse interesse a bolsa criou o programa “Mulheres em Ação” com o intuito de esclarecer e informar às mulheres que o investimento em bolsa, pela natureza de longo prazo, viabiliza a concretização de muitos objetivos. Um dos desafios do programa era divulgar a cultura do poupar, diante do apelo do consumismo na mídia, a bolsa passou a utilizar métodos para a informação dessas novas investidoras, como sítio na internet específico para elas, cursos, palestras e eventos sobre investimentos e o mercado financeiro. Além disso, o programa mostra que investimentos em ações contribuem para a expansão da empresa de capital aberto e para o fortalecimento da economia brasileira (BM&FBOVESPA, 2011).

Quando o assunto é o investimento em bolsa, as mulheres que se arriscam a investir estão atentas e procuram informações sobre as empresas a qual pretendem dispor seus recursos. A participação feminina tem se tornado cada vez mais presente no mercado financeiro. Segundo dados, da distribuição da participação de homens e mulheres no total de investidores pessoa física na BM&FBovespa, a participação feminina aumentou em 101%, no período de 2002 a 2010, enquanto no mesmo período analisado a participação masculina variou em 65%. Atualmente as mulheres movimentam cerca de 25% das negociações na bolsa de valores, o que representa um montante de 21 bilhões de reais. (BM&FBOVESPA, 2011)

Segundo dados da BM&FBOVESPA, existem algumas características inerentes às mulheres que as favorecem na hora de investir: paciência e capacidade de enxergar as coisas de forma mais abrangente auxiliam no entendimento de eventos do mercado e, até mesmo, para superar crises e tirar proveito delas. O público feminino tende a pensar mais a longo prazo, diferente do perfil masculino. Entre os objetivos delas estão: aumentar o patrimônio e a riqueza ao longo do tempo

e ter uma aposentadoria mais tranquila. Mas isso não significa que existe apenas esse perfil feminino. Existem casos de mulheres enérgicas, que se arriscam e se lançam nos empreendimentos para obterem lucros imediatos, com ambições milionárias. Os riscos variam conforme o momento do mercado, a estratégia adotada, o perfil da investidora e até mesmo a quantidade de dinheiro aplicada.

Os moldes teóricos utilizados neste artigo são: a teoria do consumidor, a teoria keynesiana do consumo e o modelo de precificação dos ativos para o auxílio no entendimento do perfil de investimento feminino em termos da propensão ao risco e do retorno obtido.

Em seguida farei uma síntese do que é o mercado de capitais e será realizada uma análise do crescimento da economia e da distribuição de renda nas classes sociais, será esclarecida a notável mudança na classe social C e nas demais classes sociais, por conseguinte a expansão da renda dos agentes econômicos.

Apresentarei também uma breve descrição dos programas de popularização da bolsa de valores brasileira, focando principalmente no programa de popularização voltado para o público feminino e demonstrarei dados referentes ao perfil feminino encontrado na BM&FBOVESPA.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico utilizado para entender o comportamento do consumidor mediante decisões de consumo e/ou investimento, que implicam na probabilidade de perda ou risco, aborda a teoria do consumidor, a propensão marginal a consumir e a poupança e o modelo de precificação de ativos.

2.1. TEORIA DO CONSUMIDOR

A teoria do comportamento do consumidor tem por objetivo analisar como os consumidores alocam sua renda procurando sempre maximizar o seu bem estar. Para conferir certo grau de racionalidade nas preferências do consumidor, a teoria utiliza-se de três premissas: integralidade, quando a preferência do consumidor é completa de modo a analisar, comparar e ordenar todos os produtos

do mercado; transitividade significa que um indivíduo tem a capacidade de escolher entre um produto ou outro; “mais é melhor do que menos” significa que os indivíduos nunca estão plenamente satisfeitos, estão sempre buscando mais produtos. (PINDYCK; RUBINFELD, 2002)

Aceitando as premissas expostas anteriormente, sabe-se que o consumidor pode manifestar seu gosto, sua preferência ou até mesmo uma aversão por uma cesta de produtos. Dessa forma, podemos apresentar sua preferência por meio de curvas de indiferença, que são todas as combinações possíveis de produtos que fornecem a mesma satisfação, ou seja, um indivíduo é indiferente a um ou outro produto de maneira que ambos geram o mesmo nível de satisfação. (PINDYCK; RUBINFELD, 2002)

Devido às restrições orçamentárias dos agentes econômicos e a sua renda ser limitada, pondero a linha do orçamento que descreve todas as possíveis combinações de quantidades de dois bens que podem ser adquiridas de acordo com a renda do consumidor. Diante disso, a escolha por parte do consumidor dar-se-á conforme suas preferências e restrições orçamentárias, visando sempre maximizar o seu grau de satisfação pessoal, considerando o orçamento limitado de que dispõem. (PINDYCK; RUBINFELD, 2002)

2.2 TEORIA KEYNESIANA DO CONSUMO

Segundo John M. Keynes (1996) a propensão marginal a consumir é uma função estável de forma que o consumo depende do montante da renda agregada, dessa forma o indivíduo está disposto a aumentar seu consumo conforme o aumento na renda, porém não na mesma proporção. A lei fundamental descreve que quando a renda aumenta o consumo também aumenta isto é $\frac{dC}{dY} > 0$, porém aumenta menos que a renda $\frac{dC}{dY} < 1$. A magnitude da renda gasta em consumo tende a ser menor quanto maior o nível de renda, isto é a propensão a consumir diminui. Keynes afirma que o padrão de vida de uma pessoa depende da satisfação de seu nível de renda e a tendência a poupar surge da relação entre sua renda efetiva e seus gastos relativos ao seu modo de vida, ou então, da tendência a guardar dinheiro para futuros gastos imprevisto. Por decorrência disso uma renda crescente acarretará ao

indivíduo uma poupança maior, o que pode resultar em um primeiro momento a um consumo maior para satisfazer as necessidades visto o aumento de renda, porém o consumo não crescerá em montante absoluto igual à renda.

Para Keynes a poupança é o excedente do rendimento frente aos gastos em consumo, ou seja, a poupança é igual à renda menos o consumo. Keynes afirma que o montante da poupança é igual ao comportamento dos consumidores individuais e o montante do investimento resulta do comportamento de empresários, porém esses dois montantes são iguais, ambos são o excedente da renda sobre o consumo. Este excedente a que chamou de poupança não pode diferir do acréscimo de capital, o investimento. O autor assegura que as decisões de consumir e as decisões de investir determinam os rendimentos, para tanto as decisões de investir se tornam efetivas e é necessário que estas reduzam o consumo ou ampliem a renda. John M. Keynes afirma também que a elevação da taxa de juros poderia induzir as famílias a aumentar sua poupança se a renda delas permanecesse constante, porém depende da medida em que a taxa de juros seja favorável ao investimento.

Keynes cita um conjunto de fatores que afetam o consumo e a renda por meios de fins individuais e sociais que alteram a propensão a consumir, são os seguintes: procurar desenvolver reservas financeiras para eventuais gastos inesperados; preparar reserva de renda para o consumo num período futuro visando uma necessidade diferenciada do que o momento atual, como por exemplo, no que diz respeito a preparar-se financeiramente para a velhice e/ou para a educação de filhos; aproveitar-se de benefícios de juros e de valorização, pois é preferível um consumo atual menor para obter um consumo maior no futuro; desfrutar de um gasto momentâneo menor para favorecer a perspectiva de melhoria de padrão de vida no futuro; gastar menos hoje para tentar formar uma riqueza futura. Devido à capacidade dos indivíduos de abster-se do consumo, verifica-se a necessidade de gerar poupança para desenvolver a maximização das satisfações pessoais em um período futuro tanto para consumo próprio como para instituir e desenvolver a riqueza. (KEYNES, 1996)

2.3 MODELO DE PRECIFICAÇÃO DE ATIVOS

O modelo de precificação de ativos mais conhecido mundialmente pela sigla em inglês CAPM (*Capital Asset Pricing Model*), é utilizado para determinar a taxa de retorno apropriada de um ativo em relação a uma carteira de ativos, ou seja, determinar o ganho esperado em relação ao risco sistêmico. O custo de capital corresponde à taxa de retorno exigida pelos investidores em compensação ao risco de mercado ao qual estão expostos, em um mercado plenamente competitivo o prêmio do risco varia proporcionalmente ao risco não diversificável, o qual é medido pela covariância do ativo com o retorno de uma cesta de ativos no mercado. Nesse caso todos os investidores têm as mesmas esperanças em relação às médias, variâncias e covariâncias dos retornos dos diferentes ativos, isso não quer dizer que todos os investidores têm a mesma aversão a risco. (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2002)

O modelo define o que é risco, que pode ser dividido em duas partes sendo elas: o risco único intrínseco a ação e o risco de mercado que deriva das oscilações do próprio mercado. Os investidores podem eliminar o risco único somente diversificando sua carteira de ações, porém não podem eliminar o risco de mercado. Existem métodos de avaliar o risco de mercado, entre eles o CAPM que utiliza o beta para medir a sensibilidade de um título a movimentos da carteira de mercado, quando o beta é igual a zero significa que o rendimento de um investimento não varia com o mercado de forma a esse investimento ser considerado livre de risco, quando o beta é igual a 1 (um) o risco da empresa é igual ao risco de mercado. O modelo de precificação de ativos estabelece que o prêmio de risco deva estar situado acima da linha de mercado, sendo que a linha de mercado representa um conjunto de carteiras de títulos formado tanto com ativos de risco quanto com ativos sem risco. (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2002)

Em síntese a idéia do CAPM é de compensar o investidor pelo capital próprio investido na ação levando em consideração a remuneração pela espera e a remuneração pelo risco. Assim, a escolha entre ativos depende do grau de aversão ao risco do indivíduo que escolheria sua carteira ao longo da linha de mercado, onde se encontram os ativos com melhores retornos em relação ao risco disposto. Vale ressaltar que os investidores são racionais e sempre irão preferir mais riqueza para o mesmo nível de risco. (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2002)

3. MERCADO DE CAPITAIS

3.1. MERCADO DE CAPITAIS

O mercado de capitais é um sistema de distribuição de valores mobiliários, com o propósito de proporcionar liquidez aos títulos de emissão de empresas e viabilizar seu processo de capitalização. É constituído pelas bolsas de valores, sociedades corretoras e outras instituições financeiras autorizadas, seus principais títulos negociados são as ações que representam o capital das empresas. O mercado de capitais abrange ainda as negociações com direitos e recibos de subscrição de valores mobiliários, certificados de depósitos de ações e demais derivativos financeiros (NETO, 2003).

O mercado de capitais é subdividido em mercado primário e mercado secundário. No mercado primário é onde se negocia a subscrição de novas ações ao público, isto é, onde os valores mobiliários circulam pela primeira vez e onde a empresa obtém o capital para seus empreendimentos, pois o dinheiro da venda vai para a empresa. Já o mercado secundário são as demais negociações com esses títulos, como simples trocas de possuidores, pois a empresa emissora já não terá mais contato com o dinheiro proveniente dessas trocas. Esse último mercado se caracteriza também pelas negociações realizadas fora das bolsas, em negociações que denominamos como mercado de balcão, onde as transações são realizadas via telefone entre as instituições financeiras. No mercado de balcão são negociadas ações de empresas não registradas na BM&FBOVESPA além de outras espécies de títulos, trazendo dessa forma mais liquidez para esses ativos financeiros (Fortuna, 2005).

O sucesso dos investimentos está cada vez mais dependente da participação dos acionistas, cujos interesses nos resultados impulsionam o crescimento das empresas. O risco de mercado depende do comportamento do preço do ativo diante das condições de mercado. Para entender e medir possíveis perdas devido às flutuações do mercado é importante identificar e quantificar o mais corretamente possível as volatilidades e correlações dos fatores que impactam a dinâmica do preço do ativo. A função básica do mercado de capitais é a de promover a riqueza nacional por meio de participação de poupança de cada agente econômico (BM&FBOVESPA, 2011).

3.1.1. Histórico da Bolsa no Brasil

No mundo a idéia de bolsa de valores foi iniciada no século XV, na Idade Média, onde cotas de participações em empresas eram vendidas no meio da rua, em calçadas, igualmente a qualquer outro produto comercializado na época.

A primeira bolsa de valores da história, ou seja, um local onde se reunia comerciantes para realizar negócios relacionados a participações em empresas, surgiu em 1487 na cidade de Bugres na Bélgica. Porém a primeira ação comercializada em uma bolsa de valores que se tem registro foi negociada em 1602 na bolsa de Amsterdã, devido à escassez de capital e falta de crédito os negócios nesse período eram de montantes pequenos.

Em agosto de 1890, Emílio Rangel Pestana fundou a Bolsa Livre, que era um projeto da Bolsa de Valores de São Paulo, encerrou suas atividades no ano seguinte. Quatro anos depois foi aberta a Bolsa de Fundos Públicos de São Paulo, que evoluiu de certa forma o mercado de capitais. No ano de 1935 foi alterado o nome para Bolsa Oficial de Valores de São Paulo. Devido às reformas que institucionalizaram o sistema financeiro nacional, iniciadas em 1964, as Bolsas de Valores assumiram as características atuais, transformando-se em associações sem fins lucrativos, com autonomia administrativa, financeira e patrimonial. A antiga figura individual do corretor de fundos públicos foi substituída pela sociedade corretora, empresa constituída sob a forma de sociedade por ações ou por cotas de responsabilidade limitada.

A partir de então a Bovespa vem se desenvolvendo e se modernizando em sintonia com as tecnologias e tendências mundiais. Até pouco tempo atrás, grande parte dos negócios realizados na bolsa era através do pregão viva-voz, atualmente todos os negócios com ações e opções são realizados através do sistema Mega Bolsa que foi implantado em 1997. O sistema Mega Bolsa trouxe maior agilidade nos processamentos das ordens de compra e/ou venda de ações, possibilitando uma melhor formação de preços e transparência na execução dessas ordens.

Em 1999, a Bovespa lançou o sistema Home Broker, que permite aos investidores comprar e/ou vender ações e opções em sua casa ou no trabalho através da Internet. O Home Broker foi interligado ao Mega Bolsa e oferecido por diversas corretoras, promovendo a dissipação e o sucesso do Home Broker no Brasil, dessa forma os pequenos investidores passaram a ter maior participação no

número e volume de negócios na Bovespa, firmando a tendência que vem crescendo nos últimos anos.

Desde o ano 2000, com o acordo de integração das bolsas de valores brasileiras, a Bovespa tornou-se a única a negociar ações no Brasil. Ao longo dos seus mais de 120 anos de história, a bolsa tem cumprido seu papel de financiar as empresas e ser uma alternativa de investimento aos poupadores, ajudando o país crescer e se desenvolver.

Em 2007, a Bovespa deixou de ser uma instituição sem fins lucrativos e abriu seu capital tornando-se uma sociedade por ações: a Bovespa Holding S/A. A Bovespa Holding tem como subsidiárias a Bolsa de Valores de São Paulo (BVSP), que é responsável pelas operações da bolsa e de balcão, e a Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia (CBLIC), que presta serviços de liquidação, compensação e custódia.

A Bolsa de Mercadorias e Futuros (BM&F) era a maior bolsa brasileira até a fusão com a Bovespa onde originou a BM&FBOVESPA, é uma sociedade mercantil criada por empresas, corretoras de valores mobiliários e bancos. Na BM&F eram negociados contratos de mercadorias - principalmente *commodities* - e derivativos, eram comercializados à vista ou para pagamento futuro. A BM&F operava com taxa de câmbio, taxa de juros, café, açúcar, soja, gado, milho e ouro.

Em 2008, a Bovespa foi unificada à BM&F, formando a Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo (BM&FBOVESPA S/A.) é a bolsa oficial do Brasil com sede em São Paulo capital e mantém escritórios em outras cinco cidades brasileiras: Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife e Rio de Janeiro. Juntas elas formam uma das maiores bolsas do mundo em valor de mercado, sendo a segunda maior das Américas e a líder no continente latino-americano. A BM&FBOVESPA oferece para negociações ações, títulos e contratos referenciados em ativos financeiros, índices, taxas, mercadorias e moedas nas modalidades à vista e de liquidação futura.

3.2. O HOME BROKER

Com a finalidade de popularizar o mercado de capitais, informar, facilitar e tornar ágil o processo de transação dos ativos financeiros listados na

BM&FBOVESPA foi criado e disponibilizado aos participantes do mercado de ações, em 1999, uma plataforma eletrônica de negociação via internet, o Home Broker. O Home Broker é um sistema de comunicação que funciona como um ambiente de relacionamento entre os investidores individuais e os intermediários financeiros na bolsa de valores, as corretoras. Apesar de ser um preceito inovador com características tecnológicas que facilitam as negociações em ações e opções, os usuários do sistema Home Broker devem obedecer às normas e procedimentos conforme as formas possíveis de transação no mercado de ações, estabelecidos nas instruções e normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

O Home Broker é uma ferramenta que permite a negociação de ações via internet, ele está interligado ao sistema de negociações da BM&FBOVESPA, o Mega Bolsa, e permite que os investidores enviem ordens de compra e venda através do sítio na internet de sua corretora.

O funcionamento do Home Broker é basicamente assim: através da plataforma eletrônica de uma corretora, o investidor verifica o valor da cotação da ação ou opção naquele momento e especifica sob que condições sua compra ou venda deve ser executada. Em seguida, a ordem é colocada em um sistema eletrônico da BM&FBOVESPA que procura conectar as ordens de compra com as ordens de venda: o Mega Bolsa. Quando a ordem é executada, o investidor recebe a confirmação das operações com maior rapidez, também têm no monitor de seu computador os resumos financeiros destas operações com as respectivas taxas de corretagens, tem acesso à consulta de toda sua carteira de ativos bem como pode enviar ordens imediatas ou programadas tanto no mercado à vista como no mercado de opções.

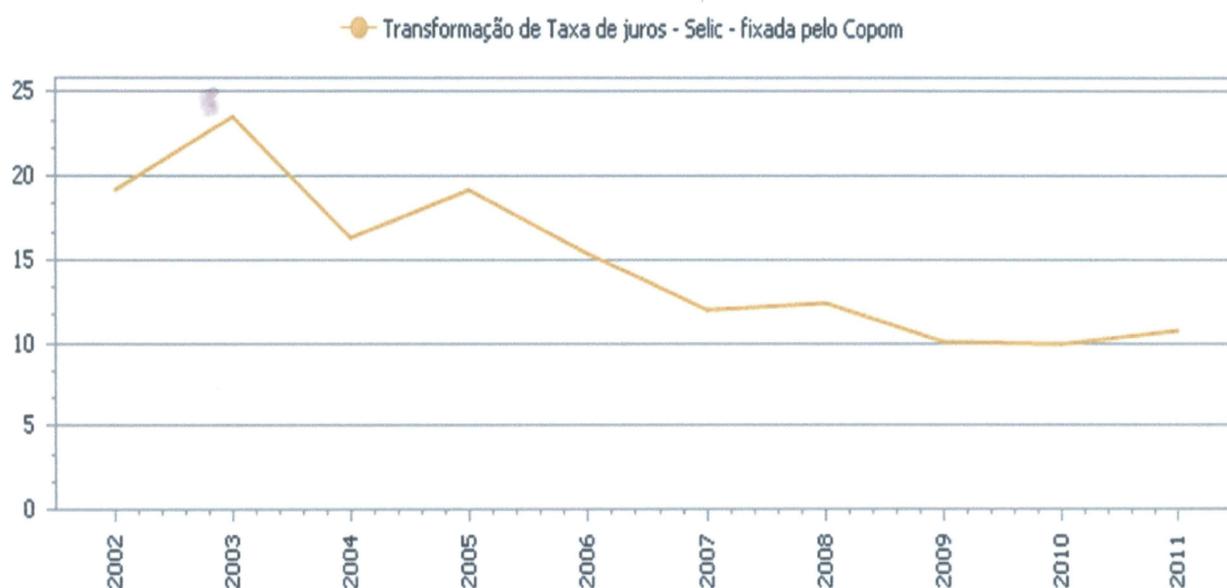
O Home Broker tornou mais ágil e simples negociar no mercado acionário, como consequência dessa informatização reduziu custos de transações devido à redução da utilização do telefone para a intermediação de compra e venda de ativos, portanto é um dos fatores que procura explicar a expansão no número de investidores nos últimos anos. Além disso, essa ferramenta foi à maneira de facilitar a entrada de usuários domésticos em negociações, possibilitando maior participação de pessoas físicas no mercado, tornando mais próxima dos investidores às informações sobre o andamento do pregão, gráficos e análises do mercado, visando minizar riscos e ampliar os ganhos do investidor.

3.3 O CRESCIMENTO DA ECONOMIA E A EXPANSÃO DA RENDA

Analisando o comportamento da economia brasileira nos últimos anos, constata-se que a estabilidade da moeda e o controle da inflação, no período de 2002 a 2011, estimularam a distribuição de renda e expressiva redução da pobreza no Brasil e contribuíram para o bom desempenho da bolsa de valores.

Conforme a figura 1, com dados do IPEA, visualiza-se uma queda na taxa básica de juros (SELIC) que saiu de 23,51% ao ano em 2003, para em média 10,75% ao ano em novembro de 2011. A redução da SELIC tem tornado aplicações em que o retorno é indexado aos juros menos atrativas, levando ao crescimento da demanda pela renda variável.

FIGURA 1 - TRANSFORMAÇÃO DE TAXA DE JUROS - SELIC



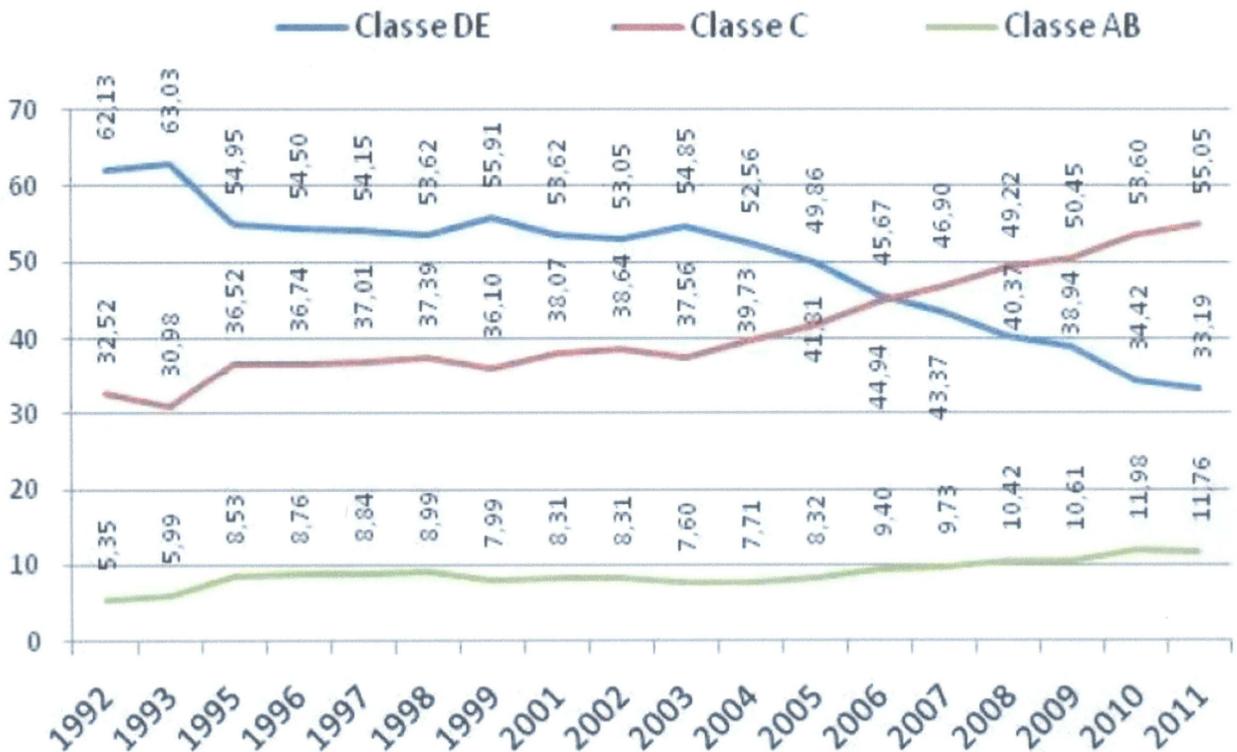
FONTE: IPEADATA, 2011

O crescimento da economia brasileira deve-se à estabilidade econômica do período de 2002 a 2011 que gerou a expansão do emprego e a queda do desemprego, ao aumento dos rendimentos do trabalho e a programas sociais assistenciais do governo. Em decorrência disso, o consumo aumentou nas classes

mais pobres, famílias que antes não tinham renda alguma passaram a fazer parte de programas assistenciais e adveio a ter renda, isso significa mais qualidade de vida, mais produção e mais dinheiro circulando na economia do país.

Segundo a pesquisa divulgada pela Fundação Getúlio Vargas, (FGV, 2011), a renda dos 10% mais pobres cresceu 440%, no período de 2001 a 2009, mais que a dos 10% mais ricos. A pesquisa mostra ainda que em 2002 cerca de 53% da população brasileira era da classe DE, em 2011 esse percentual passou para 33%, uma redução de 20%. O que determinou essa redução nas desigualdades de renda foi o aumento dos programas sociais do governo, o aumento no grau de instrução das famílias, melhorias na jornada de trabalho e nas condições de trabalho. Nesse mesmo período a classe C deu um salto, passando de 38% para 55% da população brasileira.

FIGURA 2 – POPULAÇÃO POR CLASSES ECONÔMICAS (% da população total)



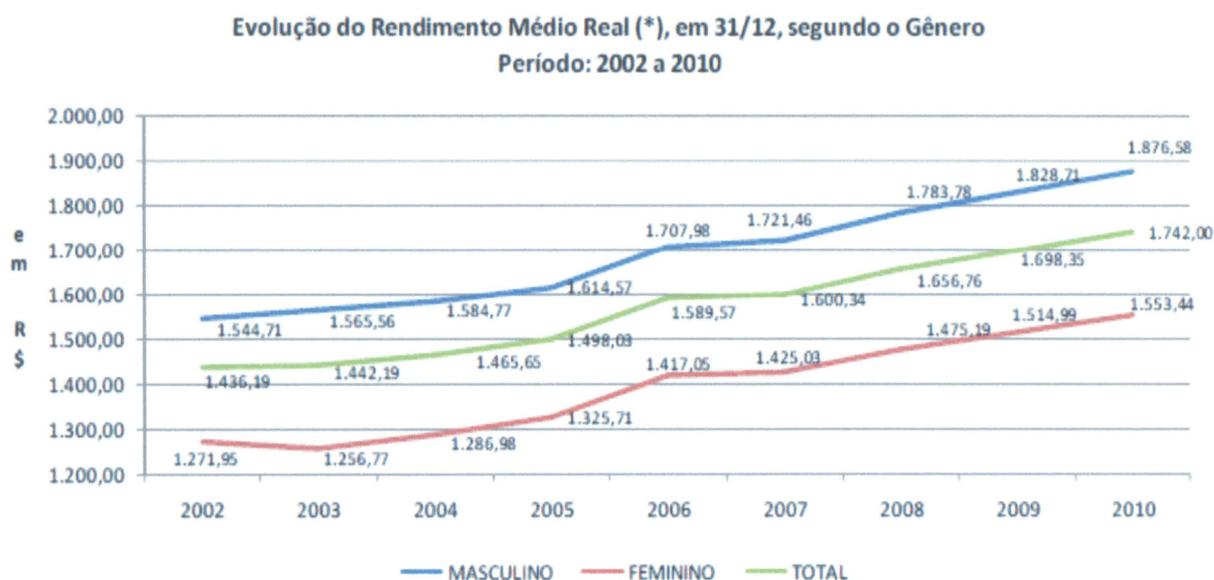
FONTE: FGV

FIGURA 3 –DEFINIÇÃO DAS CLASSES ECONÔMICAS
renda domiciliar total de todas as fontes limites (preços 2011)

	Renda Inferior (R\$)	Renda Superior (R\$)
Classe E	0	751
Classe D	751	1200
Classe C	1200	5174
Classe B	5174	6745
Classe A	6745	

Fonte: FGV

FIGURA 4–EVOLUÇÃO DO RENDIMENTO MÉDIO



FONTE: RAIS 2010 - Relação Anual de Informações Sociais - publicado pelo Ministério do Trabalho e Emprego

Vale lembrar que a classe C apresenta uma renda mínima de R\$ 1.200,00 e renda máxima de R\$ 5.174,00. O aumento da renda pode ser analisado ainda pelo poder de compra, que é demonstrado pela RAIS, Relação Anual de Informações Sociais, onde é visualizada a elevação das remunerações nos últimos anos. Vale ressaltar que o aumento dos rendimentos médios, tanto para homens como para mulheres, passou de R\$ 1.436,19 em 2002 para R\$ 1.742,00 no ano de 2010, como visualizado na figura 4 (RAIS, 2011).

Com o aumento do valor do salário mínimo, aliado ao aumento da procura de mão de obra mais especializada, e com a escassez de mão de obra qualificada, o salário pago aos trabalhadores qualificados teve um ganho real, fazendo assim com que mais famílias subissem de classe social. Tal comportamento dá continuidade ao processo de elevação das remunerações observado nos últimos anos.

3.4. PROGRAMAS DE POPULARIZAÇÃO DA BOLSA

São programas instituídos com a finalidade de trazer informação para as pessoas dispostas a investir no mercado de capitais. Esses programas dispõem de ações como visita a bolsa de valores, cursos gratuitos, palestras, visitas a empresas, programas na televisão com a finalidade de informar sobre ações, sítios na internet específicos para tais programas, divulgação na imprensa, entre outros.

O sucesso dos programas de popularização está fundamentado na linguagem simples e didática que cada programa tem, sempre apresentando as diversas opções para a formação de poupança e patrimônio, trazendo educação financeira ao alcance de todos.

Os programas de popularização da BM&FBOVESPA são:

- **BM&FBOVESPA vai até você** –é uma iniciativa da BM&FBOVESPA para popularizar o mercado de capitais, transmitindo conhecimento para os diversos setores da sociedade, onde profissionais especializados atendem diretamente os interessados em investir na bolsa. A estrutura do programa inclui estandes e/ou unidades móveis adaptadas para atendimento ao público, onde uma equipe especializada presta esclarecimento aos visitantes e responde às dúvidas.

- **Turma da Bolsa** – programa voltado para jovens e crianças, a BM&FBOVESPA acredita que para construir um futuro financeiro de sucesso a informação e a educação tem que começar cedo. Nesse programa as crianças aprendem brincando como cuidar de seu dinheiro.
- **Desafio BM&FBOVESPA** – é um desafio educativo, que existe desde 2006, onde alunos aprendem na teoria e na prática o funcionamento do mercado de capitais competindo com outras escolas e concorrem a prêmios. As escolas são divididas em 6 grupos de 35 escolas sendo no total 210 escolas participantes, cada grupo compete entre si e as melhores escolas disputam a final. Na final do desafio 5 escolas são premiadas com créditos em reais para a compra de ações.
- **Dinheiro no Bolso** – é uma competição sobre educação financeira voltada para o público jovem, realizada em parceria com o Canal Futura, tem como foco estimular o consumo consciente e a educação financeira, a atração ensina conceitos de economia, finanças, investimento, mercado de ações, crédito e empreendedorismo.
- **Simuladores** – a BM&FBOVESPA desenvolveu simuladores para que os interessados em investir em ações testem seus conhecimentos sobre o mercado de capitais. Os simuladores são: Folhainvest, em parceria com o jornal Folha de São Paulo (736 mil usuários), é um simulado que oferece aos participantes conhecer o mercado de ações na prática. SimulAção, é um simulador do mercado de capitais em parceria com a BM&FBOVESPA. UOL Invest é também um simulador que oferece aos participantes a opção de vivenciar o mercado de ações na prática, é uma parceria da BM&FBOVESPA e do *site* UOL.
- **TV EducAção Financeira** – é uma parceria da BM&FBOVESPA com a TV Cultura afim de tornar popular os conceitos de economia, finanças pessoais e tipos de investimentos. Utiliza-se a televisão aberta para atingir um contingente maior da população brasileira. O programa apresenta os temas a serem abordados de forma didática e de fácil linguagem, sempre de uma forma bem humorada.

- **Rádios BM&FBOVESPA** – é uma web rádio com o slogan “Músicas para você. Conselhos para seu bolso”, nela têm duas subdivisões de perfil de músicas, podendo escolher a Rádio Desafio ou a Rádio Mulheres em Ação, ambas com sua programação musical e nos intervalos dos programas trazem à tona notícias e informações especiais para seus ouvintes.
- **Programa Mulheres em Ação** – é um programa permanente de popularização da BM&FBOVESPA voltado para o público feminino, é um canal de relacionamento com a mulher, onde difundem informação, educação e esclarecimento a respeito do papel e do funcionamento do mercado de capitais.

3.4.1. Programa Mulheres em ação

Com o lançamento da campanha de popularização do mercado de capitais, a BM&FBOVESPA percebeu o interesse feminino pelo mercado de ações e resolveu entender o perfil dessas mulheres dispostas a investir na bolsa. Realizou uma pesquisa e descobriu uma mulher empreendedora, preocupada com o futuro e com um atributo que fortalece sua ligação com o mercado de capitais: o longo prazo (BM&FBOVESPA, 2011).

Diante do interesse do público feminino, em 2003 a BM&FBOVESPA criou o “Mulheres em Ação” que hoje é um dos programas permanentes de popularização da bolsa. O programa surgiu para ampliar a democratização do mercado de capitais via a disseminação da cultura do investimento em ações. A BM&FBOVESPA criou canais de relacionamento com a mulher pelos quais traz para seu meio à informação, educação e esclarecimentos necessários ao mercado. O programa Mulheres em Ação reconhece a importância da mulher como protagonista da sociedade moderna.

A partir da criação do sítio na internet “Mulheres em Ação” a participação da mulher como investidora individual na bolsa vem aumentando significativamente. Observa-se esse aumento a partir de 2002 com os primeiros programas de popularização da bolsa onde os investidores pessoa física representavam 70.219 homens (82,37%) e 15.030 mulheres (17,63%) gerando um total de 85.249

investidores pessoa física. Os resultados ano a ano mostram a eficácia da popularização da BM&FBOVESPA, tanto para homens como para mulheres, com dados de outubro de 2011 têm-se os homens representando 75% dos investidores individuais e as mulheres com 25% em números tem-se 441.489 homens e 147.079 mulheres como investidores pessoa física na bolsa de valores.

A maior representatividade dessas investidoras em número de investidores é na faixa de 26 a 35 anos, num total de 34.508 mulheres, porém essas mulheres movimentam cerca de 1,23 bilhões de reais. A tabela 2 mostra que o montante de maior volume está na faixa das mulheres com mais de 66 anos de idade movimentando mais de 8 bilhões de reais, juntas as mulheres movimentam 21 bilhões de reais, ou seja 25% de todo o dinheiro investido no mercado de capitais vem da capacidade de poupar das mulheres.

TABELA 1–DISTRIBUIÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DE HOMENS E MULHERES NO TOTAL DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA

Ano	Homens		Mulheres		Total PF
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd
2002	70.219	82,37%	15.030	17,63%	85.249
2003	69.753	81,60%	15.725	18,40%	85.478
2004	94.434	80,77%	22.480	19,23%	116.914
2005	122.220	78,76%	32.963	21,24%	155.183
2006	171.717	78,18%	47.917	21,82%	219.634
2007	344.171	75,38%	112.386	24,62%	456.557
2008	411.098	76,63%	125.385	23,37%	536.483
2009	416.302	75,37%	136.062	24,63%	552.364
2010	459.644	75,24%	151.271	24,76%	610.915
2011*	441.489	75,01%	147.079	24,99%	588.568

*Posição de Outubro/2011
 FONTE: BM&FBOVESPA

TABELA 2–PERFIL PESSOA FÍSICA POR FAIXA ETÁRIA

	Contas			Valor (R\$ bilhões)			%**
	HOMENS	MULHERES	TOTAL	HOMENS	MULHERES	TOTAL	
Até 15 anos	1.330	897	2.227	0,23	0,13	0,36	0,37%
De 16 a 25 anos	22.010	5.863	27.873	0,57	0,28	0,85	0,85%
De 26 a 35 anos	113.594	34.508	148.102	4,53	1,23	5,76	5,81%
De 36 a 45 anos	100.654	31.139	131.793	10,73	2,39	13,11	13,22%
De 46 a 55 anos	87.300	31.010	118.310	15,45	3,83	19,28	19,43%
De 56 a 65 anos	66.418	24.699	91.117	18,23	4,89	23,12	23,30%
Maior de 66 anos	50.183	18.963	69.146	28,56	8,19	36,75	37,04%
TOTAL	441.489	147.079	588.568	78,28	20,94	99,23	

FONTE: BM&FBOVESPA

*Posição de Outubro/2011

**Percentual do valor aplicado em bilhões de reais.

4. CONCLUSÃO

Este artigo teve por objetivo demonstrar aumento da participação dos investidores pessoa física no mercado de capitais brasileiro tendo como foco o aumento da participação feminina na bolsa.

Com o aperfeiçoamento tecnológico e a implantação de novas tecnologias de informação como o Mega Bolsa, a BM&FBOVESPA teve um avanço na velocidade do processamento dos milhares de negócios realizados na bolsa, assegurando mais agilidade e eficiência às transações. Com um serviço pioneiro no mundo, o Home Broker, a BM&FBOVESPA continuou se consolidando ainda mais em rapidez e eficiência no envio das ordens de compra e venda das ações ou opções de seus investidores. Os ganhos obtidos foram menores custos de corretagem, maior rapidez e agilidade nas ações negociadas, sendo crucial para popularização e o fortalecimento da bolsa brasileira.

O bom momento da economia vivido a partir de 2002 trouxe uma melhora para o mercado de capitais, pois a estabilidade da moeda e o controle da inflação estimularam a distribuição de renda e expressiva redução da pobreza no Brasil e contribuíram para o bom desempenho da bolsa de valores e das empresas nela cotada. A redução da taxa básica de juros (SELIC), a partir de 2003, tem aumentado a atratividade de ativos de renda variável, em detrimento aos de renda fixa, pela maior rentabilidade que podem proporcionar.

Como não existe uma cultura de investimento por parte da pessoa física no Brasil, ressalto o importantíssimo papel dos programas de popularização da bolsa para dissimular a cultura do poupar frente ao apelo do consumo na mídia.

A partir do momento em que há decisão de poupar por parte do indivíduo, estes não alimentam o ciclo vicioso do consumo e conseguem abster-se dele, criando a poupança. É nesse momento que a informação é crucial para a escolha do melhor local para alocar essa poupança. Percebendo o entrave na hora da escolha do melhor investimento, a BM&FBOVESPA criou diversos canais para divulgar a cultura do poupar, procurando apresentar a educação financeira cada dia mais próxima do seu público alvo por meio da internet, rádio e televisão.

Devido ao grande interesse feminino a BM&FBOVESPA procurou entender como e quem é a mulher da atualidade. É uma mulher que ganhou independência

financeira, força e vida própria. A bolsa tratou de criar instâncias de relacionamento com o universo feminino, de forma a construir pontes consistentes e duradouras que reforcem e ampliem a cultura para motivar a poupança.

A pesquisa realizada nesse artigo não aponta uma tendência, apenas mostra alguns fatores que colaboraram para a expansão do número de investidores no mercado de capitais, nele havia 85 mil pessoas físicas operando na Bolsa. Hoje são aproximadamente 600 mil investidores. E para o futuro a BM&FBOVESPA tem como meta, até 2014, atingir 5 milhões de investidores pessoa física – número que permitirá a ampliação ainda mais da bolsa de valores, de modo que se torne popular em poucos anos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

_____. Revista Bovespa, Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/91/Democratizacao.shtml>>. Acesso em: 20 de novembro de 2011.

_____. Revista Bovespa, Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/InstSites/RevistaBovespa/87/Capa.shtml>>. Acesso em: 27 de novembro de 2011.

ANBIMA. **Radiografia do Investidor**. Disponível em: <<http://www.anbima.com.br/mostra.aspx?id=1000001349>>. Acesso em: 26 de maio de 2011.

ARTIGONAL. **Análise Conjuntural do governo Luiz Inácio Lula da Silva – 2003 - 2010: algumas alterações no cenário brasileiro**. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/ensino-superior-artigos/analise-conjuntural-do-governo-luiz-inacio-lula-da-silva-2003-2010-algumas-alteracoes-no-cenario-brasileiro-1984618.html>>. Acesso em: 23 de maio de 2011.

BM&FBOVESPA. **Dados do Mercado: histórico pessoas físicas**. Disponível em: <<http://bmfbovespa.comunique-se.com.br/listgroup.aspx?idCanal=xK1ESLWw+XZhflPxAxAA+gQ==>>. Acesso em: 15 de abril de 2011.

BM&FBOVESPA. **Mulheres em ação**. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/mulheres/>>. Acesso em: 9 de abril de 2011.

CAVALCANTI, F.; MISUMI, J. Y; RUDGE, L. F. **Mercado de capitais: o que é, como funciona.** 7 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

ESTADÃO. A Taxa SELIC no Governo Lula. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/especiais/taxa-selic-atinge-nivel-mais-baixo-da-historia,56246.htm>> Acesso em: 06 de julho de 2011.

FGV, Fundação Getúlio Vargas. **Desigualdade de renda na década.** Disponível em: <http://www.fgv.br/cps/bd/DD/DD_Apresentacao_FIM.pdf>. Acesso em: 29 de junho de 2011.

FGV, Fundação Getúlio Vargas. **Os Emergentes dos Emergentes: Reflexões Globais e Ações Locais para a Nova Classe Média Brasileira.** Disponível em: <<http://www.fgv.br/cps/brics/>>. Acesso em: 08 de dezembro de 2011.

FORTUNA, E. **Mercado Financeiro: Produtos e Serviços.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

KEYNES, John M. **A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda.** São Paulo: Nova Cultural, 1996.

LENCIONE, Maria A. **Modelos de Precificação.** Disponível em: <<http://www.cantareira.br/thesis2/v2n3/maria.pdf>>. Acesso em: 17 de abril de 2011.

M.T.E., Ministério do Trabalho e Emprego. **RAIS - Relação Anual de Informações Sociais, 2010**. Disponível em: <http://www.mte.gov.br/rais/2010/arquivos/Resultados_Definitivos.pdf>. Acesso em: 24 de maio de 2011.

MORAES, J. R.; SÁ, C. A. **O Modelo CAPM**. Disponível em: <<http://carlosalexandresa.com.br/artigos/O-Modelo-CAPM.pdf>>. Acesso em: 17 de abril de 2011.

NETO, Alexandre A.; **MERCADO FINANCEIRO**. 5 Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PYNDICK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 5 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração Financeira**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2002.