

MULHERES NA BOLSA



Está ficando para trás o tempo em que a Bolsa de Valores era um reduto identificado com o gênero masculino. Hoje esse espaço também já é ocupado pelas mulheres que, pelo andar da carruagem, podem em breve estar par a par com os homens, nas estatísticas de investidores pessoa física da bolsa. De acordo com dados da BM&F Bovespa, a participação da mulher no mercado de ações vem crescendo numa velocidade bem maior do que a do homem. Enquanto a quantidade de homens evoluiu 546% de 2002 para cá, o número de mulheres cresceu quase 900% no mesmo período. Conforme a estatística da bolsa, são cerca de 150 mil mulheres, contra 454 mil homens investidores.

por **LUCIA REBOUÇAS**

O ano de 2002 é usado como marco porque foi quando a ainda Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) – antes da fusão com a BM&F, que ocorreu em março de 2008 – deu partida a um extenso programa de popularização do mercado de capitais brasileiro do qual também fazia parte um esforço para atrair as mulheres, materializado no

módulo “Mulheres em Ações”. Naquele ano, o número de mulheres na bolsa era de 15.030 para um total de 70.200 homens. Mas a Bovespa já reconhecia a importância da mulher na economia brasileira e seu potencial crescente na tomada de decisões dos gastos da família. Hoje já está demonstrando que seu “feeling” era verdadeiro.

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE INVESTIDORES (AS)

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* | 453.976 | 75,22% | 149.536 | 24,78% | 603.512 |

* Janeiro/2011

MERCADO DE AÇÕES



PERFIL DAS INVESTIDORAS*

| PERFIL PF POR FAIXA ETÁRIA | Nº DE INVESTIDORES NO BRASIL | | VALOR INVESTIDO (EM R\$ BILHÕES) | | % |
|-------------------------------|---------------------------------|----------------|-------------------------------------|---------------|--------|
| | MULHERES | TOTAL | MULHERES | TOTAL | |
| Até 15 anos | 867 | 2.152 | 0,13 | 0,39 | 0,36% |
| De 16 a 25 anos | 5.579 | 26.587 | 0,27 | 0,82 | 0,75% |
| De 26 a 35 anos | 35.768 | 154.651 | 1,36 | 6,38 | 5,84% |
| De 36 a 45 anos | 32.114 | 137.122 | 2,63 | 15,13 | 13,85% |
| De 46 a 55 anos | 31.286 | 120.664 | 4,34 | 20,92 | 19,14% |
| De 56 a 65 anos | 24.940 | 92.261 | 4,96 | 25,36 | 23,20% |
| Maior de 66 anos | 18.982 | 70.075 | 8,61 | 40,30 | 36,87% |
| TOTAL | 149.536 | 603.512 | 22,30 | 109,30 | |

* Janeiro/2011

Segundo o IBGE, no ano de 1996 havia 10,3 milhões de mulheres responsáveis pela renda em casa. Em 2001, elas já eram a referência econômica em 27,3% das residências brasileiras. Em 2007, essa estatística saltou para 33%. Em números absolutos, existem no Brasil quase 20 milhões de mulheres chefiando as famílias. Em dez anos, o aumento da participação feminina corresponde a uma variação de 92%, enquanto, no mesmo período, o número de homens “chefes” de família cresceu apenas 25%. Pode-se dizer que atualmente, de cada dez lares brasileiros, em três há uma mulher chefiando a casa economicamente.

Essa situação fez as mulheres entenderem que também precisam cuidar bem do seu dinheiro e se preocupar em poupar para o futuro. Para que o mercado de ações entrasse nos projetos de investimento dessa nova “chefe” de família, porém, muito trabalho foi e ainda está sendo feito. “É um trabalho que vai desde uma educação financeira que fala a linguagem feminina até a desmistificação desse mercado como coisa muito complicada, difícil de investir e só para quem tem muito dinheiro”, conta Tércia Rocha, consultora da BM&FBovespa.



TÉRCIA ROCHA
BM&FBovespa

MERCADO DE AÇÕES



SANDRA BLANCO
PERSONALE CONSULTORIA

A popularização do mercado de capitais e a tecnologia também fizeram a diferença para que a mulher incluísse a bolsa na rota de seus investimentos. “O programa de popularização foi a grande revolução do mercado financeiro. Deu início ao varejo na bolsa, possibilitando investimentos de pequenas quantias. Antes só se investia acima de R\$ 1 milhão”, conta Sandra Blanco, responsável pela área comercial e de atendimento da Personale Consultoria e Gestão de Recursos.

Uma das pioneiras do mercado acionário, Sandra observa ainda que a tecnologia possibilitou mais transparência ao mercado. “Permitiu a criação do home broker, por exemplo, que é um grande facilitador. Permite que a pessoa aplique sozinha, facilitou a comparação entre produtos e baixou os custos.” A experi-

ência de Sandra no mercado financeiro começou quando morou nos Estados Unidos com a família. Lá, esteve em contato com mulheres investidoras que também atuavam como escritoras e consultoras de educação financeira.

O avanço tecnológico levou ainda a outras modificações que podem ter ajudado a tirar da Bolsa a imagem de um reduto identificado com o público masculino. Entre elas, o fim do pregão viva voz, formado por rodinhas de homens, os operadores de pregão, gritando e se empurrando. Toda a vez que se falava de bolsa na mídia lá estavam estampadas essas imagens. Subjetivamente, era como se dissessem isso não é lugar para mulher. E de fato não era mesmo, pelo menos naquela posição. A história da bolsa mostra que as raras mulheres que se aventuraram a trabalhar como operadoras do viva voz não duraram muito na profissão.

CAUTELA E INFORMAÇÃO

Com a participação crescente da mulher no mercado de capitais era inevitável que se buscasse o diferencial feminino de atuação na bolsa e que elas fossem comparadas aos homens, principalmente quanto ao seu perfil de risco, que ainda é no mais das vezes erroneamente rotulado como estritamente conservador. Para a consultora da BM&F Bovespa este é um ledo engano. A mulher é mais cautelosa, se informa mais e é menos imediatista na hora de tomar a decisão de investir, mas isso não quer dizer que tenha um perfil de risco conservador, observa.

Sandra diz que a mulher só é conservadora quando não conhece o risco, enquanto não sabe onde está pisando. “Quando faz o reconhecimento do terreno não há diferença entre o comportamento da mulher e do homem.” Na opinião dela, tem gente que é conservadora e gente que não é, e isso não muda da noite para o dia nem de um investimento para outro. De um modo geral, o brasileiro é mais conservador em termos de investimentos e prefere produtos de retorno assegurado como caderneta de poupança e aplicações de renda fixa.

Na avaliação das consultoras, a grande diferença no perfil de homens e mulheres que aplicam na bolsa não está no risco, mas no tempo. As mulheres pensam mais no longo prazo, diz



Tércia. Sandra diz que elas são mais emocionais e se apegam mais ao investimento e com isso ficam mais tempo com a aplicação. Para a bolsa, que é por natureza um investimento de longo prazo, esse é um casamento perfeito. Para as mulheres, esse comportamento aumenta a sua rentabilidade final. As mulheres têm maior rentabilidade final até porque não ficam no movimento frenético de compra e venda que é uma característica masculina, afirmam.

Falando de seu próprio perfil, Sandra, que investe em ações desde 1995, conta que sempre gostou de montanha russa, o que em parte explica ter optado por começar a investir em ações num momento em que a bolsa ainda era considerada um “cassino” dominado por especuladores de caráter duvidoso. “Fui trabalhar no mercado financeiro e vi que não precisava de tanto dinheiro para investir. Também vi que na bolsa você pode perder 10 e depois ganhar 20, se souber esperar e conseguir conviver com os autos e baixos inerentes a este tipo de aplicação.”

Mas Sandra relata, no entanto, que aqueles eram tempos difíceis. “Quando comecei era muito mais vulnerável as crises. Era muito difícil obter informação de mercado. Para conseguir informações de uma empresa, por exemplo, era uma luta. O RI era inacessível. Nem se falava em educação financeira.” Hoje, duas filhas e dois livros publicados depois - “Bolsa para Mulheres” (Campus-Elsevier) e “Mulher Inteligente Valoriza o Dinheiro”, (Qualitymark) - a situação é muito diferente. Está tudo na internet, diz Sandra que também é criadora e coordenadora do site: www.mulherinvest.com.br.

Atualmente a informação está disponível, e em grande quantidade, mas ainda existem questões que dificultam a entrada das mulheres na bolsa. Ainda é preciso mais educação financeira e informações dentro de uma linguagem feminina. Segundo a consultora Tércia, essa é uma linguagem onde o padrão de raciocínio é mais objetivo - requer menos quantidade e mais objetividade.

“Elas procuram todos os detalhes. Elas perguntam muito mais que os homens. Não sei se porque temos a possibilidade de ter filhos, nós mulheres pensamos mais no tempo do que o homem

que é mais imediatista. Com a mulher é preciso entrar nos detalhes da vida doméstica. Como é consciente das necessidades dentro da casa pensa nos mínimos detalhes da gestão financeira. Além disso, elas dão prioridade ao gerenciamento do orçamento para ter poupança”, acrescenta a consultora.

Para Sandra, a informação especializada é imprescindível no mercado de ações. “Este é um mercado muito dinâmico, muito intenso e a interação com os outros é muito importante. A pessoa se sente assustada quando vê a quantidade de informações que precisa digerir. Uma guerra do outro lado do mundo pode afetar sua aplicação. Outra preocupação é saber quais pessoas precisa escutar e aquelas a quem não deve dar ouvidos.” Estas são questões que ainda podem criar barreiras para a atuação da mulher no mercado de ações.

De modo geral, a mulher que investe em bolsa tem maior renda e maior nível de escolaridade e a maioria está numa faixa etária de 26 a 35 anos. De acordo com estatística da BM&FBovespa, em janeiro deste ano do total de mulheres (149.536) que estavam no mercado, 35.768 pertenciam a esta faixa. Em segundo lugar estavam aquelas entre 36 e 45 anos (32.114).

MULHERES EM AÇÃO

A BM&FBovespa foi considerada a bolsa que mais fornece informações em relação a outras bolsas ao redor do mundo. Tércia ressalta que a bolsa não cobra pelas informações na web como acontece em boa parte das outras bolsas. O programa “Mulheres em Ação” mantém um site (www.bmfbovespa.com.br/mulheres) com vídeos explicativos, dicas em áudio, dicionário de finanças e modelos de planilhas que ajudam as mulheres a entenderem melhor sobre educação financeira e investimento em ações.

Segundo a consultora, com uma abordagem em linguagem bastante didática, o portal do programa tem seções como: Investimento e Futuro, Orçamento Pessoal; Consumo e Comportamento, onde as investidoras poderão sempre encontrar informações atualizadas sobre estes temas. Além disso, oferece ferramentas, como planilha de controle orçamentário, calculadora de gestão de finanças pessoais com perfil feminino, vídeos educativos e um espaço para a realização de fóruns. **RI**