

## 5

### Conclusões e Recomendações

O presente estudo buscou trazer ao mercado brasileiro o desenvolvimento de índices de sentimento do mercado. Para isso, foi trazida com sucesso à baila a utilização do índice de confiança do consumidor como variável do índice de sentimento do mercado, bem como se buscou uma nova metodologia de desenvolvimento deste índice com utilização de dois componentes principais. Foram obtidos resultados que sugerem que a precificação das ações é efetivamente afetada pelo sentimento do mercado e observa-se que os índices de sentimento do mercado propostos foram capazes de prever efeitos mais acentuados sobre ativos com maior risco anualizado e menor valor de mercado. A relação verificada entre sentimento do mercado e a média dos retornos dos ativos no trimestre subsequente é inversa, ou seja, quando o sentimento de mercado é positivo ou crescente, as ações possuem, na média, retorno trimestral inferior aos trimestres seguintes a período de sentimento negativo ou decrescente.

O presente estudo, contudo, não foi capaz de mostrar com clareza a relação entre o índice de sentimento do mercado e o retorno das ações em trimestres subsequentes, quando estas foram segmentadas por tempo de listagem na Bovespa. Aparentemente, as ações com menor tempo de listagem são mais influenciadas pelo sentimento negativo, mas isso não ficou claro nem em períodos posteriores a trimestres de sentimento positivo, nem em períodos posteriores a trimestre de sentimento crescente ou decrescente.

Conclui-se também que, dentro da técnica de ACP utilizada, é satisfatório utilizar apenas o primeiro componente principal, ainda que existam dois componentes principais com autovalores superiores a um. Todavia, a metodologia proposta para a obtenção de índices de sentimento do mercado utilizando-se dois componentes principais mostrou-se igualmente satisfatória, ficando como sugestão para estudos futuros a verificação mais detalhadas das propriedades exclusivas que cada um dos índices desenvolvidos pode vir a ter.

O presente estudo levantou ainda a importância da coleta cuidadosa de dados, buscando tratar questões, no caso da variável TURN, como o desdobramento de ações e a fixação de um semestre de referência para observá-las. Com relação à variável S, por sua vez, buscou-se utilizar apenas emissões primárias.

O tratamento estatístico, contudo, pode ser mais desenvolvido, destacando-se entre as sugestões para estudos futuros a relevância de utilizar métodos de estimação que levem em consideração a possível endogeneidade das variáveis, conforme aplicado no estudo realizado por Yoshinaga (2009). Além disso, cabem estudos mais cuidadosos sobre a variável TURN, com objetivo de entender se essa variável pode ser um indicativo de sentimento tanto positivo, ao sugerir que os agentes financeiros adicionam liquidez ao mercado em períodos de otimismo, quanto negativo, com indícios de que o mercado também adicionaria liquidez em períodos de sentimento negativo. Como essa variável assumiu valor positivo em  $SENT^{\perp}_t$  e negativo em  $SENT2^{\perp}_t$ , esse é um fator que indica requerer novos estudos.

Destaca-se, ainda, que por existirem poucos estudos brasileiros sobre índices de sentimento do mercado, ainda há espaço para trabalhos bem mais detalhados sobre o comportamento dos índices, seja através da análise de períodos mais longos, da adoção de diferentes estratégias de carteiras ou da utilização de outras variáveis para formação do índice.