



# O impacto de anúncios de dividendos no valor das ações das empresas da Zona Euro

*Café, Alexandra Myrielle*

Mestrado em Estudos de Gestão

## Agradecimentos

A Deus, meu amparo, protetor, pai e amigo, que sempre está comigo e que tornou possível este trabalho.

À minha orientadora, Prof. Doutora Benilde Maria Nascimento Oliveira, que, mesmo não sendo eu estudante de finanças, me aceitou prontamente como sua orientanda. Pela orientação e disponibilidade que me ofereceu para a elaboração do trabalho, o meu muito obrigado.

Ao Prof. Doutor Gilberto Ramos Loureiro, que sem hesitar se prontificou a ajudar-me com o software de estimação dos resultados e que me alertou sobre questões relevantes a ter em atenção.

Aos heróis da minha vida, o meu pai Alexandre Café, e minha mãe, Filomena Café, que tudo fazem para o meu melhor e têm sempre uma palavra encorajadora nos momentos mais difíceis da minha vida.

Às minhas irmãs e melhores amigas, "manuscas e maninhas", que muita força e apoio me deram nesta caminhada e estiveram sempre disponíveis para me ajudar.

Ao Katú, meu irmãozinho, que com paciência e repleto de carinho para me dar, esteve sempre do outro lado do continente a fazer-me companhia pelo skype.

Ao Manuel Bamba, "My Angel" e noivo enviado por Deus, que incondicionalmente sempre me deu forças para não desanimar e chegar até à meta final do objetivo.

Ao Dalvim e ao Chia, que me ajudaram no processo de recolha de dados.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, me apoiaram para a concretização desse projeto, os meus sinceros agradecimentos

### **Abstract**

O presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto do anúncio de dividendos no valor das ações das empresas, usando a metodologia de estudos de evento de curto prazo. A análise recai sobre 16 países da Zona Euro. Para além de ser realizada uma análise global, agrupando todos os países em função da tipologia dos anúncios de dividendos, nomeadamente anúncios de aumentos, de diminuição e constantes, realizou-se adicionalmente uma análise comparativa dos mesmos países agregados em dois grupos, em função do Produto Interno Bruto (PIB).

O teste t, o teste de rank e o teste de sinal, foram os testes realizados e aplicados a uma amostra total de 1818 anúncios de aumentos, 439 anúncios constantes e 588 anúncios de diminuição; sendo adicionalmente aplicadas regressões adicionais sobre CAAR. Apesar de para os testes estatísticos os anúncios de aumentos apresentarem resultados mais consistentes, em geral, os resultados quer para a análise global quer para a análise comparativa, permitem inferir a existência de um impacto dos anúncios de dividendos no valor das ações para os três tipos de anúncio.

Os resultados do trabalho podem ser sustentados, em parte, pela teoria de sinalização e por outro, pela teoria de catering.