

Depois de ir às compras, classe C agora vai à Bolsa

(Não Assinado)

RIO - A classe C - a grande queridinha do varejo brasileiro nos últimos anos - agora também é a estrela do mercado financeiro. Depois de ir às compras, a nova classe média despertou seu interesse pelas ações, revela reportagem de Lucianne Carneiro, publicada na edição deste domingo do GLOBO. Estudo feito pela consultoria Plano CDE, a pedido da BM&FBovespa, mostra que 20% dos investidores pessoas físicas têm renda familiar mensal entre R\$ 2.500 e R\$ 4.500. Segundo a classificação da Fundação Getulio Vargas (FGV), as famílias de classe C são aquelas com renda mensal entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807. São investidores com recursos limitados, mas que, como os das demais faixas de renda, buscam nas ações um investimento com rentabilidade maior. Eles saem da poupança e partem em busca da renda variável com muito interesse por conhecimento. Aos poucos se encantam com as chamadas blue chips, como Petrobras e Vale. - Esse investidor de classe C era praticamente inexistente no passado. Ele só estava na Bolsa quando ganhava ações ao comprar uma linha de telefone. Fora isso, não existia - afirma o economista, demógrafo e diretor da Plano CDE, Haroldo Torres. O programa de popularização da BM&FBovespa e os cursos que são cada vez mais oferecidos por corretoras são algumas das razões apontadas para a atração desse público com renda crescente. - Há dez anos, não se via a classe C na Bolsa. Agora, temos até a classe D - diz o diretor-executivo da Icap Brasil, Paulo Levy. O militar Jorge William Cerqueira dos Santos, de 35 anos, é um dos integrantes desse grupo de novos investidores. Casado, pai de duas filhas, começou a se interessar pelo mercado financeiro no fim de 2009. Até então, só aplicava em caderneta de poupança. Fez um curso gratuito no site da BM&FBovespa, escolheu sua corretora e passou a aplicar um pouco todo mês. - Tento investir 10% da renda, mas é um dinheiro suado, nem sempre dá. Às vezes, só consigo colocar R\$ 100 - diz ele, cliente da Um Investimentos. De olho no filão, corretoras estão se organizando para atrair esses investidores. Palestras e cursos gratuitos são a principal estratégia, mas as armas incluem inexistência de investimento mínimo, ferramentas mais simples, assessoria mais detalhada, relatórios e análises diversificadas e vocabulário mais simples, sem o uso de jargões e termos em inglês.