

PESQUISA

Carência de informação afasta jovens do mercado

Desconhecimento dos mecanismos financeiros faz com que eles superestimem os riscos. Por **Eliane Sobral**, de São Paulo

Jovens entre 20 e 30 anos, com renda média mensal de R\$ 1,5 mil, têm forte atração pelo mercado financeiro e gostariam de diversificar os investimentos aplicando em ações, fundos de investimentos e até participando do mercado futuro. Gostariam, mas não o fazem, porque se assustam com os termos técnicos e a possibilidade de perder dinheiro por inexperiência. Essas são algumas conclusões de uma pesquisa encomendada ao instituto DataPoplar, pela Ação Jovem — associação sem fins lucrativos que reúne hoje cerca de 1,5 mil profissionais do mercado.

O levantamento incluiu mil entrevistas em São Paulo, Rio, Salvador, Belo Horizonte e Porto Alegre e descobriu que, para os entrevistados, não saber os passos para investir em ações distancia as pessoas do mercado. Os jovens ouvidos dizem que quem não trabalha com investimentos não sabe como funciona uma corretora. Esse desconhecimento faz com que eles superestimem os riscos. “O principal motivo para não investir é o temor origina-

do pela falta de conhecimento”, afirma Renato Meirelles, sócio-diretor do DataPoplar.

A consequência prática dessa relação entre jovens e mercado financeiro é que apenas 8% dos entrevistados investem em ações e 3% participam de clubes de investimentos, enquanto a maioria (59%) direciona seus recursos para a caderneta de poupança. “Essa parte da população acaba sendo conservadora em seus investimentos não por característica, mas sim pelas limitações que tem em diversificar suas aplicações”, pondera Meirelles.

Segundo o executivo, o que mais chama a atenção no perfil do universo pesquisado é a determinação em “dar certo na vida”, como dizem os próprios entrevistados. Isso, para eles, significa sucesso profissional e capacidade de acumular dinheiro. “O curioso é que eles identificam os profissionais do mercado financeiro como exemplo de gente que deu certo profissionalmente”, afirma Meirelles. “Para os jovens, a pessoa que se dá bem é aquela que domina o linguajar do mercado”, completa.

Mercado financeiro ainda desconhecido

Geração sabe pouco sobre ações e prefere investimentos de baixo risco

Onde os jovens aplicam

Outros	4%
Títulos públicos	2%
Previdência privada	20%
Clube de investimento	3%
Imóveis	20%
Renda fixa	18%
Ouro	7%
Outra moeda	6%
Dólar	20%
CDB	9%
Poupança	59%
Fundo misto	10%
Fundo de ações	7%
Ações individuais	8%

O que faria se ganhasse R\$ 10 mil?

Pagaria dívidas/empréstimo	1%
Gastaria com estética	3%
Compraria um carro	3%
Investiria no mercado financeiro	13%
Gastaria em cursos	18%
Viajaria	21%
Guardaria	25%

Fonte: DataPoplar

Segundo o diretor do DataPoplar, a pouca identificação dos jovens com o universo das finanças também explica por que a maior parte deles recorre aos bancos quando decide se aventurar pelo mundo das ações. Segundo a pesquisa, 39% dos entrevistados procuram bancos para comprar ações — enquanto 23% procuram a Bolsa de Valores e 17% recorrem a corretoras, que são as tradicionais intermediárias nesse tipo de aplicação.

Ao mesmo tempo em que temem o mercado, os jovens desejam investir. À pergunta sobre o que faria se ganhassem R\$ 10 mil, a maior parte dos entrevistados, 25%, responde que guardaria o valor, e apenas 13% disseram que investiriam a quantia no mercado financeiro.

Mônica Saccarelli, conselheira da associação Ação Jovem, diz que, a partir da conclusão da pesquisa, a entidade pretende intensificar as ações dirigidas a esse público. Só neste ano, por exemplo, a Ação Jovem já realizou dois cursos sobre negociação de ações — com 150 participantes, segun-

do Mônica —, seminários sobre Oferta Pública de Ações (IPO) e jantares com executivos da área financeira de grandes empresas — o último foi realizado em maio com Augusto Cruz, diretor financeiro da Fribio.

“Além de intensificar nossa aproximação com os jovens, queremos difundir os dados da pesquisa para agências de publicidade e universidades, entre outros”, afirma Mônica, acrescentando que a presença dos jovens no mercado de ações hoje é muito pequena e que é preciso explorar o potencial de crescimento desse segmento da sociedade.

Meirelles, do DataPoplar, diz que um bom caminho para atrair moças e rapazes entre 20 e 30 anos para o mercado é começar por usar uma linguagem mais acessível. E esse é um anseio que aparece no levantamento. “Quando pedimos aos jovens que traduzissem a imagem do mercado financeiro, eles o identificaram com um homem com 50 anos”, afirma. “É uma boa imagem, mas muito distante do universo desse público”, completa.