



Título de Capitalização

O QUE VOCÊ PRECISA SABER



Sumário

Título de Capitalização	4
Um pouco de história	5
A Capitalização no Brasil	6
A FenaCap	7
Ofertas diversificadas	8
Aos consumidores	15

Título de

Capitalização

Os títulos de capitalização são soluções de negócios com sorteios. A variedade de ofertas, a ausência de burocracia na aquisição, valores acessíveis e prêmios em dinheiro sempre foram determinantes para o sucesso do produto Tradicional, o mais conhecido do mercado. Historicamente, pelo menos desde a estabilização da moeda, o desempenho do setor vem sendo positivo, mesmo em momentos de oscilações econômicas. Atualmente, 17 milhões de brasileiros possuem títulos de capitalização, sendo 1,1 milhão de pessoas jurídicas. Disponíveis em quatro modalidades, os títulos de capitalização atendem a um universo amplo de consumidores, independentemente de classe social, renda ou escolaridade.

Os títulos de capitalização da modalidade Tradicional, que respondem por mais de 85% do mercado, são uma alternativa eficaz para quem não tem disciplina financeira, está começando a pensar em formar uma reserva e dispõe de poucos recursos para isso. Basta uma pequena sobra no orçamento para começar a organizar as finanças pessoais e iniciar o planejamento de uma viagem ou de qualquer projeto especial de vida. Em outras palavras: por possuir o mecanismo da carência, em geral de 12 meses, e sorteios periódicos, incentivam o consumidor a assumir o compromisso de guardar dinheiro.

Um pouco de

história

Paul Viget, diretor de uma cooperativa de mineiros francesa, idealizou, em 1850, uma engenhosa maneira de alavancar recursos financeiros para seus cooperados. Em poucas palavras, o sistema funcionava mais ou menos assim: todos contribuíam mensalmente com uma parcela de suas economias, por um período previamente determinado. Além da garantia de resgatar todo o dinheiro acumulado ao fim daquele prazo, havia a possibilidade de receber tudo antecipado caso o cooperado fosse sorteado. Pronto. O modelo agradou em cheio e não só conquistou a simpatia dos cooperados como também acabou por espalhar-se por toda a França e a ganhar novos adeptos.

Uma das formas de utilização do modelo de Viget nasceu ligada à necessidade da compra da casa própria. Já naquela época, comprar um imóvel era um investimento alto e, os prazos de capitalização, de 30 anos, em média. Para estimular as pessoas a permanecerem no plano, a cada mês era sorteada uma casa. Dessa forma, além de saber que estavam poupando e, portanto, pagando pelo imóvel, poderiam receber a casa própria mais cedo, se premiadas.

No início do século XX, as ideias de Viget romperam fronteiras e encontraram terreno fértil para se consolidar nos países de origem latina.

A Capitalização

no Brasil

Foi essa mesma lógica que norteou os primeiros planos de capitalização no Brasil do início do século passado, quando a urbanização começava a avançar. O marco foi a criação da Sulacap – Sul América Capitalização, em 1929. Grande parte dos recursos movimentados financiava as atividades de construção civil, especialmente projetos habitacionais. Uma herança curiosa do período: vários bairros país afora foram batizados com o nome Sulacap.

A novidade teve bastante receptividade e, até os anos de 1940, não parou de crescer. O primeiro freio veio com a aceleração do processo inflacionário, na década de 1950. A desvalorização da moeda tornara desinteressante aquele sistema de guardar dinheiro por período determinado. O mecanismo da correção monetária, criado nos anos de 1960, minimizou esses efeitos, mas a Capitalização só voltou a crescer nos anos de 1970, com a entrada das grandes instituições financeiras nesse mercado.

O vai e vem da inflação, no entanto, sempre afetou a dinâmica do setor. A Capitalização ganhou fôlego mesmo a partir dos anos de 1990, com a estabilidade da moeda. De lá para cá, o mercado avançou, se sofisticou e ampliou ofertas de produtos, promovendo uma ampla diversificação dos canais de distribuição. E vem apresentando um crescimento contínuo, contando, hoje, com 17 Sociedades de Capitalização autorizadas a operar no mercado.

A

FenaCap

A criação da **FenaCap**, em 2007, veio consolidar a importância do setor que, pela dimensão alcançada, passou a requerer estrutura institucional que pudesse dar foco a aspectos exclusivamente relacionados à Capitalização.

É uma associação civil, que representa as empresas de capitalização no território nacional. A entidade empenha-se pelo fortalecimento das empresas de capitalização, contribuindo, assim, para o desenvolvimento econômico e social do País.

Entre outros objetivos, a federação exerce a representação política e institucional do setor e promove a permanente defesa dos interesses do mercado; representa as associadas judicial ou extrajudicialmente; e atua na criação e aprimoramento de leis, normas e regulamentos que aumentem a eficiência do setor.

A **FenaCap** está encarregada, ainda, de realizar pesquisas e projetos, promover a divulgação de ações do mercado e zelar pela imagem institucional do setor, além de contribuir para a formação, qualificação e certificação profissional.

Soluções

diversificadas

Estimuladas por demandas de mercado, as empresas têm buscado diversificar para oferecer soluções que atendam as novas necessidades dos consumidores. Atualmente, os produtos de capitalização estão segmentados nas seguintes modalidades:

a) Tradicional; b) Incentivo; c) Popular e d) Compra Programada.

A modalidade Tradicional é a mais comercializada, representando mais de 85% do mercado. Nesta modalidade, o cliente constitui uma reserva, participa de sorteios e recebe 100% do valor acumulado ao fim do prazo de vigência. Ainda no âmbito da modalidade Tradicional, algumas Sociedades de Capitalização identificaram nova demanda de mercado e, dessa forma, surgiram os produtos para garantia locatícia, que substituem o fiador nas transações de aluguel de imóveis residenciais e comerciais, facilitando a vida do consumidor na hora de assinar um contrato, dispensando a necessidade de recorrer a terceiros para garantir a obrigação.

Outra modalidade em franca ascensão é a dos produtos de Incentivo. Voltados para clientes pessoa jurídica, estes títulos são comercializados em séries fechadas para empresas interessadas em realizar ações promocionais para incremento de vendas ou para fidelização, cujo mecanismo é o seguinte: a empresa adquire uma série inteira de títulos de capitalização e cede gratuitamente aos seus clientes o direito a concorrer aos sorteios daquela série, por meio de números da sorte.

A modalidade Popular, cuja característica principal é o baixo valor de aquisição, atrai não só em função dos sorteios como pela possibilidade de o consumidor realizar ações sociais. É porque esta modalidade, que

devolve pelo menos 50% da reserva acumulada, permite a cessão do direito de resgate para instituições filantrópicas.

Há, ainda, a modalidade Compra Programada, que garante ao titular, ao fim da vigência, resgatar sua reserva em dinheiro ou receber um bem ou serviço.



Por ser uma solução de negócios combinada com sorteios, o título de capitalização não pode ser considerado como investimento, na definição clássica. O consumidor do produto Tradicional, por exemplo, troca um possível retorno financeiro pela chance de participar de sorteios, razão pela qual o título de capitalização não pode ser comparado a qualquer produto financeiro disponível no mercado. Também não pode ser comparado às loterias. Os produtos de investimento não oferecem a possibilidade de premiação, salvo em casos excepcionais e temporários; e as loterias não devolvem o valor da aposta caso o consumidor não seja sorteado.

O título de capitalização se assemelha hoje a uma grande plataforma, capaz de suprir necessidades de clientes com objetivos diferentes e perfis de comportamento e consumo variados.

Caderneta de Poupança X Títulos de Capitalização

Embora as taxas de juros e o índice de correção monetária (TR) sejam praticamente os mesmos para os dois produtos, as suas funções são diversas. No caso das cadernetas de poupança a taxa de juros e a TR são utilizadas para corrigir 100% do capital investido. Já no caso dos títulos de capitalização Tradicionais, a taxa de juros e a TR são utilizadas para corrigir a cota de capitalização, que constitui a reserva efetivamente a ser capitalizada e resgatada pelo cliente.

Papel da **taxa de juros** na Capitalização

Os títulos de capitalização Tradicionais não podem ser considerados como investimento porque o capital acumulado não será rentabilizado da mesma forma que as aplicações financeiras tradicionais. A taxa de juros, no caso dos títulos de capitalização, tem a função apenas de recompor o saldo da reserva do cliente ao fim do prazo de capitalização, de modo que o cliente receba 100% do que acumulou atualizado pela TR. Quem compra um título de capitalização, opta por trocar a remuneração (juros) pela chance de participar de sorteios (pagamento da cota de sorteios).

Soluções diferenciadas

A compra de um título de capitalização Tradicional é uma solução para desenvolver o hábito de guardar dinheiro. É também uma solução que substitui o fiador na hora de alugar um imóvel. O título Popular é uma solução para quem quer contribuir com alguma instituição filantrópica. O produto de Incentivo é um instrumento promocional e de fidelização capaz de alavancar novos negócios em qualquer segmento econômico.

Série

Em linhas gerais, uma série é um conjunto de títulos de características idênticas. A comercialização de uma série implica a reunião de um conjunto de pessoas que, portadoras de um mesmo tipo de título, concorrem entre si a um volume determinado de prêmios. A quantidade e o valor destes prêmios serão definidos em função do tamanho da série e das características dos títulos que a compõe, tais como prazo de capitalização, valores de mensalidades, quantidade de sorteios, etc.

A forma mais frequente de composição destas séries utiliza combinação de dezenas, de grupos de números previamente estabelecidos, tendo como base os sorteios realizados pelas loterias oficiais (como, por exemplo, a Loteria Federal) ou pelas próprias empresas de capitalização.

Cota de **sorteio**

Todos os portadores dos títulos têm as mesmas chances de sorteio, sendo que, cada um dos participantes de uma série contribui com uma pequena parcela de seu depósito para a formação de uma espécie de “fundo” de premiação. A comercialização de uma série completa já prevê um determinado volume de sorteios e também que todos os participantes daquela série tenham igual chance de premiação. Ainda que seja sorteado, o mesmo título continua concorrendo a todos os demais sorteios previstos na série até o fim do prazo de capitalização, desde que os pagamentos estejam em dia.

A **emissão dos títulos** de uma série

Os títulos de uma série são emitidos por computador e as combinações nele contidas são distribuídas de forma aleatória. Um título jamais possui as mesmas combinações de outro dentro de uma mesma série.

Reserva **Matemática**

É a parte do valor depositado pelos clientes que vai sendo mensalmente capitalizada a uma taxa de juros, além do indexador estipulado, no prazo previamente determinado, e que constitui o saldo de capitalização a ser devolvido aos clientes ao fim da vigência do plano.

Prazos de Capitalização

O prazo mínimo estabelecido pela legislação para planos de capitalização é de um ano. Boa parte dos produtos hoje disponíveis no mercado possui prazo de capitalização entre 24 e 36 meses e 12 meses de carência. Não se destinam, portanto, a quem visa ao curto prazo.

O resgate **antecipado**

Como todas as séries de títulos são constituídas prevendo a permanência de seus portadores até o fim do prazo de capitalização, os valores aplicados só são restituídos integralmente ao fim desse prazo. No caso do resgate antecipado, o cliente vai resgatar o saldo de sua reserva matemática após o prazo de carência, corrigido até o momento de sua permanência no plano, que fica, assim, encerrado. Neste caso, como houve um rompimento unilateral do contrato de capitalização, o cliente é penalizado também com uma multa.

Reservas de capitalização

Os recursos resultantes dos pagamentos dos clientes constituem as reservas de capitalização que serão devolvidas e são investidos pelas Sociedades de Capitalização no mercado financeiro, conforme regulamentação específica, que determina limites e classes de ativos onde esses recursos podem ser aplicados. Isso significa dizer que o setor contribui para a formação da poupança interna e para alavancar o desenvolvimento econômico e social do país.

Cota de capitalização

É o percentual relativo aos pagamentos a serem utilizados para constituição da reserva matemática para resgate, que deverão obedecer os seguintes critérios, observados ainda os demais requisitos de cada modalidade:

Nos títulos de Pagamento Único (PU) em que haja a realização de sorteios, o percentual destinado à formação da reserva matemática para resgate deverá ser, no mínimo, 70 % do valor do pagamento, qualquer que seja o prazo de vigência do título;

Nos títulos de Pagamentos Mensais (PM) ou de Pagamentos Periódicos (PP), em que haja a realização de sorteios, o percentual destinado à formação da reserva matemática para resgate deverá ser, no mínimo, 10% do valor de cada pagamento nos primeiros 3 meses de vigência; e 70%, a partir do 4º mês de vigência, sendo que, a média aritmética do percentual de capitalização de todos os pagamentos, até o fim da vigência do título, deverá corresponder a, no mínimo, 70%, qualquer que seja o prazo de vigência do título.

Nos títulos de Pagamento Único (PU) com 12 meses de vigência e pertencentes às modalidades Incentivo ou Popular, o percentual destinado à formação da provisão matemática para resgate deverá ser de, no mínimo, 50% do valor do pagamento.

Cota de carregamento

É o montante deduzido das parcelas mensais (títulos de pagamentos mensal) ou da cota única (títulos de pagamento único) para cobrir os custos de despesas com corretagem, distribuição e administração do título de capitalização, emissão, divulgação, atendimento ao cliente, desenvolvimento de sistema e lucro da sociedade de capitalização. Não há um limite expresso referente à cota de carregamento, cujo percentual é estabelecido em função dos demais custos envolvidos na operação.

Aos

consumidores

As Sociedades de Capitalização têm trabalhado em linha com os princípios da Educação Financeira, com o propósito de simplificar a comunicação, fazê-la de maneira clara e objetiva, esclarecer o que está por trás de uma relação de consumo no que se refere à compra de um título de capitalização, como se dá o processo da compra e venda e quais os direitos e deveres de fornecedores e clientes nesse processo.

É fundamental que, ao comprar um título de capitalização, o consumidor seja informado e compreenda perfeitamente as condições do contrato que está assinando: valores, prazos de carência e de vigência, quantidade de sorteios a que estará concorrendo, consequências do resgate antecipado ou das situações de inadimplência, ou qualquer outro fator que implique mudanças na entrega do que foi ofertado.

O consumidor deve ser sempre informado que, ao adquirir um título de capitalização, opta por abrir mão de um possível retorno financeiro em troca da participação nos sorteios e que, por fim, o produto não pode ser considerado um investimento e não é adequado para quem busca retorno financeiro.

A simplicidade, a facilidade de acesso e as chances de premiação tornam os títulos de capitalização cada vez mais atraentes, seja para quem está iniciando um relacionamento com uma instituição financeira ou para aqueles que buscam diversificação ou soluções de negócios.

Esses fatores explicam a crescente importância econômica e social dos títulos de capitalização.



www.fenacap.org.br
Rua Senador Dantas, 74 -
8º andar
Centro Rio de Janeiro
CEP: 20031-205