

Por Antonio Penteado Mendonça

O setor de seguros é composto pelas empresas de seguros, planos de saúde privados, planos de previdência complementar abertos e capitalização. Seu lado menos conhecido é a capitalização, o que não quer dizer que não seja composto por empresas sólidas e rentáveis, que operam no país há mais de cem anos.

Os títulos de capitalização foram criados na França, no século 19. Trazidos para o Brasil, desde a primeira metade do século 20, eles têm forte apelo e ocupam um lugar importante na economia nacional. Formados basicamente pela soma de uma loteria com um programa de poupança, os títulos de capitalização caíram no gosto do brasileiro porque, em seu desenho tradicional, são uma loteria onde o apostador não perde. Ao adquirir o título, o cidadão passa a concorrer a um sorteio, que é o grande atrativo do produto. Se ele não for sorteado, ao contrário do que acontece nas loterias tradicionais, a operadora do título devolve uma parte do dinheiro investido (pode ser todo o valor), com juros e correção monetária, conforme previsto no contrato.

Este desenho, há mais ou menos um século, tem forte apelo popular e, ao longo dos anos, manteve seu bom desempenho, com crescimento sólido, baseado na premissa da loteria onde o apostador não perde. Durante alguns anos, há bastante tempo, a imagem dos títulos de capitalização foi abalada pela entrada no mercado de pessoas e empresas inescrupulosas que passaram a prometer o que não entregavam, iludindo e lesando milhares de investidores, que adquiriam os títulos incentivados pela promessa de ganharem caminhões e outros bens de alto valor, o que, evidentemente, nunca aconteceu.

Saneada, hoje, a atividade não enfrenta nenhum problema mais sério de inadimplência ou insolvência das empresas que atuam nela. Ao contrário, elas se orgulham de pagar vários bilhões de reais por ano nos sorteios e resgates dos títulos, após o prazo de investimento.

O carro chefe segue sendo o título de capitalização tradicional, a loteria somada ao programa de poupança, ou capitalização do título, de acordo com as condições contratuais de remuneração e tempo de aplicação.

Mas os planos de capitalização evoluíram muito e atualmente existem outros produtos extremamente eficientes em seus campos de atuação. Por exemplo, um produto de capitalização com intenso uso pelos shopping centers e comércio em geral, é o título que permite que os estabelecimentos realizem ações de marketing com premiação para os seus clientes. O pagamento é feito através de um título de capitalização. Outra modalidade que está crescendo é o título de capitalização como garantidor dos contratos de locação. E uma terceira é o título de capitalização destinado a ações de filantropia, que têm gerado resultados interessantes para as organizações que atuam nesse campo.

O número de companhias de capitalização não é grande, mas são empresas extremamente dinâmicas, que estão permanentemente analisando as demandas do mercado e os nichos em que podem atuar, tanto com produtos tradicionais, como com desenhos específicos, destinados a atender demandas especiais.

Fonte: O Estado de S. Paulo, em 21.11.2023.