Natanael Castro, diretor-executivo da FenaCap

A versatilidade dos Títulos de Capitalização na modalidade de Incentivo tem ampliado as possibilidades de empresas que buscam estruturar campanhas promocionais com foco em engajamento, relacionamento e estímulo ao consumo. Muito além de viabilizar sorteios, a ferramenta vem sendo incorporada às estratégias de diferentes segmentos com varejo, beleza, alimentos, além de indústrias e prestadores de serviços, como um instrumento capaz de gerar valor tanto para marcas quanto para consumidores, aliando segurança jurídica, previsibilidade de custos e transparência operacional.

Ao permitir o desenvolvimento de ações sob medida, a modalidade contribui para a fidelização de clientes e para o estímulo a comportamentos estratégicos, como aumento do ticket médio, maior frequência de compra e participação ativa em campanhas promocionais. O modelo é flexível e pode ser adaptado a diferentes objetivos comerciais, formatos de campanha e perfis de público.

De acordo com dados divulgados pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) e analisados pela Federação Nacional de Capitalização (FenaCap), entre janeiro e novembro de 2025, os sorteios dessa modalidade somaram R$ 300 milhões, um crescimento de 50% em relação ao mesmo período do ano anterior. A arrecadação totalizou R$ 1,1 bilhão, avanço de 31,3%, reforçando a confiança das empresas nesse instrumento de premiação em dinheiro, que possibilita planejamento claro de custos e execução organizada das campanhas.

A Capitalização garante que o consumidor participe de sorteios de forma totalmente regulamentada, recebendo o prêmio líquido de impostos, com liquidez imediata e sem custos adicionais.

“Os Títulos de Capitalização na modalidade de Incentivo oferecem uma estrutura completa para sorteios em dinheiro. O promotor define o valor total que será entregue, contrata uma sociedade de Capitalização e recebe uma série de Títulos compatível com o montante acordado e a quantidade de números da sorte que serão distribuídos aos consumidores”, explica o diretor-executivo da FenaCap, Natanael Castro.

Cada série de Títulos é composta por três componentes: a cota de Capitalização, que é devolvida ao promotor – pessoa jurídica- que contratou a promoção após o período de carência; a cota de sorteio, que cobre o valor da premiação, inclusive impostos; e a cota de carregamento, que remunera a sociedade de Capitalização pela operação. Assim, o custo da promoção corresponde ao valor desembolsado pelo promotor, menos o valor devolvido ao final da carência (cota de Capitalização).

Entre os diferentes usos da modalidade, destacam-se ações realizadas por shoppings, supermercados, indústrias e empresas de bens de consumo, que podem vincular a participação nos sorteios a comportamentos específicos dos consumidores, como valor mínimo de compras, frequência de visitas ou engajamento em campanhas sazonais. O modelo pode ser aplicado em datas comemorativas, liquidações ou ações contínuas de relacionamento.

“Embora seja amplamente adotada em ações promocionais no varejo, a modalidade também pode ser utilizada por empresas de diferentes setores, sempre com o objetivo de incentivar comportamentos específicos do consumidor final. Por ser flexível, é possível desenhar a promoção de acordo com a estratégia do cliente, tornando-a uma solução consolidada no mercado”, acrescenta Castro.

Para os consumidores, o principal benefício é receber o prêmio em dinheiro de forma prática e sem custos adicionais, podendo utilizá-lo da maneira que julgarem mais adequada. Para os promotores,

a operação garante previsibilidade, transparência e facilidade na execução da campanha, enquanto as sociedades de Capitalização estruturam a série de Títulos, asseguram a conformidade regulatória e viabilizam toda a operação, recebendo a remuneração por meio da cota de carregamento. Eventualmente, intermediários especializados, como corretores ou empresas focadas em promoções, podem participar da concepção e operacionalização da ação, ampliando a eficiência das campanhas.

Fonte: FenaCap/Danthi, em 09.02.2026.