

Dados da FenaCap mostram que houve alta de 13,9% no acumulado do ano até setembro

No acumulado do ano até setembro, o segmento de Capitalização distribuiu mais de mais R\$ 860 milhões em sorteios, registrando um crescimento de 13,9% em relação ao mesmo período do ano passado. O montante equivale ao pagamento de R\$ 4,5 milhões em prêmios por dia útil no período. As informações são da Federação Nacional de Capitalização (FenaCap).

Esse dinheiro ajuda muitos brasileiros a antecipar e realizar seus sonhos por meio dos sorteios. "Entretanto, nossas pesquisas apontam que o sorteio é um atrativo adicional, não sendo determinante para a compra do produto de capitalização. Quando adquire um título, o que o cliente deseja, seja ele de baixa ou alta renda, é o desenvolvimento de disciplina financeira para formação de uma reserva. Com a Capitalização, por meio de mecanismos como a carência para resgates, presente em praticamente todas as modalidades, e do débito direto em conta-corrente, é possível criar o hábito de guardar dinheiro. A possibilidade de ser sorteado é um estímulo para que economizar passe a ser uma rotina", afirma Marco Antonio Barros, presidente da FenaCap.

Ainda segundo os dados da Federação, os resgates, valores que são retornam aos clientes e suas famílias ao fim da vigência dos planos de capitalização, ou até mesmo antes, por meio de resgates antecipados, atingiram os R\$ 14 bilhões, registrando assim aumento de 17,3% em relação ao mesmo período de 2015.

As provisões técnicas - valores acumulados pelos clientes e que serão resgatados ao fim do prazo de vigência dos títulos - superaram os R\$ 29 bilhões. A receita global do segmento de títulos de capitalização atingiu R\$ 15,5 bilhões.

Transparência. As empresas de Capitalização estão investindo cada vez mais em produtos para os mais variados perfis de consumidores. Mas para garantir que o cliente saiba exatamente o que está comprando, a melhoria na comunicação tem sido uma prioridade, o que inclui desde a produção de materiais promocionais e peças publicitárias em linguagem clara e objetiva até a intensificação do treinamento de equipes de vendas. "O cliente, hoje em dia, tem mais consciência dos seus direitos e a percepção do funcionamento dos títulos de capitalização é muito maior", finaliza Marco Barros.

Fonte: [CNseg](#), em 28.11.2016.