

Por Antonio Penteado Mendonça



Se há um produto que sofre pouco com as crises brasileiras é o título de capitalização. Pode ser que tenha outros tão resilientes quanto ele, mas ele está, sem dúvida nenhuma, no topo da cadeia.

É verdade que em época de fartura o crescimento é maior, mas isso não significa que a crise tenha a capacidade de desvirtuar o andamento da atividade, tanto que as empresas de capitalização estão sofrendo bem menos do que, por exemplo, as autopeças, ou lojas de roupas.

O título de capitalização é uma invenção francesa que encontrou ambiente propício para se desenvolver no Brasil. Soma de um sorteio com um programa de poupança, parte do preço do título é direcionada para a loteria e parte é destinada a um plano de capitalização com tempo pré-determinado, depois do qual, o titular pode sacar o dinheiro acrescido da remuneração prevista no contrato.

Conversando com executivos do setor, todos são unâimes em reconhecer que dentro do cenário atual da economia brasileira eles estão entre os que têm menos queixas. Os títulos continuam vendendo bem e isso, no momento, salva a lavoura.

Mas há outra ponderação importante para balizar o futuro dos planos de capitalização. Os executivos, mais uma vez, de forma unânime, são diretos em dizer que para que haja a mudança de patamar da atividade, é indispensável a criação e o desenvolvimento de novos produtos capazes de agregar clientes novos, capazes de alavancar o faturamento, hoje, mais ou menos estável.

Neste momento isto é praticamente impossível. O Brasil está de chapéu nas mãos, com mais de 20 milhões de desempregados e suas respectivas famílias preocupados, antes de tudo, em como pagar as contas vencidas e as que irão vencer hoje.

Há pouco espaço para o lançamento de produtos que necessitam tempo para amadurecer e cair no gosto do público. Plano de capitalização não é como sorvete, que pode fazer sucesso e faturar mais com o lançamento de um novo sabor.

É necessário estudo de viabilidade, custos, reservas, público potencial, clientes internos e externos, informática, redes sociais, enfim toda uma série de levantamentos que demoram para produzir resultados, mas que custam, desde a largada.

Diz o caipira que caldo de galinha e cautela não fazem mal a ninguém. Como em rio que tem piranha jacaré nada de costas, e o Brasil hoje é um imenso Rio Amazonas povoado com todos os tipos de piranhas, tubarões e demais peixes agressivos, as operadoras de títulos de capitalização estão em compasso de espera, para depois da crise definirem os novos produtos e os rumos da

atividade.

Afinal, com uma loteria na qual quem não ganha o prêmio grande, não perde o preço do bilhete, elas atingem o brasileiro naquilo que é uma de suas marcas registradas: levar vantagem.

Nas loterias comuns o cidadão compra o bilhete, paga o preço e se ganhar ganhou, se não ganhar não tem qualquer restituição do dinheiro jogado. Nos planos de capitalização, não. A regra é diferente e tem como base a própria estrutura do título: uma parte é loteria, outra parte é poupança.

Se o titular de um plano de capitalização não for sorteado, após o tempo previsto no plano ele tem o direito de resgatar a parte do investimento correspondente ao programa de poupança, devidamente remunerado, de acordo com os índices do contrato.

Para o brasileiro, essa ideia soa como música. "Eu jogo, não ganho e tenho parte do dinheiro devolvida. Que mais posso querer, a não ser começar a jogar outra vez?"

Mas se a maioria dos investidores compra os títulos de capitalização pela loteria, tem também quem se valha deles como forma de poupança forçada, com objetivo determinado, como trocar de carro, ou fazer uma viagem. Entre eles, tenho um amigo que é um dos mais destacados economistas do país. Quer dizer, sabendo o que se quer, e como usar, é sempre mais fácil se chegar lá.

**Fonte:** SindSegSP, em 03.02.2017.