

Palestrantes do 5º Encontro Nacional de Atuários debatem mudanças no produto

Comunicação, entregar mais benefícios aos clientes e transparência. Esses são alguns dos temas da agenda dos executivos que trabalham com títulos de Capitalização. O grande problema do segmento é dar visibilidade ao título. Muitas pessoas não conhecem o produto, afirma Carlos Alberto dos Santos Correa, diretor executivo da FenaCap, durante o 5º Encontro Nacional de Atuários, que acontece paralelamente à 8ª CONSEGURO, no Rio de Janeiro.

Natanael de Castro, diretor da SulAmerica, fez uma apresentação conceitual, citando os benefícios dos produtos do setor de Capitalização para os consumidores e para a sociedade. “A capitalização é um instrumento de educação financeira, estimulando a poupar primeiro e gastar depois”, frisa.

O executivo fez questão de esclarecer alguns mitos e realidade. Segundo ele, a Capitalização apresentar baixa rentabilidade é um equívoco. “A realidade é que a Capitalização é um instrumento de disciplina financeira”, diz. Outro mito é que raros são premiados. “Em 2016, 153.791 clientes foram sorteados e receberam R\$ 1,1 bilhão”, enumera. Outro equívoco é que a Capitalização é para os de menor renda. “Temos soluções de negócios para todos os segmentos e perfis de renda, inclusive para pessoas jurídicas”.

O mercado conta com quatro modalidades de títulos. O tradicional, que tem por objetivo restituir ao titular, no final do prazo de vigência, o valor total dos pagamentos efetuados, acrescido da Taxa Referencial. Esse modelo tem o objetivo de estimular a população a poupar, ao mesmo tempo em que realiza sorteios mensais. Além dele, o setor vende títulos de incentivo, ligados a um evento promocional, popular e filantrópico. Eles podem ser estruturados com pagamento mensal, pagamento único ou pagamentos aleatórios.

Uma das novidades do setor é o título que substitui o fiador nas locações imobiliárias. Hoje, no Estado de São Paulo, cerca de 2% dos contratos de locação de aluguel já são feitos com Capitalização. “Se sairmos de 2% para 6%, saltamos de R\$ 1,1 bilhão para R\$ 3 bilhões. Um mar de oportunidades”, afirma Castro. Ele cita outro segmento potencial: “A capitalização ajuda projetos e instituições no trabalho social. A filantropia é um segmento com potencial muito forte para o crescimento do segmento”, afirma.

Porém, para aguçar o apetite do cliente, é preciso, além da comunicação para divulgar o produto, ter um produto mais atraente. A queda da taxa de spread e também da inflação abrem um cenário de oportunidades para o setor, uma vez que a taxa de correção da caderneta de poupança fica praticamente equivalente à remuneração da capitalização, que ainda conta com a vantagem do sorteio, cita Bernardo Castello, superintendente executivo da Bradesco Vida e Previdência.

Vale lembrar que não há incidência de imposto de renda sobre os rendimentos da poupança como há no valor acumulado pelo título. Também é importante ressaltar que, na poupança, é possível sacar a qualquer momento, enquanto na capitalização é cobrado um ágio se o saque acontecer antes do final do contrato.

Castello sugere o debate sobre a flexibilização da composição do tripé que forma o produto -- margem operacional, custo do sorteio e reserva matemática -- de uma forma que beneficie mais o consumidor, sem também gerar desequilíbrio que tire o apetite do acionista em manter o negócio. “Temos uma Selic em queda. Em julho de 2016 estava em 14,25% e chega a 7,25% em 2017. O spread financeiro de 8% em 2015 já está estimado em 2,39% em 2018. Isso mostra que temos de enxugar nosso custo”, disse.

Outra solução seria alongar as séries dos títulos. “Para os que têm um canal de distribuição forte, como os bancos, as séries longas são mais fáceis de serem colocadas. Já quem tem um canal de

distribuição mais restrito, tem de emitir séries menores para evitar um grande prejuízo caso não atinja o ponto de equilíbrio da colocação”, acrescentou.

O executivo do Bradesco comenta que mexer no tripé da estrutura do título torna o produto mais atraente, porém é preciso que a regulamentação evite excessos, como ter 90% de sorteio e 90% de remuneração. “Ter uma boa distribuição ajuda a reduzir o custo e aí o retorno para o cliente fica maior”, sugere.

A Superintendência de Seguros Privados (Susep) está reavaliando a regulamentação do segmento. Enquanto isso, os lançamentos ficam em modo de espera, o que influenciou a queda no volume de arrecadação do segmento no ano passado em 2%, para R\$ 21 bilhões, comparado com 2015. Vale lembrar que o setor cresceu fortemente na última década, passando de R\$ 7,1 bi em 2006 para R\$ 21,09 bi em 2016 em arrecadação.

No tópico de regulamentação, é preciso ter um marco regulatório que proporcione segurança para os consumidores e indústria levando a um crescimento sustentável, inovação, consolidação da educação financeira e conjugar o crescimento com a agenda economia e social do país, finaliza o mediador.

Fonte: [CNseg](#), em 21.09.2017.