

Por Antonio Penteado Mendonça



Entre os muitos produtos oferecidos por uma sociedade com a complexidade e diversificação da brasileira, poucos produtos podem se orgulhar da solidez, tradição, longevidade e credibilidade dos títulos de capitalização.

Criados na França, no século 19, os títulos de capitalização chegaram no Brasil no começo do século 20 e rapidamente caíram no gosto do brasileiro. Para quem tem dúvida da pujança secular dos títulos de capitalização recomendo uma breve consulta aos edifícios localizados nas praças principais de várias capitais e cidades brasileiras.

Boa parte deles, especialmente ao longo das décadas de 1940 e 1950, foram erguidos ou incorporados pelas operadoras dos títulos de capitalização, muitas controladas por companhias de seguros.

Há quem veja os planos de capitalização como uma forma de se ensinar a poupar. Há quem os veja como um interessante investimento de longo prazo para se alcançar um objetivo específico. Há quem os veja como uma forma de loteria.

Aliás, esta é a maneira como a população brasileira entende o produto. Quem adquire um título de capitalização está de olho na bolada paga pelo prêmio do sorteio. Durante muito tempo, o dinheiro investido, passado o prazo do sorteio, era esquecido, ainda que o título tendo uma parte do seu valor à disposição do comprador para ser resgatada depois de um certo período previsto nas condições do plano.

Como tudo no Brasil, os títulos de capitalização tiveram momentos melhores e momentos piores. No caso, os momentos ruins aconteceram quando operadoras pouco sérias entraram no circuito e seus vendedores começaram a oferecer os títulos não como um sorteio atrelado a um programa de capitalização, mas como a certeza de se conseguir recursos para investimentos tão fantásticos quanto a compra de um caminhão.

O comprador potencial do título era induzido a realizar a compra com base em argumentos sem qualquer vínculo com o produto vendido. Era o bom e velho malho, o golpe da loteria premiada ou outro semelhante.

Isso está completamente ultrapassado. Há algum tempo, ainda houve a liquidação de uma empresa de capitalização, mas desde essa época o setor está completamente saneado.

As empresas são saudáveis, as reservas técnicas estão regularmente constituídas, os planos têm as condições aprovadas pela SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) e os controles realizados por ela são rigorosos.

Quer dizer, não há mais muita margem para picaretagens e as empresas de capitalização trabalham seus produtos com seriedade e profissionalismo. Atualmente, a ordem de grandeza dos valores envolvidos no setor está na casa da dezena de bilhões de reais.

Com faturamento acima de vinte bilhões de reais no ano passado, as capitalizações distribuem vários bilhões de reais entre sorteios e resgates do capital aplicado.

É aí que mora o sucesso do produto. O título de capitalização é uma forma de loteria na qual o jogador ganha sempre. Se numa loteria tradicional, corrida de cavalo ou briga de galo um ganha e os outros perdem - e quem perde diz adeus ao dinheiro investido -, nos títulos de capitalização, ainda que o cidadão não ganhe o sorteio, ele, passado um tempo previsto no contrato, tem direito a resgatar integral ou parcialmente o dinheiro da compra do título.

Como resistir a uma loteria na qual se ganha sempre? Entre as loterias convencionais, onde o dinheiro da compra do bilhete simplesmente vai para o administrador do sorteio, e uma loteria onde, se o cidadão não ganhar o sorteio, o dinheiro do bilhete é devolvido depois de um tempo, o brasileiro não hesita.

O título de capitalização oferece a chance de jogar e não perder. É como se o comprador do título tivesse o gostinho de levar vantagem em cima da empresa de capitalização. O que pode ser mais convidativo? Quantos brasileiros abririam mão da chance de jogar, não ganhar e ainda por cima receber o dinheiro de volta?

Isso acontece, mas feito atuarialmente, quer dizer, ninguém perde, porque os cálculos dos títulos levam em consideração esta e outras variáveis.

**Fonte:** SindsegSP, em 28.06.2019.