



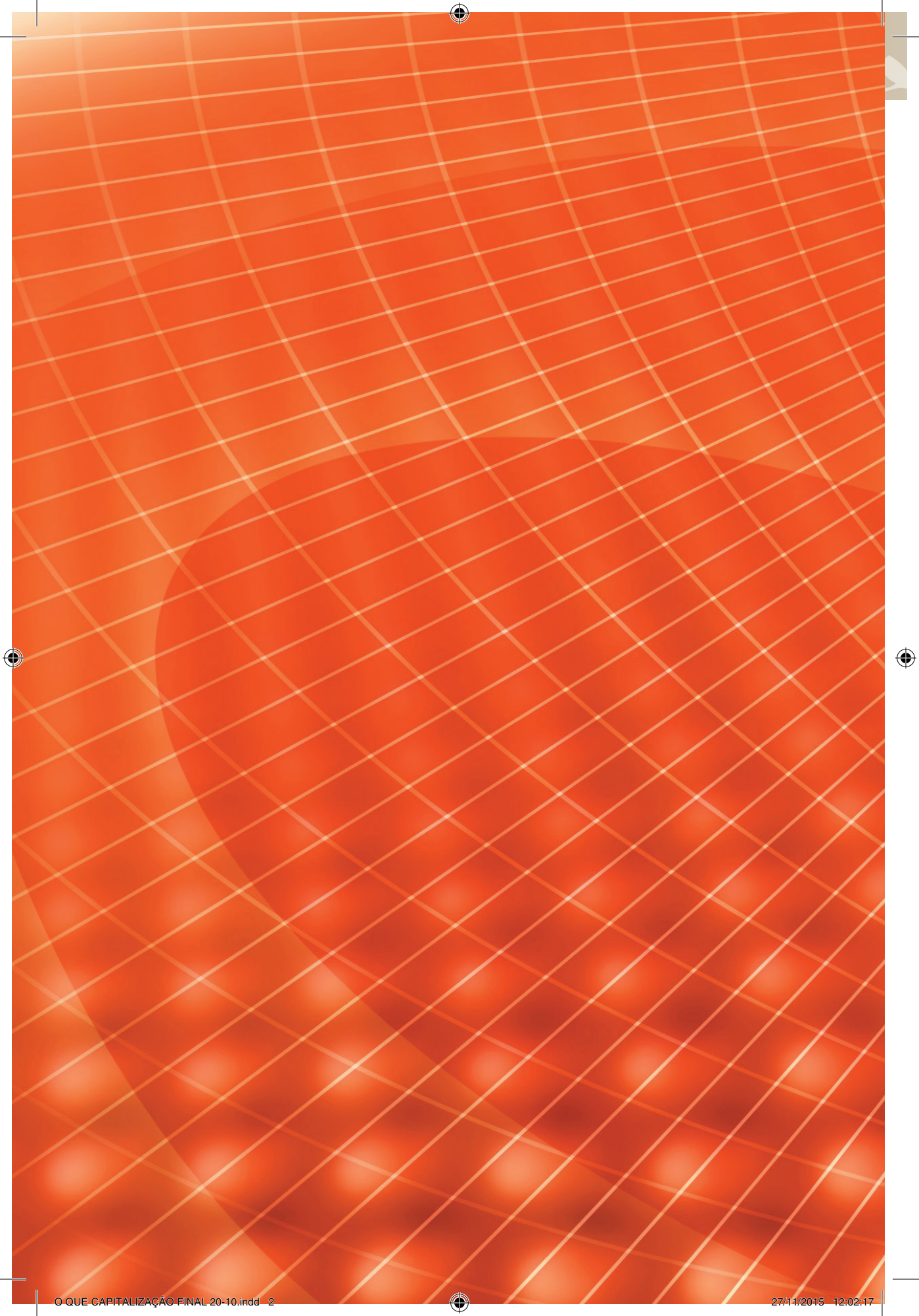
Federação Nacional de Capitalização

# A CAPITALIZAÇÃO

## NA AGENDA ECONÔMICA E SOCIAL BRASILEIRA

Outubro de 2015





## Apresentação

# Conquistas sociais e econômicas

Ganha cada vez mais relevância um tema central para o bem-estar das famílias brasileiras: a educação financeira. Nos últimos anos, um grande contingente da população obteve crescimento da renda formal e mais acesso ao mercado de consumo de bens e serviços, mas há consenso de que somente um planejamento financeiro equilibrado será capaz de preservar as conquistas sociais e econômicas do período.

Por esta razão, o setor de Capitalização tem dado ênfase nas suas estratégias comerciais e de comunicação à necessidade de desenvolver a disciplina para guardar dinheiro e ao consumo consciente. No plano macroeconômico, por sua vez, o aumento da poupança interna continua sendo um desafio importante a vencer, de modo que o país possa ampliar sua capacidade de investimento e retomar a trajetória de desenvolvimento econômico.

Para se ter uma ideia da crescente importância da Capitalização, o volume dos depósitos efetuados e mantidos por clientes e que são devolvidos sob forma de resgates ao fim dos planos, atingiu R\$ 30 bilhões em 2014. Essas reservas correspondem às economias de 15,9 milhões de brasileiros e a negócios de 1,1 milhão de pessoas jurídicas. Os valores devolvidos aos clientes sob a forma de resgates, no período, foram igualmente expressivos, alcançando os R\$ 15 bilhões, um aumento de 16,1%, em comparação ao ano anterior. Esses recursos voltam às mãos dos clientes e, ao mesmo tempo em que permitem a realização de sonhos e projetos pessoais, movimentam o mercado, aquecem a economia.

Como gestores dessas reservas, as sociedades de capitalização exercem o papel de investidores institucionais, atuando como agentes de integração do mercado financeiro à economia real, funcionando como um canal de transferência de poupança para investimentos fixos. Em função dos avanços e dos investimentos tecnológicos, cada vez mais a Capitalização se consolida como uma plataforma capaz de gerar soluções variadas.

Ao estimular a formação de reservas, a disciplina financeira e o consumo consciente, construindo novas soluções de negócios com sorteios, as sociedades de capitalização consolidam sua importância social e econômica.

### Marco Antonio da Silva Barros

Presidente da Federação Nacional de Capitalização - FenaCap

## ● Capitalização: soluções de negócios com sorteios

Solução de Proteção Financeira	7
Principais equívocos relacionados à Capitalização Tradicional	8
Capitalização não é investimento	9
Capitalização não é loteria	10
É muito mais...	11

## ● A importância do Mercado de Capitalização

Breve história da capitalização no Brasil	13
A expansão da Capitalização é consequência da aceitação do produto pelo mercado	14
Quadro geral	15
Aplicação das Reservas	16

## ● Benefícios socioeconômicos da Capitalização

Os benefícios para os clientes e para a sociedade	18
---------------------------------------------------	----

## ● Capitalização e Educação Financeira

Comportamento Financeiro	21
Quanto as famílias economizam	22
O brasileiro poupa pouco...	23
... antecipa o consumo...	24
...e assume dívidas maiores do que pode pagar.	25
A Capitalização estimula mudanças de atitude	28
Pesquisas apontam que os Títulos de Capitalização estão entre os preferidos do consumidor...	29
É um produto inclusivo	30





## ● A função do sorteio na Capitalização

Alguns fatores inibem o hábito de guardar dinheiro em instituições financeiras	32
O brasileiro gosta de participar de sorteios	33
Jogos não oficiais consomem as economias	34
O sorteio na capitalização Tradicional é um atrativo	36

## ● Capitalização e infraestrutura

A Capitalização pode contribuir para melhoria da infraestrutura nacional	38
A retração no segmento	40
Capitalização: uma nova fonte de recursos	41

## ● Capitalização como solução de filantropia

A Capitalização é uma solução que pode estimular a filantropia	44
A filantropia no Brasil é pouco estimulada	46
Mas existem novas formas para que seja incentivada	47
A Capitalização pode contribuir para que o Brasil alcance um novo patamar nas ações de filantropia	48

## ● Soluções para alavancar negócios

A Capitalização é um viabilizador de soluções de negócios	50
Mercado para garantia locatícia	51
A atividade comercial no Brasil está em queda acentuada	53
Contribuição da Capitalização para o mercado de promoção comercial	55

## ● A Capitalização e a SUSEP

Porque a Capitalização é regulamentada pela SUSEP	56
Proteção ao consumidor: solvência e capital mínimo	58

## ● Os desafios da Capitalização

60



# Capitalização: soluções de negócios com sorteios

Os títulos de capitalização, por meio das quatro modalidades ofertadas no mercado, constituem soluções capazes de atender a perfis variados de consumidores, combinando soluções de negócios com sorteios. O universo dos 17 milhões de portadores de títulos de capitalização hoje existente no país revela um retrato bastante fiel da sociedade brasileira: nele estão incluídos consumidores de todas as regiões e de todas as faixas etárias e classes sociais, sem distinção de escolaridade ou renda. Nesse grupo estão incluídas empresas de vários segmentos econômicos.

Essa capacidade de ofertar soluções específicas e atender com agilidade a novas demandas dos consumidores, tendo como estímulo o atrativo dos sorteios, é o que explica o crescimento continuado do mercado.

MODALIDADES	CARACTERÍSTICAS
TRADICIONAL	<ul style="list-style-type: none"><li>• Foco principal em acumulação de reserva</li><li>• Pagamentos mensais ou únicos</li><li>• Resgate de no mínimo 100% do valor acumulado ao fim do prazo</li><li>• Sorteios de prêmios em dinheiro</li><li>• Utilizada também para as soluções de Garantia de Aluguel</li></ul>
POPULAR	<ul style="list-style-type: none"><li>• Foco principal na participação de sorteios</li><li>• Não existe obrigatoriedade de devolução de 100% do valor acumulado ao fim do prazo</li><li>• Possibilidade de cessão da reserva para instituições filantrópicas</li></ul>
INCENTIVO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Foco na utilização de sorteios para ações promocionais</li><li>• Clientes PJ de diversos ramos</li><li>• Produto sob encomenda</li></ul>
COMPRA PROGRAMADA	<ul style="list-style-type: none"><li>• Foco na acumulação mensal vinculada à aquisição de bens</li><li>• Sorteio de prêmios</li></ul>



# Solução de Proteção Financeira

## Produto Tradicional PU

Pagamento	R\$ 1.000,00
Prazo (meses)	36
Provisão Matemática	83,982% corrigida por 0,5% de juros mensais + TR
Provisão de Sorteio	4,504%
Carregamento	11,514%

### Fluxo

Mês	Valor Pago	Provisão Matemática	Provisão de Sorteio	Carregamento
1	R\$ 1.000,00	R\$ 839,82	R\$ 45,04	R\$ 115,14
2	R\$ -	R\$ 844,02	R\$ -	R\$ -
3	R\$ -	R\$ 848,24	R\$ -	R\$ -
4	R\$ -	R\$ 852,48	R\$ -	R\$ -
5	R\$ -	R\$ 856,74	R\$ -	R\$ -
32	R\$ -	R\$ 980,24	R\$ -	R\$ -
33	R\$ -	R\$ 985,15	R\$ -	R\$ -
34	R\$ -	R\$ 990,07	R\$ -	R\$ -
35	R\$ -	R\$ 995,02	R\$ -	R\$ -
36	R\$ -	R\$ 1.000,00	R\$ -	R\$ -

## Produto Tradicional PM

Pagamento	R\$ 1.000,00
Prazo (meses)	36
Provisão Matemática	10% (1ª parcela) 94,06364% (demais parcelas) corrigida por 0,5% de juros mensais + TR
Provisão de Sorteio	3,11% (todas as parcelas)
Carregamento	86,89% (1ª parcela) 2,8264% (demais parcelas)

### Fluxo

Mês	Valor Pago	Provisão Matemática	Saldo	Provisão de Sorteio	Carregamento
1	R\$ 1.000,00	R\$ 100,00	R\$ 100,00	R\$ 31,10	R\$ 868,90
2	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 1.041,14	R\$ 62,20	R\$ 897,16
3	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 1.986,98	R\$ 93,30	R\$ 925,43
4	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 2.937,55	R\$ 124,40	R\$ 953,69
5	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 3.892,87	R\$ 155,50	R\$ 981,95
32	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 31.572,93	R\$ 995,20	R\$ 1.745,07
33	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 32.671,44	R\$ 1.026,30	R\$ 1.773,34
34	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 33.775,43	R\$ 1.057,40	R\$ 1.801,60
35	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 34.884,94	R\$ 1.088,50	R\$ 1.829,86
36	R\$ 1.000,00	R\$ 940,64	R\$ 36.000,00	R\$ 1.119,60	R\$ 1.858,13

# Principais equívocos relacionados à Capitalização Tradicional

Ao comprar um título de capitalização, o consumidor deve ser informado sobre todas as condições do contrato: valor do pagamento, prazos de carência e de vigência, sorteios programados, consequências do resgate antecipado ou qualquer fator que implique mudanças na entrega do que foi ofertado.

## O que dizem

## A verdade

### INVESTIMENTO

A capitalização apresenta baixa rentabilidade.

A capitalização não é investimento. Trata-se de um instrumento de disciplina financeira, por isso conta apenas com correção pela TR.

### SORTEIO

Baixa probabilidade de o cliente ser sorteado.

O sorteio funciona como motivador para acúmulo de reserva. As chances são maiores que as das loterias e o cliente pode ser sorteado diversas vezes.

### LIQUIDEZ

A penalidade é um fator negativo.

É uma barreira de saída que auxilia na disciplina financeira. Cumprido o prazo de carência, a liquidez é imediata.

### PÚBLICO ALVO

Produto direcionado às classes de baixa renda. Não atende Pessoa Jurídica.

Há soluções para todos os perfis de renda, inclusive pessoas jurídicas (Ex.: garantia locatícia e modalidade Incentivo).



# Capitalização não é investimento

É um erro considerar a capitalização como um investimento.

Os títulos de capitalização são instrumentos que combinam soluções de negócios com sorteios.

Ao optar por um produto Tradicional, o consumidor escolhe uma solução de proteção financeira, trocando uma possível rentabilidade pela chance de ser sorteado. É uma solução bastante procurada pelas pessoas que não têm disciplina para juntar dinheiro e enxergam a participação em sorteios como uma oportunidade de melhorar de vida.

Nesta categoria se enquadram as soluções de garantia locatícia, que dispensam a figura do fiador nas transações de aluguel comercial ou residencial e garantem a devolução dos valores acumulados ao fim do contrato de locação, segundo condições pré-acordadas.



Investimento é a aplicação de algum tipo de recurso com a expectativa de receber retorno futuro superior ao aplicado

Portanto, o produto Tradicional não pode ser comparado com qualquer investimento disponível no mercado cujo ganho seja maximizado pela rentabilidade

Na Capitalização Tradicional, o retorno advém justamente da acumulação do capital principal, sendo o ganho financeiro secundário, em virtude da possibilidade do sorteio

# Capitalização não é loteria

É um erro considerar a capitalização como loteria.

O aspecto lúdico dos sorteios é um atrativo indiscutível da Capitalização. É o que faz dos produtos ofertados uma solução diferenciada. É um atributo comum a todas as modalidades disponíveis. A comparação com loterias, no entanto, é totalmente inadequada, pois os sorteios na Capitalização têm funções específicas. No caso do produto Tradicional, os sorteios funcionam como estímulo à formação de reservas, incentivando a permanência nos planos e a conquista da disciplina para guardar dinheiro. O produto popular, por sua vez, permite a participação em sorteios, o resgate de no mínimo 50% do valor pago ou a destinação desse recurso para instituições filantrópicas. Nas soluções de Incentivo, as empresas utilizam os sorteios como instrumento para alavancar vendas e fidelizar clientes.



No caso da loteria, o cliente não recebe de volta o valor da aposta caso não seja sorteado

Na Capitalização, o sorteio funciona como um estímulo para a continuidade da formação de uma reserva

Diferentemente do que acontece na loteria, o recurso aportado é devolvido ao fim do prazo, mesmo que o cliente da Capitalização tenha ou não sido sorteado

O cliente da Capitalização pode ser sorteado uma ou mais vezes ao longo da vigência do seu plano



# É muito mais...

É um conjunto de soluções de negócios com sorteios, que atende a vários segmentos da sociedade:

Solução para acumular recursos

Solução para garantia locatícia

Solução para filantropia

Solução para fidelização de clientes

Solução para aumento de vendas

Solução para redução de estoque

# A importância do Mercado de Capitalização



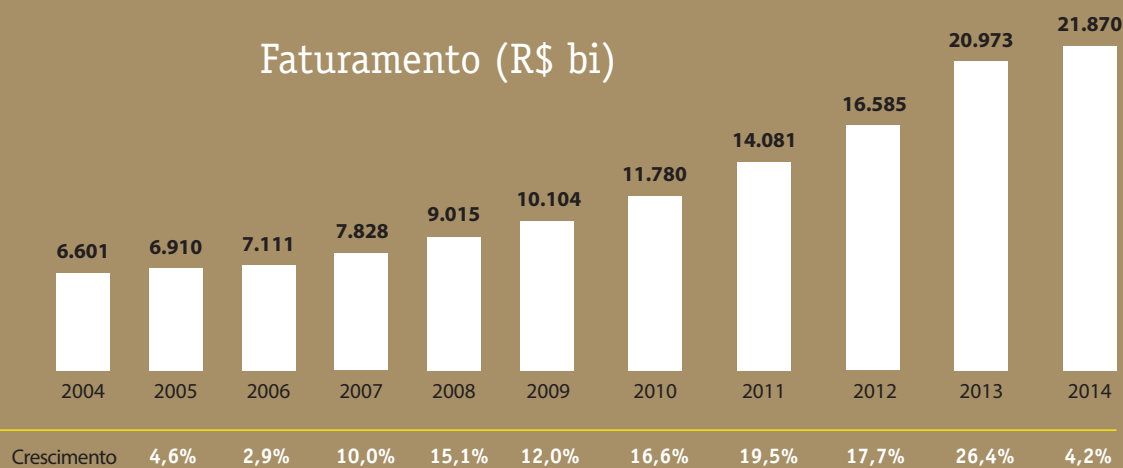


## Breve história da capitalização no Brasil



# A expansão da Capitalização é consequência da aceitação do produto pelo mercado

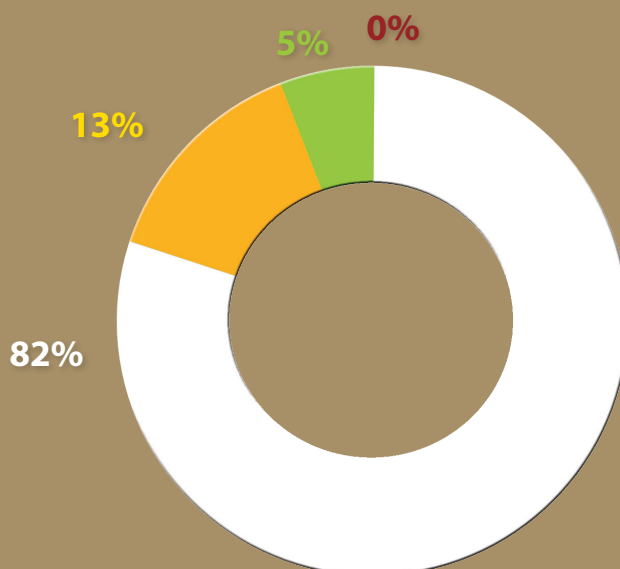
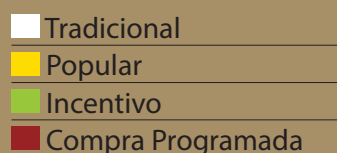
Faturamento (R\$ bi)



Fonte: Susep

## Participação das modalidades no faturamento

O produto "Tradicional" já está bem consolidado, mas ainda há espaço para o desenvolvimento do mercado



# Quadro geral

## Arrecadação 2014

Tradicional  
R\$ 18 bilhões

## Situação Geral

Consolidado

## Oportunidade

Pode ser mais usado como facilitador de novos negócios, como a garantia de aluguel.

## Popular

R\$ 2,6 bilhões

Necessita incrementar regulação para aproveitar oportunidades.

Grande oportunidade para estímulo da filantropia no Brasil.

## Incentivo

R\$ 1 bilhão

Necessita ajustes na regulação para aproveitar oportunidades.

Grande potencial de crescimento para promoções comerciais e ajudar a movimentar a economia.

## Compra Programada

R\$ 0

Não tem apelo comercial momento atual.

Pode ser interessante se sofrer ajustes.

Fonte: FenaCap

A constituição de um patamar considerável de provisões representa oportunidades para o setor e para o País.

## Provisões Técnicas (R\$ bi)



Fonte: Susep

# Aplicação das Reservas

Resolução CMN 3308/2005  
Limites por Modalidade de Ativos de Renda Fixa  
(% do PL do Fundo ou Reserva)

## Até 100%

- Títulos do Tesouro Nacional
- Títulos do Banco Central
- Crédito securitizado no Tesouro Nacional
- Cotas de Fundos abertos, cujas carteiras estejam representadas exclusivamente pelos títulos acima (característica de um fundo soberano)

## Até 80%

- TCDB/LF
- DPGE [Até R\$ 20 milhões (Principal + Juros) são garantidos pelo FGC]

## Limites de Concentração por Emissor



100%  
União Federal



Até 10%  
Fundos de investimento



0%  
Pessoas físicas



Até 5%  
Outras Pessoas Jurídicas de Direito Privado



Até 20%  
Instituições Financeiras



Até 10%  
Companhias Abertas



Até 5%  
Debêntures





# Benefícios socioeconômicos da Capitalização

# Os benefícios para os clientes e para a sociedade

Por sua simplicidade e facilidade de aquisição, os títulos de capitalização encontram enorme aceitação, seja no grupo de consumidores que tem por objetivo economizar e concorrer a prêmios, seja naquele que prefere alternativas que oferecem mais chances de sorteio ou, ainda, no segmento empresarial, pela capacidade de alavancar novos negócios, como a garantia locatícia, e de permitir a realização de ações promocionais e de fidelização de forma lúdica e sem qualquer ônus para o cliente final.

Em 2014, o setor devolveu à sociedade R\$ 15 bilhões em resgates e distribuiu prêmios de sorteios que superaram a marca de R\$ 1 bilhão, beneficiando milhares de famílias brasileiras e injetando recursos na economia.

A Capitalização Tradicional é um instrumento de educação financeira, estimulando a poupar primeiro, gastar depois

Neste caso, o caráter lúdico dos sorteios é uma forma de estimular a acumulação de recursos

A Capitalização tem potencial para contribuir na melhoria da infraestrutura nacional

A Capitalização é uma solução que pode estimular a filantropia

A Capitalização é um viabilizador de soluções de negócio

# Mais empregos, mais reservas, mais impostos. Recursos que aquecem a economia

Tributos e impostos: recolhimento de R\$ 1,181 bilhão

Empregos: aproximadamente 72 mil empregos  
diretos e indiretos

Pontos de venda: acima de 100 mil

Economia: pagamentos de resgates e sorteios  
de R\$ 16,3 bilhões

Solução para momentos econômicos:  
dos agentes Pessoa Jurídica e Pessoa Física

Financiamento do governo: aplicação de cerca de 80% das  
reservas técnicas em títulos emitidos pelo governo federal

Prazo médio de capitalização: dos produtos da modalidade  
Tradicional: 60 meses

# Capitalização e Educação Financeira





# Comportamento Financeiro

A ausência de uma cultura de poupança no Brasil leva muitas famílias a buscar crédito para aquisição de bens e serviços. Em alguns casos, a alternativa do financiamento para a realização de sonhos de consumo leva ao endividamento e até mesmo ao superendividamento. Ao favorecer a criação do hábito de juntar dinheiro, a Capitalização Tradicional é um instrumento para estimular mudanças de comportamento, invertendo a equação usual, em que primeiro se gasta para depois poupar .

## Usual



## Endividamento das famílias

**57** milhões de pessoas endividadas

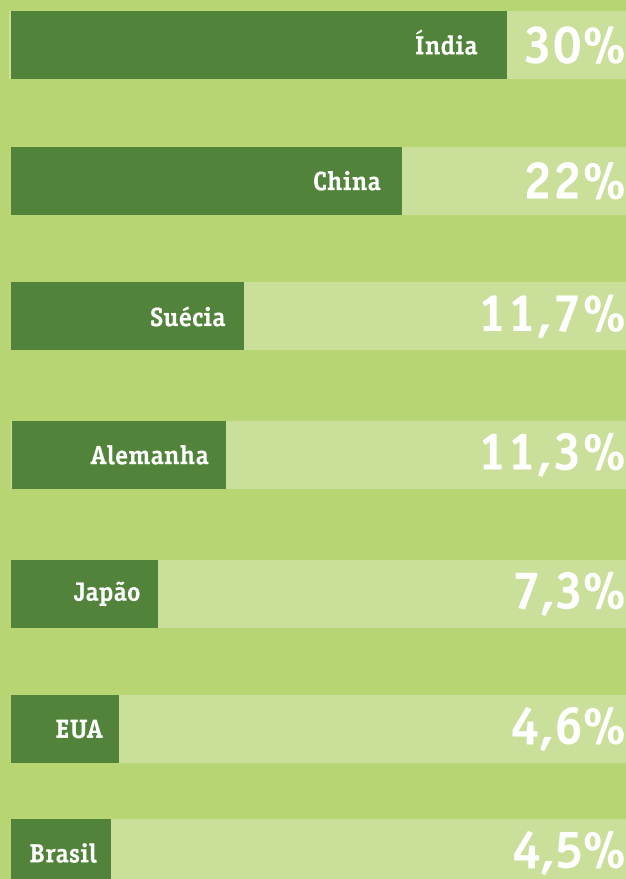
**60%** das pessoas maiores de 19 anos têm contas atrasadas que superam toda a sua renda mensal

Estudo sobre Capitalização, Professor Roberto Macedo, PHD em Harvard

# Quanto as famílias economizam

Os asiáticos economizam mais.  
Os brasileiros preferem consumir.

Em % do PIB



Fonte: OCDE, IBGE, Banco Mundial

O brasileiro economiza pouco:

Apenas  
**4,5%**  
do PIB

**68%**

Das famílias não se preocupam em guardar parte dos rendimentos

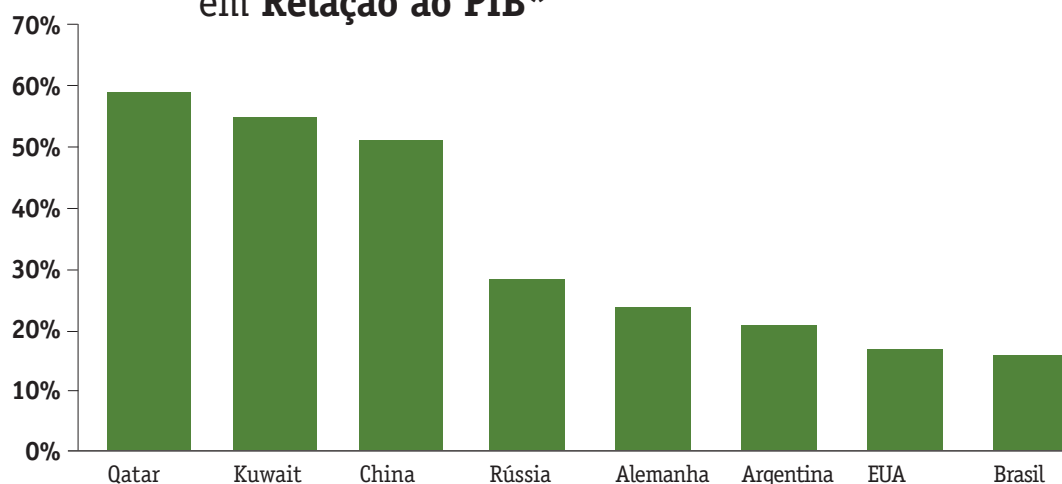
Fonte: Fenaprevi, set/2014

# O brasileiro poupa pouco...

Segundo dados que constam na ENEF – Estratégia Nacional de Educação Financeira – as alterações nas dimensões demográfica, social e econômica ocorridas nos últimos anos terão fortes impactos nos padrões de consumo, poupança e investimento dos brasileiros. Houve grande expansão do crédito e estímulo ao consumo. Contudo, o nível de educação financeira ainda é baixo e as pessoas não planejam seus gastos a longo prazo.

A Pesquisa Nacional de Educação Financeira apontou que uma parcela cada vez maior da renda familiar está sendo alocada para o consumo, o que torna as atuais taxas de poupança no Brasil baixas. De acordo com dados do IBGE (2010), a poupança doméstica das famílias brasileiras equivale somente a 4,71% do PIB. O Brasil poupa menos dinheiro que o Haiti, por exemplo, onde a taxa é de 20%.

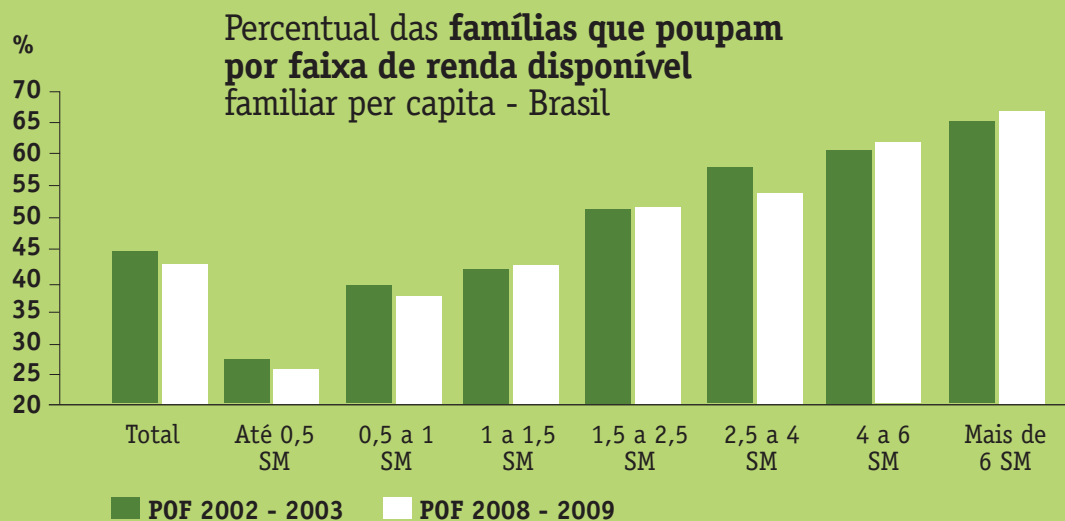
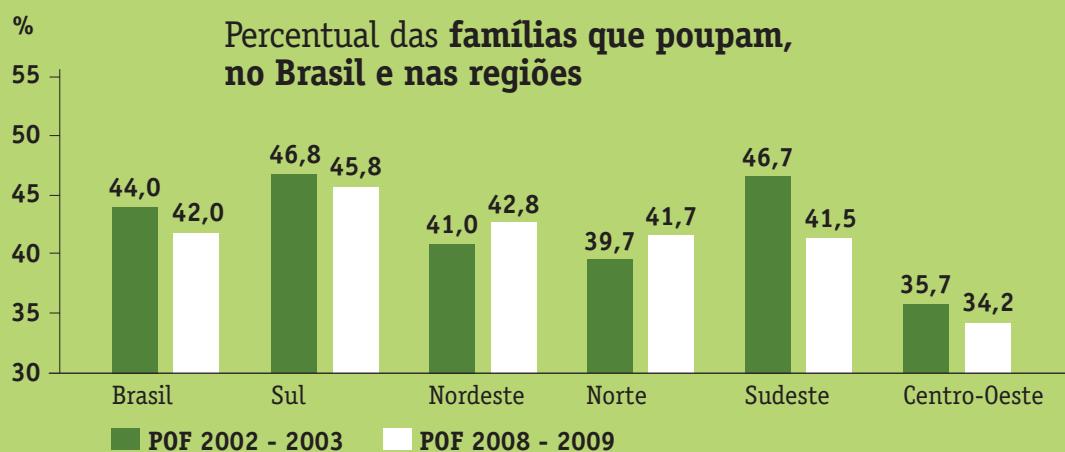
## Percentual das Economias em **Relação ao PIB\***



\*Os dados referem-se à poupança doméstica de cada país. A poupança doméstica representa o dinheiro produzido no país, menos os gastos com consumo (isso inclui impostos, contas a pagar etc.) e os gastos do governo. O número do Brasil, de 15,7%, é uma média das poupanças domésticas de todos os brasileiros, pessoas físicas e jurídicas, e do governo. Se olharmos só para as famílias brasileiras, o número da poupança doméstica cai para 4,71% do PIB, segundo dados de 2010, do IBGE.

## ... antecipa o consumo...

De acordo com a última Pesquisa de Orçamento Familiar realizada pelo IBGE em 2008/2009 (IBGE, 2012), somente 42% das famílias brasileiras poupam. Dados mais recentes levantados pela FenaPrevi, apontam que este valor possa ser ainda menor, na casa de 32%. Este valor tende a aumentar proporcionalmente à renda da família.



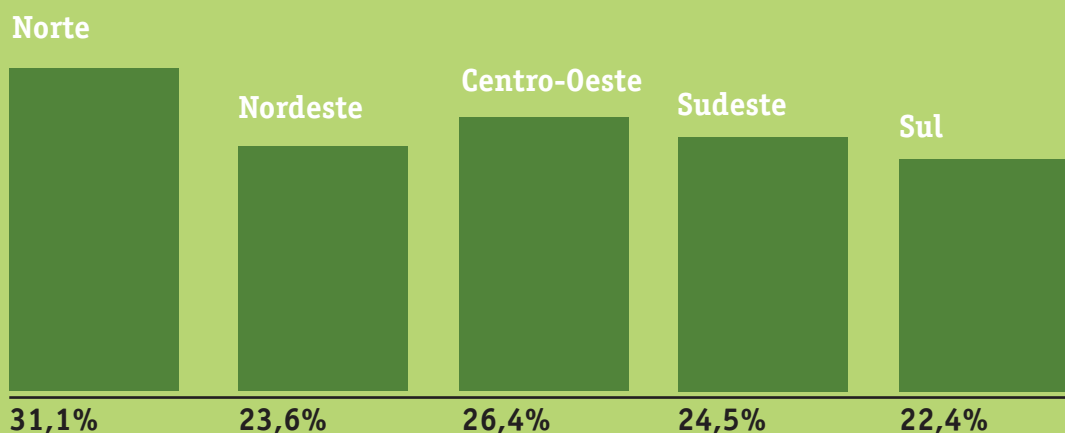


# ...e assume dívidas **maiores** do que pode pagar.

Segundo estudo realizado pelo Serasa Experian em 2014, no Brasil os inadimplentes totalizam 35 milhões de pessoas, o equivalente a 24,5% da população. O estudo, realizado de forma abrangente, pela primeira vez, tomou como base todos os municípios brasileiros com população acima de 1.000 habitantes.

A região que concentra mais inadimplentes é a Norte, atingindo 31,1% da população, seguida pelo Centro-Oeste, com 26,4%. Em seguida, vêm a região Sudeste (24,5%) e a Nordeste (23,6%).

## **A inadimplência no Brasil por região**



Fonte: SERASA

## O endividamento excessivo das famílias brasileiras prejudica a produtividade e a própria manutenção do consumo

Em abril 2015, o endividamento das famílias brasileiras chegou ao maior nível em uma década.

---

Mais de **46%** da renda anual está comprometida

---

**61,6%** das famílias estão endividadadas

---

**24,5%** estão inadimplentes

---

Fonte: SERASA. Mapa da Inadimplência no Brasil em 2014.  
Dados do Banco Central – apud [g1.globo.com/jornal-nacional/economia.estadão.com.br](http://g1.globo.com/jornal-nacional/economia.estadão.com.br) – Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor – abril/2015

De acordo com a Agência Brasil (MÁXIMO, 2013), em grande parte dos países desenvolvidos a população deve mais do que a própria renda. Nos Estados Unidos, de acordo com o órgão responsável pelo Censo, o endividamento médio das famílias equivale a 101,7% do patrimônio.

Na Europa, as dívidas superam 100% na Estônia, na Espanha, na França, em Portugal, na Finlândia, na Suécia e no Reino Unido, conforme o Eurostat – órgão oficial de estatísticas da União Europeia. Na Dinamarca, na Irlanda, no Chipre, na Holanda e na Noruega, a proporção supera 200%.

**Nos Estados Unidos ou na Europa, as famílias se endividam em percentual superior ao brasileiro, mas pagam prestações relativamente pequenas e com prazos longos.**



**No Brasil, ocorre o contrário: as prestações consomem uma parte bem maior do salário, embora o índice de endividamento seja relativamente mais baixo.**

No Brasil, o nível de endividamento compromete de forma mais acentuada a capacidade de consumo das famílias.

De acordo com o economista Fabio Gallo, especialista em crédito da Fundação Getulio Vargas, o que impede o endividamento dos brasileiros de atingir os níveis dos países desenvolvidos são os juros altos, que se refletem no alto valor das prestações. “A grande diferença do Brasil em relação aos países avançados nessa questão não está somente no nível de endividamento, mas no serviço da dívida, que é muito mais alto no Brasil do que em outros países”, afirma.

Quase **60%** dos gastos das famílias com dívidas diz respeito ao pagamento de juros

### Taxas de juros praticadas para pessoas físicas no Brasil

	Taxa ano	Taxa Mensal
Cartão de Crédito	304,03%	12,34%
Cheque Especial	210,44%	9,90%
Empréstimo pessoal em banco	121,96%	6,87%

Taxas de juros praticadas para pessoas físicas no Brasil, maio/2015.

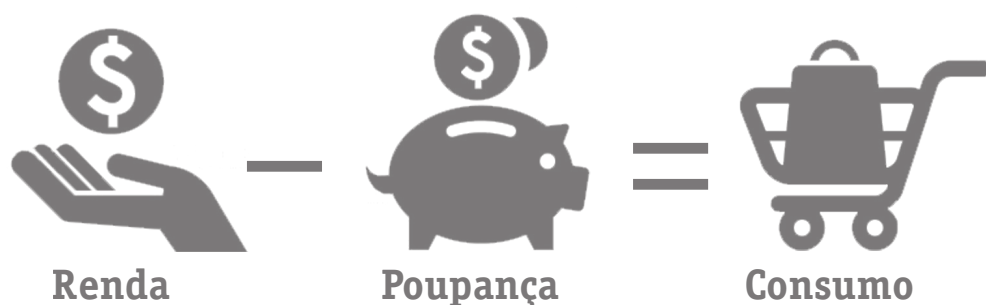
Fonte: Jornal Valor Econômico (MARTINS, 2015)

Segundo levantamento do Banco Central, as famílias brasileiras comprometem, em média, 21,4% da renda mensal com prestações. Desse total, 12,74% referem-se a juros e somente 8,66% dizem respeito à amortizações, pagamento do principal da dívida, o que reduz o saldo devedor. Os dados indicam que entre as famílias que comprometem uma parte mais significativa de sua renda com prestações, a proporção de pagamento de juros é ainda maior em relação a amortização.

# A Capitalização **estimula mudanças** de atitude

**Poupar primeiro.  
Gastar depois.**

O título de capitalização Tradicional, por seu aspecto lúdico, comprovadamente contribui para mudanças de comportamento em relação às finanças pessoais. Funciona muitas vezes como uma solução, uma porta de entrada para o mercado financeiro. O mecanismo da carência, associado às chances de premiação, permite desenvolver o hábito de economizar primeiro para gastar depois. E ainda a formar reservas para fazer frente a possíveis emergências financeiras.



**“Proteção das famílias de baixa renda para preservação de conquistas”**

Estudo sobre Capitalização,  
Professor Roberto Macedo, PHD em Harvard



# Pesquisas apontam que os Títulos de Capitalização estão entre os **preferidos** do consumidor...

Uma pesquisa independente realizada em 2011 pelo instituto Fractal, de São Paulo, indicou que a capitalização é a segunda opção na preferência do consumidor, atrás apenas da Caderneta de Poupança. Faz sentido. Há modalidades para todos os perfis de comportamento e renda. Para adquirir um título não há burocracia, nem a necessidade de comprovação de renda.

## **1** Caderneta de Poupança

## **2** Capitalização

2º lugar na preferência dos consumidores

Fonte: Pesquisa Instituto Fractal, 2011

## ...o que está refletido em seus baixos Índices de reclamações.

Reclamações totais na SUSEP 2013: **25,3 mil**

Reclamações de clientes de Capitalização: **339 = 1,34% do total**

Total de clientes de Capitalização: **17 milhões**

Reclamações de clientes de Capitalização: **339 = 0,0019% do total**

**ou 1 reclamação para cada 50 mil clientes**

# É um produto inclusivo

**Para se adquirir um título de capitalização, não é necessário ter conta em banco.**

O tíquete médio dos títulos de capitalização da modalidade Tradicional, de acumulação com sorteios, está em torno de R\$ 28. Os produtos, embora não ofereçam retorno financeiro, acenam com a possibilidade de multiplicação da economia, por meio de sorteio, feita em proporções não oferecidas por qualquer outro instrumento de acumulação do mercado.

Os sorteios funcionam como um grande atrativo, um estímulo a mais para que as pessoas resistam aos apelos do consumo imediato e pouco consciente.

## 39,5% dos brasileiros não possuem conta corrente nem poupança

### **Entre os motivos destacam-se:**

- **Têm dificuldade de acesso à rede bancária**
- **Entendem que poderão ficar endividados ou inadimplentes**
- **Optam por não ter relacionamento com os bancos**



# A função do sorteio na Capitalização

# Alguns fatores **inibem** o hábito de guardar dinheiro em instituições financeiras

Embora na Caderneta de Poupança, modalidade mais comum utilizada no País para poupar dinheiro, não haja um valor mínimo a ser depositado para abertura de uma conta, observa-se que, na prática, muitos brasileiros percebem entraves reais ou psicológicos para acessar o serviço. Seja em função do reduzido interesse das agências ou como consequência da baixa educação financeira. Tais barreiras não devem ser ignoradas ou negligenciadas, pois materializam-se de forma bastante concreta, em especial na população de baixa renda.

## O caráter lúdico dos sorteios na Capitalização Tradicional é uma forma de incentivar a **acumulação de recursos**

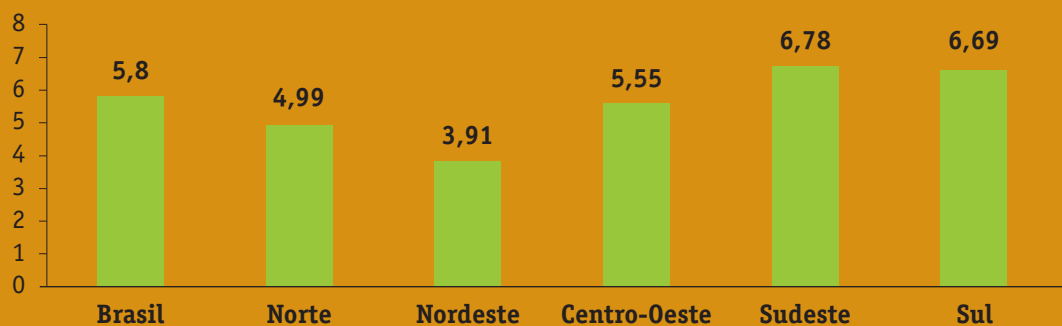
O sorteio na Capitalização funciona como um estímulo para a decisão de economizar

Muitas vezes, precisamos de uma ajuda externa para alcançar os resultados esperados

# O brasileiro gosta de participar de sorteios

De acordo com a Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 (IBGE, 2012), a família brasileira gasta, em média, R\$ 5,80 por mês em jogos e apostas, o que representa cerca de 0,2% do orçamento doméstico e cerca de R\$ 373,3 milhões de reais por mês. A estimativa foi feita multiplicando o valor médio gasto com jogos e apostas pelo número de famílias brasileiras (64,3 milhões) da PNAD 2011 (IBGE, 2015). Porém, os números consolidados sugerem valores ainda maiores. Somente em 2014, segundo dados da Caixa Econômica Federal, as loterias oficiais arrecadaram mais de R\$ 13 bilhões, distribuíram mais de R\$ 4 bilhões entre os apostadores contemplados. Ainda no período, foram repassados cerca de R\$ 6,3 bilhões para programas sociais, sendo R\$ 1,1 bilhão para o Imposto de Renda.

## Despesa média mensal familiar com jogos e apostas por região (R\$)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos familiares 2008/2009

## Arrecadação das Loterias Oficiais da CEF em 2014

MegaSena	6,20 bilhões
Lotofácil	3,37 bilhões
Quina	2,02 bilhões
Outras	1,91 bilhões
Total	13,5 bilhões

Fonte: Caixa Econômica Federal (2014)

# Jogos não oficiais **consomem** as economias

Não existem dados oficiais que permitam dimensionar o tamanho do mercado do jogo não legalizado no país. Entretanto, estudos apresentados durante os debates do I Congresso Brasileiro do Jogo (2013) indicaram que o jogo não oficial no Brasil movimenta anualmente cerca de R\$ 19 bilhões, recursos que não são tributados e não geram os devidos benefícios socioeconômicos para o Estado e a sociedade (BNL DATA, 2013).

Os dados foram consolidados numa Carta de Conclusão do Congresso, enviada para a presidente Dilma Roussef, os presidentes do Senado Federal e da Câmara dos Deputados.

Loterias da Caixa **R\$ 13,5** bilhões em 2014

Jogo não oficial **R\$ 19** bilhões ao ano

Loterias da Caixa + Jogo não oficial

= **R\$ 32,5** bilhões por ano

**64,3** milhões de famílias brasileiras

**R\$ 505** por família/ano

**R\$ 42** por família/mês

Fontes: Caixa Econômica Federal. Relatório A Sorte em Números, 2014.  
Carta de Conclusão do I Congresso Brasileiro do Jogo, Rio de Janeiro, Nov/2013.  
Número de famílias brasileiras (64,3 milhões) da PNAD 2011.





Perda de arrecadação para o Governo

**R\$ 6 bilhões**

(Por analogia, considerando a incidência de tributos semelhantes às loterias da CEF)

**Outros malefícios do jogo não oficial:**

- Não há garantias para o consumidor
- Não há transparência nos sorteios

# O sorteio na Capitalização Tradicional é um atrativo

## Razões para adquirir um título

Economizar

71%

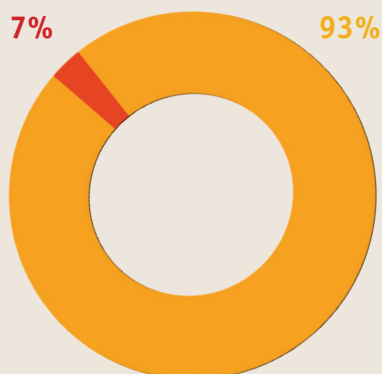
Concorrer a sorteios

23%

Fonte: Pesquisa Overview-Brasilcap, final de 2014

...combinando a distribuição de prêmios aos valores resgatados no vencimento dos títulos.....

Em 2014 o setor pagou **R\$ 1,1** bilhão em prêmios, crescendo **12,5%** em relação ao ano anterior = **R\$ 4,5** milhões em sorteios pagos por dia útil do ano



Títulos	R\$ milhões	%
Resgatados	15.182	93%
Sorteados	1.149	7%
Total	16.331	100%

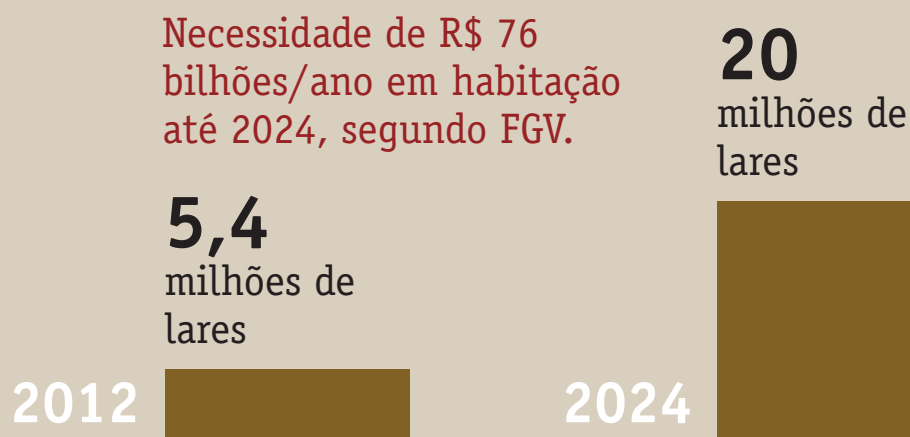


# Capitalização e infraestrutura

# A Capitalização pode contribuir para **melhoria** da infraestrutura nacional

O programa “Minha Casa, Minha Vida” reduziu, em cinco anos, o déficit habitacional do país em 8%. Mas o número de famílias de baixa renda sem condições adequadas de habitação continuará crescendo na medida em que a população se expande. Segundo a Pesquisa Nacional Por amostra de Domicílio (IBGE, 2012), o déficit habitacional do Brasil em 2012 era de 5,4 milhões de lares, podendo chegar a 20 milhões de lares segundo projeção da Fundação Getúlio Vargas, em levantamento feito para o Sinduscon-SP. O indicador considera desde as famílias que moram em condições precárias até aquelas que dividem o imóvel com outros parentes ou gastam uma fatia alta da renda com aluguel, devido à falta de condições para obter financiamento para comprar um imóvel.

## Déficit habitacional

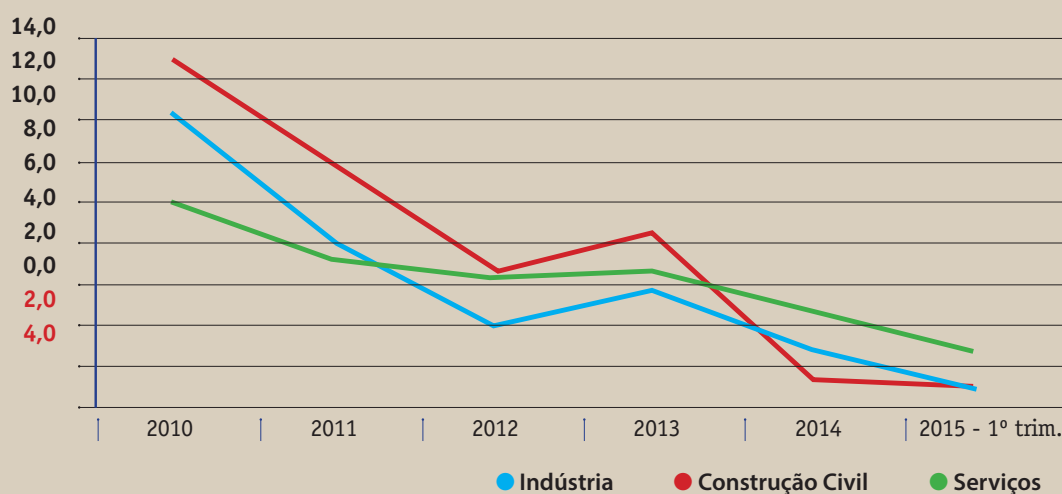


Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), v.32, 2012.

Segundo o IBGE, o setor da construção civil vem apresentando índices negativos de crescimento em relação ao PIB, obtendo taxa de crescimento negativa de 2,6% em 2014 e de 2,9% negativos no primeiro trimestre de 2015. Os números refletem os cortes de investimento no setor.

Entre os efeitos negativos, destaca-se a redução do orçamento do programa “Minha Casa, Minha Vida”, de R\$ 18,6 bilhões para R\$ 13 bilhões. A Caixa Econômica Federal, responsável por 70% das operações do Sistema Financeiro de Habitação, aumentou as exigências para a concessão de empréstimos. Uma combinação de juros e inflação altos resultou na fuga de mais de R\$ 30 bilhões da Caderneta de Poupança, principal fonte do crédito. Desde outubro, 290 mil postos de trabalho foram fechados no setor, segundo a Sondagem da Indústria da Construção Civil, feita pela Confederação Nacional da Indústria.

Além disso, em maio de 2015 começaram a valer limites menores para o crédito direcionado à aquisição de imóveis usados. Quando o recurso tem origem na poupança, o teto caiu de 80% para 50% do valor do bem. No caso de dinheiro do Sistema Financeiro Imobiliário (SFI), a redução foi de 70% para 40%.



Taxas de crescimento por setor em relação ao PIB 2010-2015 (1º Tri)  
 Fonte: IBGE - Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Contas Nacionais. Elaborado por Banco de Dados-CBIC.



# A retração no segmento

No primeiro trimestre de 2015

PAC - Programa de Aceleração do Crescimento

Corte de **R\$ 25,7** bilhões

Programa Minha Casa Minha Vida

Corte de **R\$ 5,6** bilhões

Fuga de R\$ 38,5 bilhões da caderneta de poupança no 1º semestre de 2015.

Aumento das exigências da Caixa Econômica Federal para concessão de empréstimos.

Fontes: Revista Exame (12/06/2015), Carta Capital (22/06/2015), Zero Hora (21/05/2015)



# Capitalização: uma nova **fonte** de recursos

1 capitalização  
= **R\$ 22**  
bilhões

1,75 capitalização  
= **R\$ 38,5** bilhões  
Aproximadamente o mesmo  
montante da fuga de recursos  
da Caderneta de Poupança

**Soma-se ao déficit habitacional, outros problemas estruturais brasileiros, como meio ambiente e saúde.**

## Crise da água

- Em 2010 a Agência Nacional de Águas (ANA) previu que seriam necessários R\$ 22 bilhões até 2015 para garantir o abastecimento de água no Brasil;  
**Principais:** São Paulo = R\$ 5,4 bilhões; Rio de Janeiro = R\$ 1 bilhão;  
Minas Gerais = R\$ 0,9 bilhão; Rio Grande do Sul = R\$ 0,8 bilhão

## Saneamento básico

- Mais de 100 milhões de brasileiros não possuem redes de coleta de esgoto.
- Para universalização do saneamento básico, seriam necessários investimentos de R\$ 270 bilhões.

## Tratamento de resíduos sólidos

- Em 2012, um levantamento da ABRELPE denunciou um déficit de 11% na cobertura de coleta e mais de 23 milhões de toneladas de resíduos sólidos urbanos enviados para lixões e aterros controlados.
- Segundo estudo do BNDES, serão necessários R\$ 2,5 bilhões para atendimento das metas estabelecidas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos entre 2015 e 2019.

Fontes: Agência Nacional de Águas. Atlas Brasil de Abastecimento Urbano de Água, 2010/Instituto Trata Brasil/BNDES. Estimativa de investimentos em aterros sanitários para atendimento de metas estabelecidas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos entre 2015 e 2019. Saneamento Ambiental.

**...que ampliam a necessidade nacional  
de encontrar fontes alternativas de  
captação de recursos**

Stefan Wogrin - iStock

Receita da capitalização **(R\$ 22 bilhões)**  Recursos necessários para combater a crise de abastecimento d'água

10% dessa receita **(R\$ 2,5 bilhões)**  Recursos necessários para manuseio de resíduos sólidos

# Capitalização como solução de filantropia





# A Capitalização é uma solução que pode estimular a filantropia

Segundo estudo da consultoria McKinsey (Folha Online, 2011), o Brasil tem potencial para duplicar o volume de doações e mobilizar mais de US\$ 9,4 bilhões anuais, equivalentes a 0,6% do PIB de 2009, para financiar entidades beneficentes e projetos sociais, além da prestação de ajuda humanitária.

Entretanto, o Brasil mal consegue canalizar US\$ 4,7 bilhões ou 0,3% do PIB para a filantropia, atrás da média mundial de 0,8% do PIB e da latino-americana, de 0,4%, ainda segundo o mesmo estudo. De acordo com a CAF – *Charity Aid Foundation* – em seu relatório do *World Giving Index 2014* (CAF, 2014), o Brasil figurou no ano passado como 90ª nação no ranking de filantropia de 153 países. Mianmar, Estados Unidos, Canadá e Irlanda aparecem como as nações com maior pontuação no *World Giving Index*, os dois primeiros com 64% e, os dois últimos, com 60%.

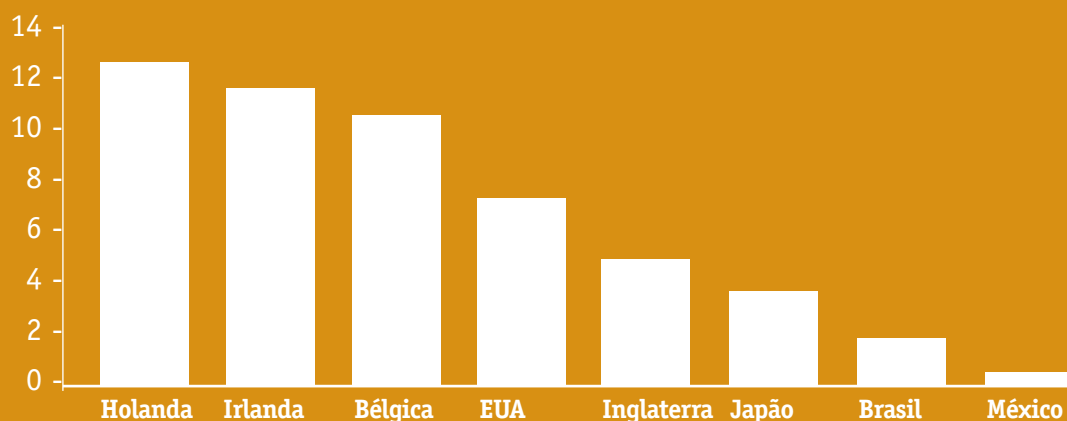
1º	EUA – Mianmar
3º	Canadá
23º	Costa Rica
74º	Peru
76º	México
78º	Argentina
90º	Brasil – Iraque – Mali – Mauritânia

Em 2009, nos Estados Unidos, a filantropia girou US\$ 303 bilhões no país (FOLHA, 2011), correspondentes a 2,1% do seu PIB.

Fontes: CAF, World Giving Index 2014. Uma visão global das tendências de doação (Nov/14); Folha de São Paulo (4/04/15); Folha Online, 21/01/11

No Brasil, apenas cerca de 4,8% do total de empregos do país são de pessoas que trabalham no terceiro setor, segundo o Relatório Setorial - Terceiro Setor e Desenvolvimento Social do BNDES (2011). Isso representa cerca de 1,5 milhão de pessoas, incluindo aquelas que desenvolvem trabalhos voluntários (aproximadamente 300 mil), ou seja, sem remuneração.

### Participação do setor sem fins lucrativos no total de pessoal ocupado



Social. AS/GSET, Julho/2001. BNDES  
Fonte: Relatório Setorial. Terceiro Setor e Desenvolvimento

### A filantropia no Brasil é altamente concentrada nas empresas

#### Pesquisa Benchmarking do Investimento Social Corporativo\*

2012 **R\$ 2,7** bilhões      2013 **R\$ 2,0** bilhões

Percentual de recursos das entidades filantrópicas oriundo de doadores individuais:

**BRASIL: 3%**    **EUA: 74%**

Fontes: CAF, World Giving Index 2014. Uma visão global das tendências de doação (Nov/14) / Folha de São Paulo (24/04/15)

\*realizado pela Comunitas – organização que atua no desenvolvimento de projetos sociais

# A filantropia no Brasil é pouco estimulada

- Quadro legal oferece mais incentivos às empresas, daí o predomínio da filantropia empresarial
- Além de estimular pouco as doações, especialmente de pessoas físicas, o Brasil é um dos poucos países que punem com impostos quem faz doação
- Em São Paulo, as doações acima de R\$ 41 mil são tributadas em 4%, alíquota maior que os 2,5% incidentes na venda de imóveis
- Nos EUA, as empresas podem abater até 10% dos impostos, enquanto no Brasil o teto é de 6%, somando benefícios das leis de incentivo à cultura, esporte e projetos sociais

**Doações de pessoas físicas são tributadas**

**Leis incentivam mais a filantropia empresarial**

A sociedade gradualmente desperta para a necessidade de incrementar a filantropia no Brasil...



**A sociedade sempre vai atrás do poder público para tentar resolver seus problemas.**

**Roberto da Matta**, Antropólogo



**Em 2015, uma das formas de evitar uma queda importante na arrecadação será apostar na doação das pessoas físicas.**

**Ângelo Franzão**, Superintendente AACD



**Há necessidade de investir na promoção de uma cultura de doação no país.**

**Paula Fabiani**, Presidente IDIS



**No Brasil, quem doa é o pobre, não o rico.**

**Graciela Hopstein**, Diretora-executiva do Instituto Rio

Fontes: IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, Folha de São Paulo (24/04/15), Folha Online, (21/01/11) /IstoÉ 2374 (03/06/15)



## Mas existem novas formas para que seja incentivada

O economista Steven D. Levitt\* comenta a ideia de fazer filantropia sem apelar para o sentimento de culpa das pessoas. As pessoas podem contribuir para instituições filantrópicas e, ao mesmo tempo, participar de ações divertidas.

“A abordagem habitual para levantar dinheiro para projetos de caridade contempla uma comovente mensagem inicial, com imagens de crianças sofrendo ou animais maltratados. Será que haveria uma outra maneira?”

Todo mundo gosta de jogar. Se você está disposto a pagar 20 dólares pelo privilégio de jogar em máquina de mentira ou para administrar uma fazenda virtual, vai querer que o dinheiro acabe nas mãos do Facebook ou preferiria que fosse destinado a uma instituição de caridade? Não seria mais divertido curtir o jogo e ao mesmo tempo contribuir para melhorar o mundo?”

## Existem alguns movimentos de captação de recursos de grande reconhecimento no Brasil

Criança Esperança 2013	R\$ 17,7 milhões
Criança Esperança 2014	R\$ 15 milhões
Teleton 2014	R\$ 30 milhões

Instituto Ayrton Senna está com dificuldades na arrecadação:

**Previsão de receita para 2015: R\$ 57 milhões**

**Redução da previsão para 2015: R\$ 45 milhões**

Apenas o Instituto Ayrton Senna auxilia, por ano, mais de 1,8 milhão de crianças.

\*Steven D. Levitt é um economista americano e professor de economia da Chicago University. Lureado em 2003 com a Medalha John Bates Clark, é conhecido pelo seu livro Freakonomics, de 2005, em parceria com Stephen J. Dubner.  
Fontes: Globo.com; <http://www.sbt.com.br>; IstoÉ 2374 (03/06/15)

## A Capitalização pode contribuir para que o Brasil alcance um novo patamar nas ações de filantropia

Ao longo de 2014, por meio da comercialização dos produtos da modalidade Popular, que permitem ao consumidor ceder o direito de resgate, foram destinados cerca de R\$ 200 milhões para instituições filantrópicas, montante muitas vezes superior aos valores arrecadados pela campanha Criança Esperança, reconhecidamente uma das mais efetivas do país.

Estimativa do que pode ser o produto de capitalização destinado à filantropia

**R\$ 2  
bilhões**

Faturamento

**R\$ 300  
milhões**

Impostos pagos

**R\$ 200  
milhões**

Repasse às instituições  
filantrópicas  
(cota de 10%)

**1 capitalização = 7 Teleton**

**1 capitalização = 14 Criança Esperança**



# Soluções para alavancar negócios

# A Capitalização é um **viabilizador** de soluções de negócios

Seja na hora de apresentar uma garantia para contratos de aluguel de imóveis seja para realizar algum tipo de ação promocional com clientes, a Capitalização oferece soluções simples que, combinadas com sorteios, são capazes de atender de maneira diferenciada a novas e crescentes demandas da sociedade.

Isso explica o crescimento expressivo do mercado de títulos de capitalização para garantia locatícia e os da modalidade Incentivo. Estes últimos, especialmente voltados para pessoas jurídicas, permitem incrementar qualquer segmento econômico.

## Possibilidade para os negócios no Brasil

### Garantia de Aluguel

- Pouca burocracia
- Certeza da garantia do bem
- Agilidade nas negociações
- Simples para os usuários
- Possibilidade de se combinar com outros produtos de seguro

### Promoção comercial

- Estímulo à circulação de produtos e serviços
- Paga mais impostos que outros mecanismos de promoção com sorteio
- Mais agilidade para realização das promoções
- Menos burocracia

# Mercado para garantia locatícia

Os títulos de capitalização para garantia locatícia possuem grande aceitação porque solucionam uma situação corriqueira e que, com frequência, traz dificuldades para quem precisa alugar um imóvel comercial ou residencial: a necessidade de apresentação de um fiador, exigência feita pela maioria das imobiliárias. Além disso, é uma solução que permite o resgate dos valores pagos ao fim do prazo do contrato, período em que o inquilino também participa de sorteios.

**Valores apurados de janeiro a junho/2015 de garantia locatícia:**

**Arrecadação**  
**R\$ 405 milhões**

**Quantidade de**  
**clientes 9.165**

**Numa projeção conservadora,  
a arrecadação para 2015 poderá alcançar**

**R\$ 800 milhões**

**Distribuição das garantias de aluguel no mercado**

**Títulos de Capitalização 1,1%**

**Fiador 45,1%**  
**Caução 34%**

**79,1% do total**

**Seguro Fiança 18,8%**

## O Título de Capitalização é uma alternativa a mais para inquilinos e locadores

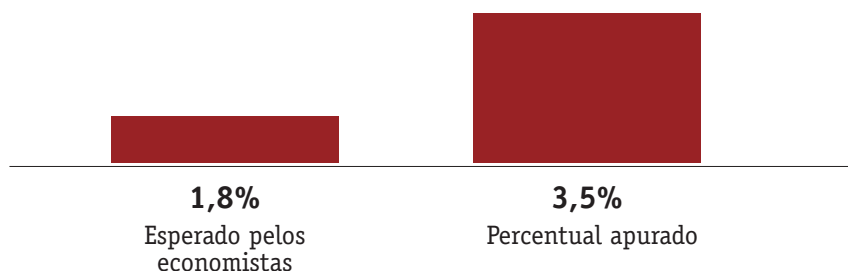
Como Funciona	Vantagens	Desvantagens
<p><b>Fiador</b></p> <p>Uma pessoa fica responsável pelo pagamento da dívida, caso o inquilino não cumpra a obrigação</p>	<p>Não tem custos para o inquilino. Para o locador, não existe limite para a cobertura de aluguéis, despesas, impostos ou danos ao imóvel.</p>	<p>Processo burocrático é constrangedor para o inquilino. Para o locador, há insegurança na garantia e a execução do bem depende de decisão judicial, o que pode levar até três anos.</p>
<p><b>Seguro-fiança</b></p> <p>O inquilino contrata um seguro, normalmente entre um e três aluguéis por ano</p>	<p>Para o inquilino, dispensa o fiador e pode ser parcelado. Para o locador, é uma garantia durante a vigência do contrato.</p>	<p>Além da burocracia, há um custo de um a três aluguéis por ano, sem retorno para o inquilino. Para o locador, o pagamento do sinistro pode não ser tão ágil.</p>
<p><b>Caução</b></p> <p>O inquilino faz um depósito em uma conta para garantir o pagamento de até três aluguéis</p>	<p>Pouca burocracia e o inquilino recebe o valor no fim do período de locação.</p>	<p>Pode haver demora na devolução do caução para o inquilino. Para o locador, as garantias são insuficientes.</p>
<p><b>Capitalização</b></p> <p>O inquilino adquire um título para servir de garantia. O valor é acordado entre as partes: em média, na faixa entre seis e doze aluguéis.</p>	<p>O valor é acordado entre as partes. Há pouca burocracia, renovação automática e agilidade no resgate. O inquilino participa de sorteios. Para o locador, há certeza de garantia.</p>	<p>Para o inquilino, demanda um aporte maior no início do contrato. Para o locador, é preciso esperar a ação de despejo para resgatar a garantia.</p>



# A atividade comercial no Brasil está em queda acentuada

O fraco desempenho se deve, basicamente, à elevação dos juros de empréstimos e financiamentos e à queda na confiança dos consumidores. Para minimizar perdas de receita, o varejo tem recorrido às liquidações de estoques, até então atreladas ao calendário de datas comemorativas do setor ou a mudanças de estação.

Queda das vendas no varejo em abril/2015, frente ao mesmo mês em 2014



Como a capitalização pode promover os negócios no Brasil:

- Estimula a venda e circulação de produtos e serviços
- Contribui para girar estoque
- Estimula a adimplência em uma economia em queda
- Possibilita a fidelização de clientes

Além disso, é um investimento em marketing que complementa e pode substituir algumas campanhas que hoje não utilizam prêmios, agregando valor real diretamente ao cliente.

Fonte: Folha de São Paulo (16/06/2015) – Referência IBGE

A partir de dados do Anuário Brasileiro de Marketing Promocional 2013, foi possível estimar que são movimentados por ano:

Campanhas com sorteio  
**R\$ 7,5 bilhões**

Os sorteios representam  
30% das campanhas  
**R\$ 2,3 bilhões**

### Mercado potencial para Capitalização

Premiação  
**R\$ 2,3 bilhões**  
25% da arrecadação

**R\$ 9 bilhões**  
Arrecadação potencial

**R\$ 1 bilhão**  
Arrecadação real da modalidade  
Incentivo em 2014

# Contribuição da Capitalização para o mercado de promoção comercial

Além de estimular vendas e contribuir para fidelizar clientes, as soluções trazidas pela Capitalização embutem outros benefícios: para o consumidor, a chance de concorrer a prêmios sem qualquer ônus; para o comércio, uma oportunidade de realizar ações promocionais de maneira ágil e simples.

## E mais....

- Pagando mais impostos que outros mecanismos de promoção com sorteio
- Mais agilidade nas campanhas promocionais
- Não sobrecarrega o governo, pois são operados por empresas privadas
- Mais segurança para o organizador do sorteio e para o consumidor final

## De forma geral:

- Capitalização paga 25% de imposto sobre o prêmio
- Outros mecanismos pagam 20% de imposto sobre o prêmio
- Diferença da ordem de R\$ 100 milhões a mais de arrecadação com base nos valores atuais



0

# A Capitalização e a SUSEP



# Porque a Capitalização é regulamentada pela Susep

- Contratos de seguro são acordos de vontades nos quais o segurador se compromete a compensar o segurado, na hipótese da ocorrência de um evento futuro incerto (álea)
- Contratos de títulos de capitalização misturam a figura da acumulação de recursos com a figura da álea na forma de prêmios por sorteios, algo que não ocorre nos instrumentos financeiros tradicionais
- O risco da capitalização é a ocorrência do sorteio. Mesmo que uma série não seja comercializada integralmente, no caso de sorteio de um título vendido, a sociedade de capitalização arca com o pagamento do prêmio de sorteio
- O risco de sorteio está contemplado nas provisões técnicas e no capital de risco de subscrição
- Da mesma forma que o seguro, a capitalização também parte da premissa básica do mutualismo. Vários clientes adquirem o título de capitalização e alguns clientes serão sorteados. O mutualismo garante o equilíbrio atuarial e financeiro do plano

# Proteção ao consumidor: solvência e capital mínimo

- O Decreto Lei nº 261/1967 que institui o Sistema Nacional de Capitalização contém disposições idênticas àquelas instituídas em diversos artigos do Decreto Lei nº 73, de 21 de novembro de 1966, estabelecendo desde então que a regulamentação do setor ficasse no âmbito da Susep.
- Para um setor em que o risco é o principal elemento, a Susep vem implementando, ao longo dos anos, novas regras para a constituição de reservas técnicas, bem como regras de solvência e requisitos de capital mínimo.
- A regulação do setor de capitalização pela Susep, assim como na área de seguros e previdência complementar aberta, tem a função de proteger os consumidores contra os riscos de as empresas não poderem cumprir suas obrigações financeiras quando estas forem devidas.

## Capitalização

## Previdência Privada e Seguros

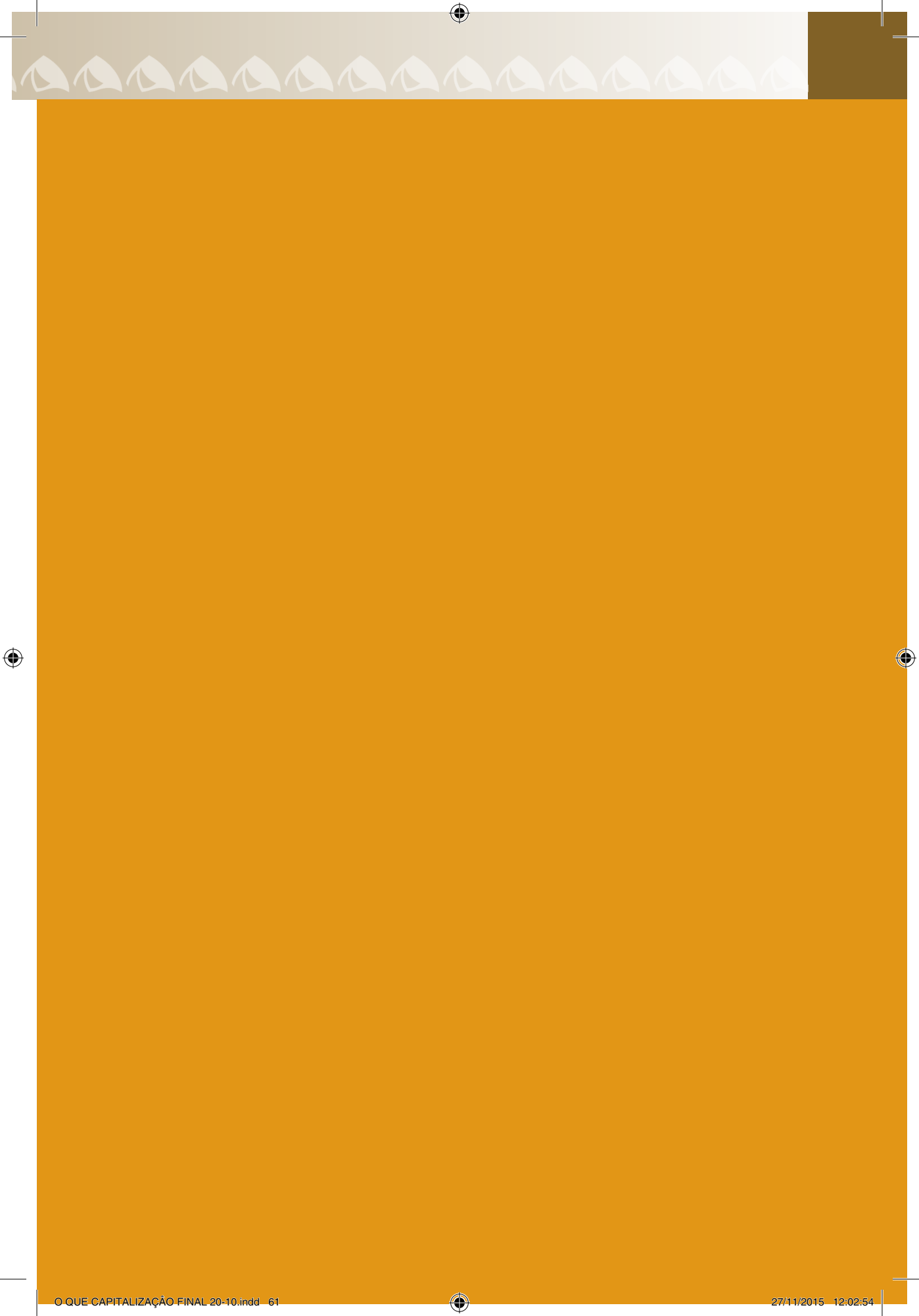
Provisão Matemática para Capitalização	Provisão Matemática de Benefícios a Conceder
	Provisão Complementar de Cobertura
Provisão para Resgate	Provisão de Sinistros a Liquidar
	Provisão Matemática de Benefícios Concedidos
Provisão para Sorteios a Pagar	Provisão de Resgates e Outros Valores a Regularizar
Provisão de Sorteios a Realizar	Provisão de Prêmios Não Ganhos
Provisão Complementar de Sorteios	
Provisão para Distribuição de Bônus	Provisão de Excedentes Técnicos
	Provisão de Excedentes Financeiros
Provisão para Despesas Administrativas	Provisão de Despesas Relacionadas



# Os desafios da Capitalização

A indústria de Capitalização se consolida como um importante agente para o desenvolvimento, seja sob a ótica dos benefícios que traz para o consumidor, seja pela capacidade de movimentar a economia. As possibilidades de contribuição do setor são inúmeras. Há muitos desafios a vencer, mas há um esforço concentrado e uma agenda extensa de trabalho no âmbito da FenaCap que busca promover o crescimento do mercado de maneira sustentável, com base nas melhores práticas de governança, cujos pilares são a transparência e a determinação de conjugar os interesses empresariais aos da sociedade. Neste sentido, trazemos aqui alguns compromissos dessa agenda:

- **Crescer de maneira sustentável**
- Diversificar ofertas para atendimento a vários perfis de clientes
- **Inovar** e criar soluções para novas demandas; novos canais; novos meios de pagamento
- **Consolidar** a Educação Financeira
- **Comunicar com transparência e** ampliar conhecimento sobre produtos; aprimorar a imagem
- **Conjugar crescimento** com a agenda social do País
- **Promover inclusão social** através de geração de empregos e da cessão de direito de resgate a instituições beneficentes na forma da regulamentação
- Influenciar positivamente as melhorias no **Marco Regulatório** de forma a adequá-lo permanentemente às necessidades dos clientes criando oportunidades de desenvolvimento do mercado





Federação Nacional de Capitalização

**Presidente**

Marco Antonio da Silva Barros

**Vice-Presidentes**

André Luiz Lauzana dos Santos

Marcos Renato Coltri

Ricardo Alahmar

Ryvo Matias Pires dos Santos

**Diretores**

Fu Shou Hai

Gustavo Figueira Rosa

Patrícia Martins de Freitas de Oliveira

Renato Fernandes

Ricardo Athanásio Felinto de Oliveira

Ronaldo Cosme Gonçalves Ferreira

**Diretor Executivo**

José Ismar Alves Torres

**Participaram deste trabalho**

Equipe Técnica da FenaCap

Comissões Técnicas da FenaCap

Symnetics Consultoria Empresarial

Link Comunicação Integrada

[www.fenacap.org.br](http://www.fenacap.org.br)

