



FenaCap

Federação Nacional
de Capitalização

A CAPITALIZAÇÃO NA AGENDA SOCIAL ECONÔMICA BRASILEIRA

Dezembro 2020

Apresentação

Sobre Capitalização e resiliência

A versatilidade e a capacidade de adaptação são características históricas do mercado de capitalização, evidenciadas, mais uma vez, pela resiliência demonstrada no enfrentamento do cenário trazido pela pandemia do novo coronavírus. A Capitalização nasceu em 1929, em meio a uma das maiores crises do século passado, também de dimensões globais, e completa, neste 2020 igualmente desafiador, 91 anos de existência.

Um dos obstáculos superados no início da crise sanitária foi garantir a continuidade das premiações dos títulos de capitalização. Entre março e setembro, com a suspensão das extrações da Loteria Federal, referência para as premiações, a FenaCap assumiu a responsabilidade de realizar sorteios substitutos, garantindo que não houvesse, por um dia sequer, a interrupção dessas operações. Para se ter uma ideia do que isso representa, as empresas distribuíram em 2020 prêmios de R\$ 1,1 bilhão em sorteios, beneficiando milhares de famílias.

No encerramento do ano, as reservas técnicas – constituídas pelos recursos de 1,2 bilhão de títulos de capitalização ativos – cresceram 5,4% em comparação a igual período de 2019, atingindo os R\$ 32,4 bilhões. Somando-se os valores distribuídos em sorteios aos resgates pagos, a Capitalização injetou na economia R\$ 19,2 bilhões nesse período tão difícil para os brasileiros.

O faturamento global do setor alcançou R\$ 22,9 bilhões. Alguns fatores ajudam a explicar essa capacidade de dar respostas assertivas em meio a ambientes adversos. O primeiro é de



Marcelo Farinha, Presidente da Federação Nacional de Capitalização - FenaCap

natureza comportamental. A sociedade reage à crise com a busca de segurança. As soluções de negócios com sorteios da Capitalização atendem a esse anseio. O título da modalidade Tradicional – um instrumento de disciplina financeira – possibilita formar uma reserva financeira e concorrer a prêmios em dinheiro capazes de transformar a vida de pessoas e famílias.

Ainda na linha do comportamento, vemos uma sociedade mais sensibilizada pelas causas sociais. A Capitalização responde a essa demanda com a modalidade dos títulos de capitalização Filantropia Premiável, que permite aos

consumidores que adquirem o produto ceder o direito de resgate do valor pago a entidades filantrópicas previamente credenciadas e participar de sorteios. A arrecadação da modalidade alcançou R\$ 2,1 bilhões e os repasses do mercado de capitalização para essas instituições, muitas delas com atuação na área de saúde, somaram R\$ 814 milhões no período.

Importante observar também que, em meio à crise, os agentes econômicos tendem a ser mais restritivos nas suas contratações, exigindo garantias mais robustas de suas contrapartes. A modalidade Instrumento de Garantia, além de todos os benefícios de um título de capitalização, é voltada justamente para esta finalidade, podendo garantir contratos de qualquer natureza, como os de empréstimos e de locação de imóveis, por exemplo. O faturamento desses produtos atingiu R\$ 2,6 bilhões.

Numa outra frente, a convergência do nosso modelo de negócios para o ambiente digital, processo que já estava em curso, ganhou ve-

locidade, em razão das medidas de distanciamento social, uma vez que a comercialização dos títulos, majoritariamente, é feita por meio de canais físicos e o mercado inteiro adotou o home-office, a fim de preservar vidas. Enfim, a crise acelerou transformações e criou o ambiente para se escrever uma nova história...

São vários os legados desse período, mas com certeza o mercado de capitalização sai fortalecido como agente de transformação social e econômica, pela capacidade de dar respostas ágeis frente a novas demandas da sociedade.

Nesses 91 anos, a capitalização deu inúmeras mostras de resiliência, adaptando-se a alterações do ambiente de negócios, motivadas por guerras, inflação, correção monetária, crises econômicas, políticas e, agora, pela pandemia.

Temos uma visão otimista para 2021. Embora não percamos de vista o fato de ainda vivermos uma crise de grandes proporções, seguimos firmes e confiantes.

Marcelo Farinha

Presidente da Federação Nacional de Capitalização – FenaCap

Sumário

| | |
|---|-----------|
| Capitalização: soluções de negócios com sorteios | 6 |
| Solução de Proteção Financeira | 7 |
| Principais equívocos relacionados ao título de capitalização Tradicional | 8 |
| Título de capitalização Tradicional não é investimento | 9 |
| Título de capitalização não é loteria | 10 |
| É muito mais... .. | 11 |
| A importância do mercado de títulos de capitalização | 13 |
| Breve história da capitalização no Brasil..... | 14 |
| Expansão é consequência da aceitação dos títulos de capitalização pelo consumidor | 16 |
| A constituição de um patamar considerável de provisões representa oportunidades para o setor e para o País | 17 |
| Aplicação das Reservas | 18 |
| Benefícios socioeconômicos dos títulos de capitalização | 19 |
| Os benefícios para os clientes e para a sociedade | 20 |
| Título de capitalização e educação financeira | 21 |
| Comportamento Financeiro | 22 |
| A inadimplência atinge a população adulta do país | 23 |
| Quanto as famílias economizam | 24 |
| O brasileiro guarda pouco. É imediatista | 25 |
| Brasileiros não se planejam para as despesas de início do ano | 26 |
| A Capitalização estimula mudanças de atitude | 27 |
| Pesquisa aponta que população conhece os títulos de capitalização, segunda modalidade mais citada após a caderneta de poupança..... | 28 |
| O sorteio na Capitalização é um atrativo adicional | 29 |
| Título de capitalização como solução de filantropia | 31 |
| Título de capitalização é uma solução para a filantropia | 32 |
| A filantropia no Brasil é pouco estimulada | 33 |
| Soluções para alavancar negócios | 35 |
| Soluções para empresas e prestadores de serviços | 36 |
| Mercado para garantia locatícia..... | 37 |
| O título de capitalização e o Mercado Promocional | 38 |
| Vantagens para os clientes e para a economia | 40 |
| Os títulos de capitalização e a Susep | 42 |
| Por que títulos de capitalização são regulamentados pela Susep | 43 |
| Proteção ao consumidor: solvência e capital mínimo..... | 44 |
| Os desafios do mercado de títulos de capitalização | 45 |

Capitalização: soluções de negócios com sorteios

Os títulos de capitalização, por meio das seis modalidades ofertadas no mercado, constituem soluções capazes de atender a perfis variados de consumidores, combinando soluções de negócios com sorteios. O montante de 1,2 bilhão de títulos de capitalização ativos (dezembro/2020) 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 universo também estão incluídas empresas de vários segmentos econômicos.

Essa capacidade de oferecer soluções flexíveis e atender com agilidade a novas demandas dos consumidores, tendo os sorteios como atrativo adicional, é o que amplia a importância social e econômica do setor.

MODALIDADES CARACTERÍSTICAS

| MODALIDADES | CARACTERÍSTICAS |
|-------------------------|---|
| TRADICIONAL | Foco principal em acumulação de reserva |
| | Pagamentos mensais ou únicos |
| | Resgate de (no mínimo) 100% do valor acumulado ao fim do prazo |
| | Sorteios de prêmios em dinheiro |
| POPULAR | Foco principal na participação de sorteios |
| | Resgate de até 50% do valor pago, ao fim do prazo de capitalização |
| INCENTIVO | Foco na utilização de sorteios para ações promocionais |
| | Clientes pessoa jurídica de diversos ramos |
| | Produto sob encomenda |
| | Estímulo à circulação de produtos e serviços |
| | Paga mais impostos que outros mecanismos de promoção com sorteio |
| COMPRA PROGRAMADA | Menos burocracia |
| | Foco na acumulação mensal, vinculada à aquisição de bens |
| INSTRUMENTO DE GARANTIA | Sorteio de prêmios |
| | Pode ser utilizado como garantia para contratos de qualquer natureza, incluindo alugueis de imóveis comerciais e residenciais e empréstimos |
| | Sorteio de prêmios |
| FILANTROPIA PREMIÁVEL | Devolução integral de valores pagos ao fim da vigência |
| | Permite cessão de reserva para entidades filantrópicas previamente credenciadas. Repasse de, no mínimo, 34% para as instituições |
| | Sorteio de prêmios |

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) e 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 ao título de 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, que inclui a participação em sorteios. Valor de resgate é atualizado pela TR. |
| SORTEIO | Baixa probabilidade de o cliente ser sorteado. | O sorteio funciona como motivador para acúmulo de reserva 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). |

Título de capitalização Tradicional **não** é investimento

É um erro comparar o produto a qualquer outro instrumento financeiro

Os títulos de capitalização são soluções de negócios com sorteios. Ao optar por um produto Tradicional, o consumidor escolhe uma solução de proteção financeira e escolhe trocar 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.

não é permitido efetuar resgates e está presente em todas as modalidades de títulos de capitalização, contribui para estimular os consumidores a criar uma reserva financeira. O consumidor que opta por permanecer até o fim do prazo de vigência, quando o prazo pré-definido em contrato efetivamente termina, resgata 100% do que pagou, com atualização dos valores pela TR, mesmo que não tenha sido sorteado, o que pode ocorrer uma ou mais vezes ao longo da vigência do título.

O prazo de carência, período durante o qual

- 1 Investimento é a aplicação de algum tipo de recurso com a expectativa de receber retorno futuro superior ao aplicado.
- 2 Portanto, o produto Tradicional não pode ser comparado com qualquer investimento disponível no mercado cujo ganho seja maximizado pela rentabilidade.
- 3 No título de capitalização Tradicional, o retorno advém justamente da acumulação do capital principal, sendo o ganho financeiro secundário, em virtude da possibilidade do sorteio.

Título de capitalização não é loteria

Os sorteios têm funções específicas na Capitalização

O aspecto lúdico dos sorteios é um atrativo indiscutível da Capitalização. É o que diferencia os títulos de capitalização dos produtos financeiros convencionais. O sorteio é um atributo comum a todas as modalidades em comercialização. A comparação com loterias, no entanto, é totalmente equivocada, pois os sorteios na Capitalização têm funções específicas. No caso do produto Tradicional, 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 e o

resgate de até 50% do valor pago. Nas soluções de Incentivo, as empresas utilizam os sorteios como instrumento para alavancar vendas e fidelizar clientes. Da mesma forma, na modalidade Instrumento de Garantia, funciona como um benefício adicional a quem opta por um título de capitalização como instrumento de fiança locatícia ou como garantia para contratos de qualquer natureza, incluindo empréstimos. E nos produtos de Filantropia Premiável, os sorteios constituem uma maneira de premiar pessoas que apoiam projetos de instituições filantrópicas, fomentando essa atividade no país.

- 1** No caso da loteria, o cliente não recebe de volta o valor da aposta caso não seja sorteado.
- 2** Na Capitalização, o sorteio funciona como um estímulo para a continuidade da formação de uma reserva.
- 3** Diferentemente do que acontece na loteria, o recurso aportado é devolvido ao fim do prazo, mesmo que o cliente da Capitalização não tenha sido sorteado.
- 4** O cliente da Capitalização pode ser sorteado uma ou mais vezes ao longo da vigência do seu plano.

É muito mais...

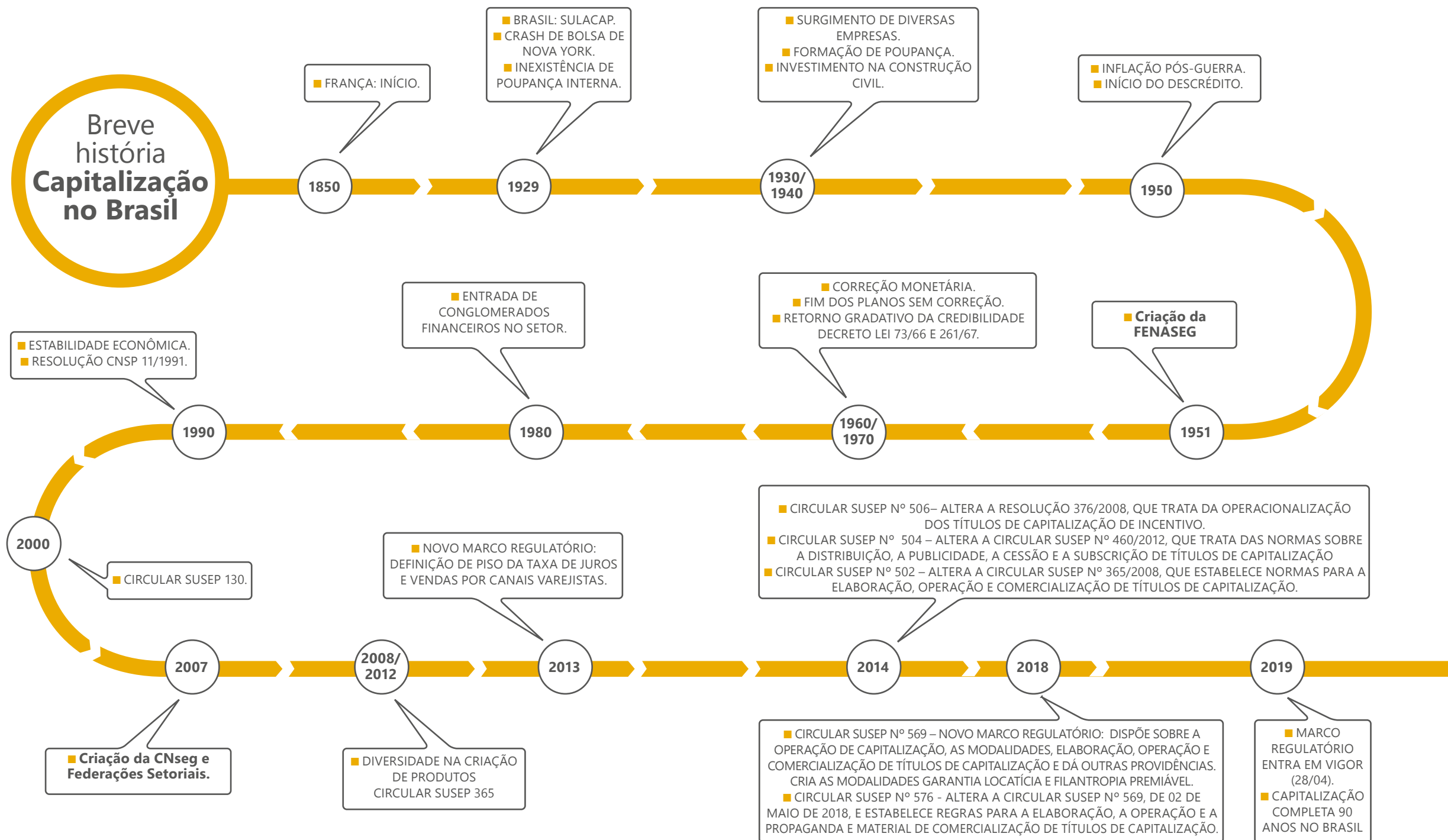
É um conjunto de soluções de negócios com sorteios, que atende a vários segmentos da sociedade interessados em:





A IMPORTÂNCIA
DO MERCADO DE
TÍTULOS DE
CAPITALIZAÇÃO

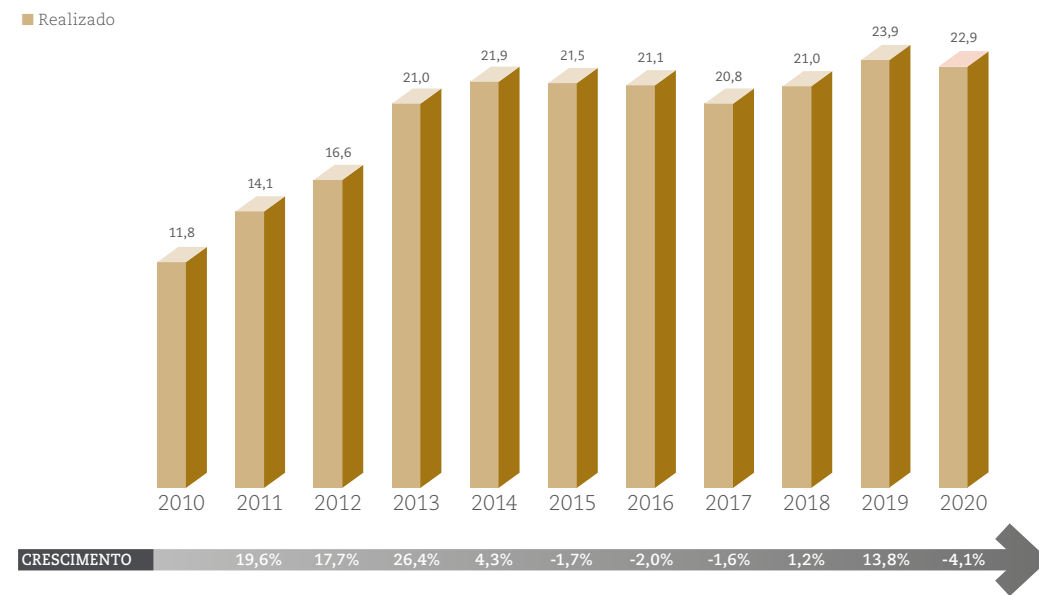
Breve história Capitalização no Brasil



Expansão é consequência da aceitação dos títulos de capitalização pelo consumidor

EVOLUÇÃO DA RECEITA

(em R\$ bilhões)

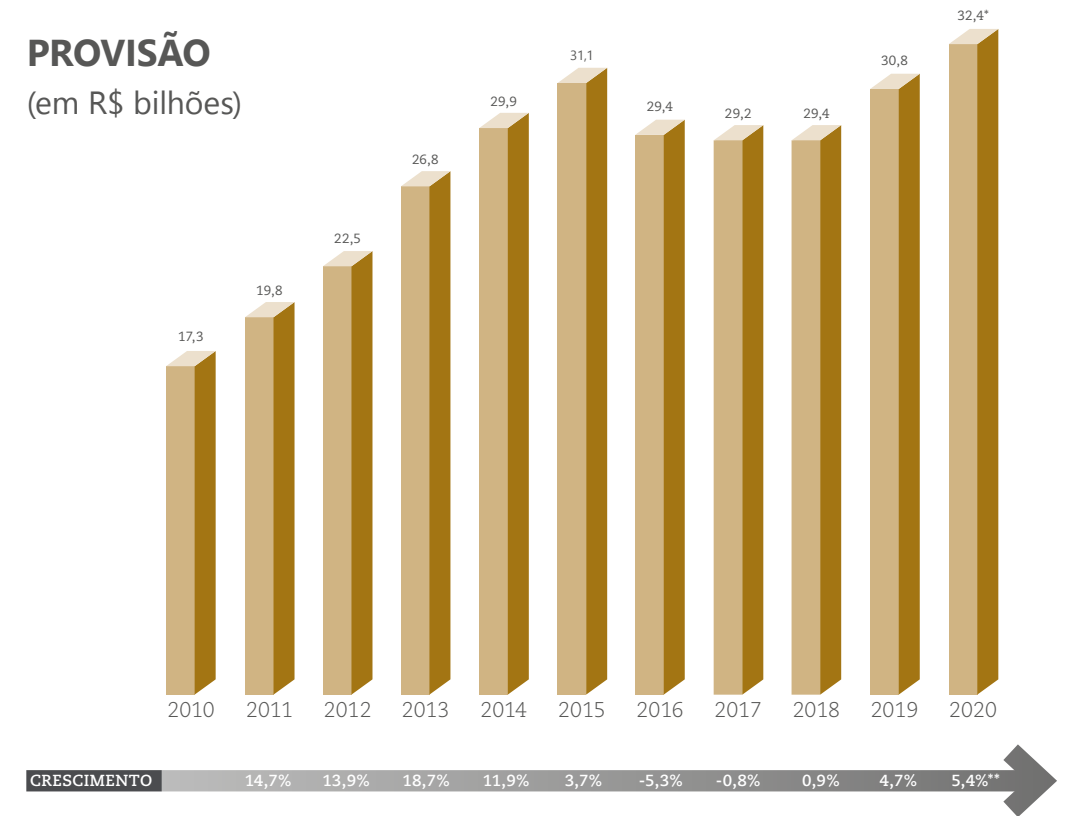


*Realizado janeiro a dezembro de 2020
Fonte: SUSEP

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

PROVISÃO

(em R\$ bilhões)



*Saldo até dezembro de 2020
**Crescimento em relação a dezembro de 2019
Fonte: SUSEP

Aplicação das reservas

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 DOS TÍTULOS DE CAPITALIZAÇÃO

Os benefícios para os clientes e para a sociedade

Por sua simplicidade e facilidade de aquisição, os títulos de capitalização funcionam como instrumento de educação financeira, ajudam a planejar o orçamento e, em razão do estímulo adicional dos sorteios, 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. No segmento empresarial, o título de capitalização é uma solução para alavancar novos negócios, ampliar vendas

e fidelizar clientes, por meio da realização de ações promocionais com sorteios. Por meio das soluções de capitalização, é possível também oferecer garantia para qualquer tipo de contrato, seja para locação de imóveis, obtenção de financiamentos, ou realização de obras e serviços, por exemplo. Como instrumento de captação de recursos para entidades filantrópicas, a Capitalização vem impulsionando o Terceiro Setor e contribuindo para disseminar práticas solidárias e socialmente responsáveis.

Os benefícios:

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

TÍTULO DE 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 promove o endividamento e até mesmo o

superendividamento. Ao favorecer a criação do hábito de juntar dinheiro, o título de 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

66,5% das famílias estavam endividadas em dezembro de 2020

Fonte: Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor (CNC)

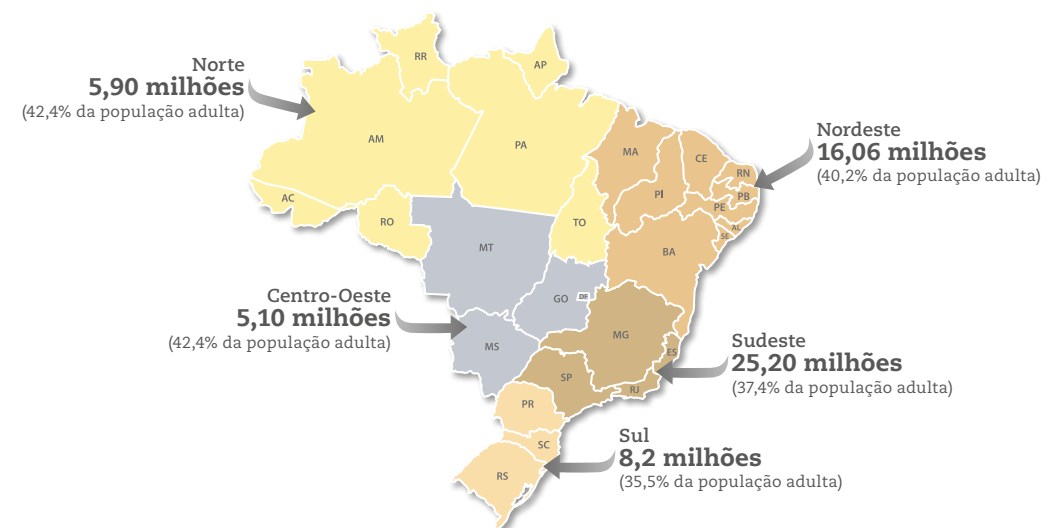
Inadimplência atinge população adulta do país

De acordo com dados apurados pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), o volume de consumidores com contas em atraso e registrados em cadastros de devedores encerrou o ano de 2019 com uma pequena queda de -0,2% na comparação com o ano anterior. A título de comparação, em 2018 o indicador havia

encerrado o período com uma alta expressiva de 4,4% no número de inadimplentes.

Ao todo, o SPC Brasil e o CNDL estimam que o país tenha fechado o ano de 2019 com aproximadamente 61 milhões de brasileiros com alguma conta em atraso e com o CPF restrito para contratar crédito ou fazer compras parceladas.

POPULAÇÃO NEGATIVADA EM 2019



Fonte: pesquisa Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas e SPC Brasil – Ano 2019
<http://site.cndl.org.br/brasil-fecha-primeiro-semester-com-636-milhoes-de-consumidores-inadimplentes-estimam-spc-brasil-e-cndl/>

Inadimplentes

61,4 milhões

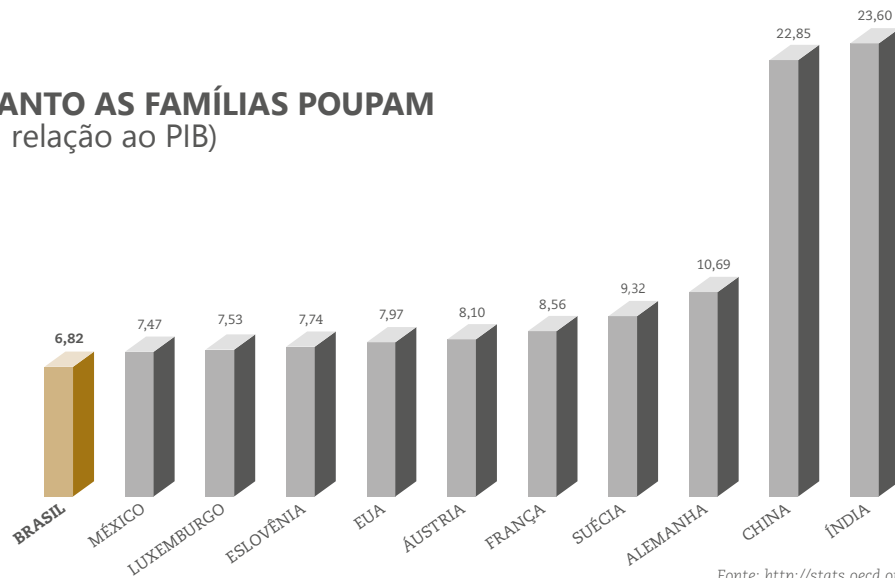
de brasileiros estão com o nome negativado, mostra estimativa do SPC Brasil e CNDL

Fonte: Serasa Experian

Quanto as famílias economizam

Os asiáticos economizam mais. Os brasileiros preferem consumir.

QUANTO AS FAMÍLIAS POUPAM (em relação ao PIB) (%)



Fonte: <http://stats.oecd.org/>

Última informação disponível nos últimos 4 anos

(Especificação: National Accounts > AnnualNationalAccounts> DetailedNon-Financial Sector Accounts>Non-financial accountsbysector) Fonte Índia: <https://data.gov.in/resources/domestic-savings-and-components-of-gdp-current-prices>

O brasileiro economiza pouco

Apenas **6,82%** do PIB

Fonte: <http://stats.oecd.org/> Última informação disponível nos últimos 4 anos (Especificação: National Accounts > AnnualNationalAccounts> DetailedNon-Financial Sector Accounts>Non-financial accountsbysector) Fonte Índia: <https://data.gov.in/resources/domestic-savings-and-components-of-gdp-current-prices>

O brasileiro guarda pouco. É imediatista

Pesquisa realizada pelo Datafolha, com 6 mil entrevistados, aponta que os brasileiros são imediatistas e têm baixa propensão à guardar dinheiro, ou seja, dificilmente abrem

mão do consumo no presente em troca de garantir alguma reserva no futuro. O levantamento mostra que 65% não juntam dinheiro, incluindo os de renda mais elevada.

O levantamento mostra

Maioria não poupa para o futuro

Entre os que conseguem poupar, guardam, no máximo, 10% do que ganham

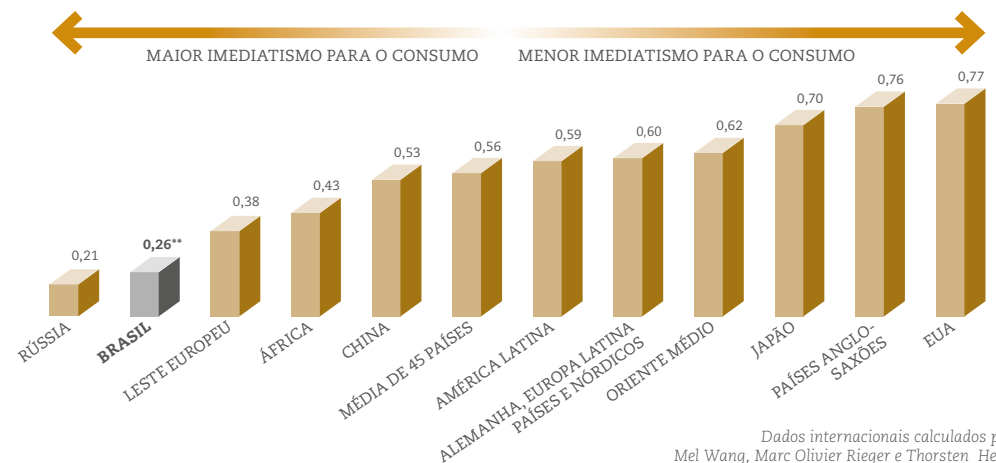
Mesmo entre mais ricos e mais escolarizados, só metade poupa

Só a minoria dos não assalariados se prepara para a aposentadoria.

Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/12/1942232-levantamento-revela-imediatismo-e-baixa-tendencia-a-poupanca-do-brasileiro.shtml>
Data: 11/12/2017

O IMEDIATISMO DO BRASILEIRO

(em relação aos outros países)



Dados internacionais calculados por Mel Wang, Marc Olivier Rieger e Thorsten Hens
** Calculado pelo Insuper: 2.881 entrevistados em 26 e 27 de abril e 2.771, em 21 a 23 de junho de 2017

Brasileiros **não se planejam** para as despesas de **início de ano**

Levantamento realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) mostra que **apenas 11% dos consumidores brasileiros têm condições** de pagar as despesas sazonais de início de ano, como IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano), IPVA (Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores) e material escolar, com os próprios rendimentos, sem que seja necessário fazer uma economia ou reserva financeira ao longo do ano. A pesquisa ainda mostra que **22% dos entrevistados não fizeram qualquer planejamento** para pagar esses compromissos em 2020.



as compras de Natal para conseguir pagar as despesas de início de ano. Outros 21% guardaram ao menos parte do 13º salário para honrar os compromissos, ao passo que 17% disseram ter montado uma reserva ao longo de 2019 para cobrir os gastos no futuro. Outra descoberta é 14% passaram a fazer algum bico para acumular uma renda extra.

A recomendação do SPC é que os consumidores separem mensalmente uma quantia para essa finalidade. Nesse contexto, a aquisição de títulos de capitalização é uma alternativa para juntar dinheiro e não ter dificuldade para honrar os compromissos de início de ano.

De acordo com o levantamento, para este novo ano, **a maior parte (26%) dos entrevistados teve de economizar** nas festas e com

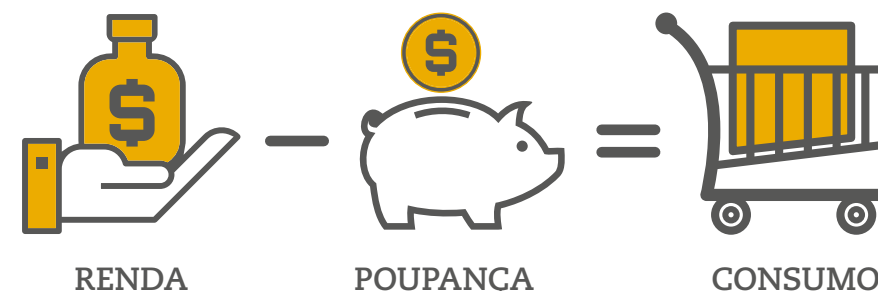
Foram entrevistadas 813 pessoas de ambos os sexos e acima de 18 anos, de todas as classes sociais, em todas as regiões brasileiras.

A Capitalização **estimula mudanças** de atitude



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 fi-

nanceiro. 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

Pesquisa aponta que **população conhece** os títulos de capitalização, **segunda modalidade** mais citada após a caderneta de poupança

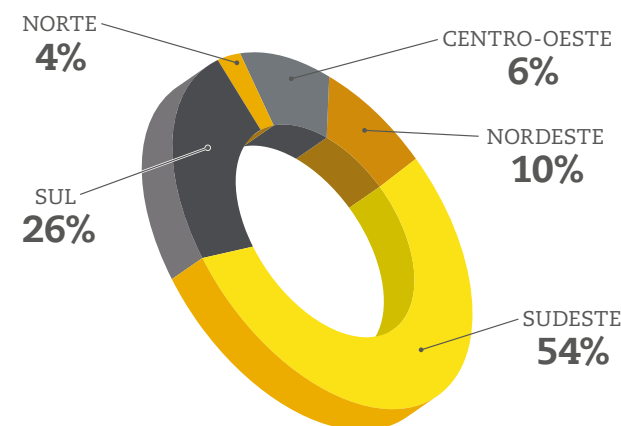
Dados de agosto de 2018, do Indicador de Reserva Financeira da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), reiteram informações de pesquisas anteriores que apontam o título de capitalização como a segunda opção mais conhecida pelos brasileiros.

Segundo o levantamento, perguntados sobre o quanto conhecem as modalidades de investimentos, em primeiro lugar aparece a caderneta de poupança, citada por 89% das pessoas ouvidas, em segundo, os títulos de capitalização (53%)

O levantamento abrangeu 12 capitais das cinco regiões brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba, Recife, Salvador, Fortaleza, Brasília, Goiânia, Manaus e Belém.

O sorteio na Capitalização é um **atrativo adicional**

SORTEIOS PAGOS
Janeiro a junho de 2020



Em dezembro de 2020, o setor de capitalização distribuiu **R\$ 1,1 bilhão** em sorteios, o equivalente a **R\$ 4,3 milhões** por dia útil do período.

Retorno para a sociedade*

Resgates
R\$ 18,1 bilhões

Sorteios
R\$ 1,1 bilhão

Total
R\$ 19,2 bilhões

* valores arredondados

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

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



TÍTULO DE
CAPITALIZAÇÃO
COMO SOLUÇÃO
DE **FILANTROPIA**

Título de capitalização é uma **solução** para a **filantropia**

Anualmente, a *Charities Aid Foundation* (CAF), organização do Reino Unido, lança o *CAF World Giving Index* (WGI), que mede o grau de solidariedade de nações ao redor do mundo.

Em 2019, a WGI apresentou os índices acumulados dos países, nos últimos 10 anos. O estudo global ouviu mais 1,3 milhão de pessoas em 126 países, durante a última década. Sob a crença de que existe um leque de possibilidades para fazer doação, o levantamento busca a perspectiva dos entrevistados com base em “três comportamentos” do doador:

1. **Ajudou um estranho ou alguém que você não conhecia que precisava de ajuda?**
2. **Doou dinheiro a uma organização?**
3. **Doou seu tempo, ou seja, fez trabalho voluntário em alguma organização?**

O resultado desse estudo mostrou que, entre os países mais generosos, os Estados Unidos aparecem em primeiro lugar, a Nova Zelândia em segundo e a Irlanda em terceiro.

O Brasil aparece na 74ª posição do resultado global, e em 8ª na América do Sul.

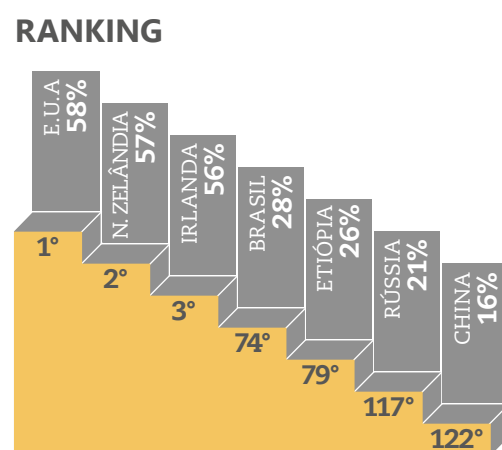
Nesse sentido, o relatório aponta as seguintes necessidades:

- Investir na boa governança, medição do impacto e comunicação, para construir a confiança pública;
- Financiar organizações locais no aprimoramento da prestação de contas e da eficiência de suas ações;

– Reconhecer a importância de ajudar as instituições a construir um mecanismo de sustentabilidade e financiá-las nesta direção.

Criada pelo novo marco regulatório, editado em maio de 2018, a modalidade de títulos de capitalização Filantropia Premiável, nesse contexto, ganha relevância. O produto permite que o cliente, no ato da aquisição, ceda a sua reserva para instituições previamente credenciadas pelas empresas de Capitalização, cujas operações são aprovadas e fiscalizadas pela Susep. O normativo trouxe mais segurança jurídica para as empresas e mais transparência às relações de consumo, consolidando o papel da capitalização como agente de captação e transferência de recursos para o Terceiro Setor.

Fonte: <https://www.slideshare.net/idisppt/world-giving-index-2019-resultados-brasil>



Fonte: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/cafworldgivingindex2017_2167a_web_210917.pdf?sfvrsn=ed1dac40_10

A filantropia no Brasil é **pouco estimulada**

Segundo uma pesquisa do Idis (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social), sete em cada 10 brasileiros costumam fazer doações, com um valor médio de R\$ 200. A filantropia brasileira, no entanto, movimenta pouco dinheiro. Segundo o Idis, aqui o setor representa apenas 0,2% do PIB.

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...

Elite brasileira ainda precisa evoluir culturalmente em relação às doações.

Rebecca Tavares
Presidente da BrazilFoundation


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)

The image features a large, abstract graphic on the right side, composed of several overlapping, curved shapes. The primary colors are a bright yellow and a light grey, with a darker grey shape also visible. The curves are dynamic and flowing, suggesting movement and growth. The background is a plain, light grey color.

SOLUÇÕES PARA
ALAVANCAR
NEGÓCIOS

Soluções para empresas e prestadores de serviços

Seja na hora de apresentar uma garantia para contratos, 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 avanço da modalidade Instrumento de Garantia, para garantia de contratos; e da modalidade de Incentivo, para marketing promocional. Este último, especialmente voltado para pessoas jurídicas, permite incrementar qualquer segmento econômico pela realização de ações promocionais com sorteios.

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
- ✓ Menos burocracia

Mercado para garantia locatícia

O título de capitalização da modalidade Instrumento de Garantia, criada pelo novo Marco Regulatório do setor, é uma solução para garantir qualquer tipo de contrato. Muito utilizada para substituir o fiador nas transações de aluguel de imóveis, essa modalidade auxilia também quem precisa oferecer garantia para financiamentos, obras e serviços diversos. Além de participar de sorteios, o titular recebe 100% do valor pago ao término do contrato, caso todas as obrigações nele contidas tenham sido cumpridas.

Confira a diferença entre as garantias existentes para locação de imóveis

| Como funciona | Vantagens | Desvantagens |
|--|--|---|
| FIADOR Uma pessoa fica responsável pelo pagamento da dívida, caso o inquilino não cumpra a obrigação | Não tem custos para o inquilino. Para o locador, não existe limite para a cobertura de aluguéis, despesas, impostos ou danos ao imóvel | Processo burocrático e 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 |
| SEGURO FIANÇA O inquilino contratou seguro, normalmente, entre um e três aluguéis por ano | Para o inquilino, dispensa o fiador e pode ser parcelado. Para o locador, é uma garantia durante a vigência do contrato | 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 |
| CAUÇÃO O inquilino faz um depósito em uma conta para garantir o pagamento de até três aluguéis | Pouca burocracia e o inquilino recebe o valor do fim do período de locação | Pode haver demora na devolução da caução para o inquilino. Para o locador, as garantias são insuficientes |
| CAPITALIZAÇÃO 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 | Há pouca burocracia, renovação automática e agilidade no resgate. O inquilino participa de sorteios. Para o locador, há certeza da garantia. | 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. |

O título de capitalização e o Mercado Promocional

Mercado de promoções com sorteios

A Capitalização tornou-se uma plataforma de negócios capaz de alavancar qualquer segmento econômico, ganhando relevância em momentos de retração e queda de consumo. Por meio da modalidade de Incentivo, há soluções simples que, combinadas com sorteios, aten-

dem a demandas do mercado de promoções comerciais e da sociedade como um todo. Dentro dessa modalidade, voltada exclusivamente para pessoas jurídicas, os sorteios da capitalização assumem funções distintas: uma de caráter promocional, outra de fidelização.

Mercado de promoções com sorteios

O aumento da competição vem fazendo com que as empresas, de um modo geral, busquem estratégias de reforço de marca através da diferenciação por serviços, o que inclui desde melhorias na qualidade de atendimento até oferta de benefícios adicionais, sem ônus para os consumidores. Nesse contexto, o sorteio da Capitalização, vinculado a produtos ou serviços, tem contribuído para torná-los mais atrativos, funcionando também como instrumento de fidelização.

Um exemplo bastante ilustrativo é o de vinculação do sorteio presente na solução de

Incentivo a produtos como seguros de vida e de acidentes pessoais. Nesses casos, os sorteios geralmente são realizados durante toda a vigência das apólices, oferecendo um benefício em vida¹ – prêmios em dinheiro – e estimulando que os clientes mantenham seus pagamentos em dia, a fim de continuar concorrendo a prêmios. Esta solução ganha também uma função social adicional quando acoplada aos microsseguros, produtos inclusivos e de baixo custo, destinados a oferecer proteção adequada à população de pequeno poder aquisitivo, reconhecidamente mais vulnerável a imprevistos.

Sorteios para promoção comercial

O avanço das tecnologias móveis, associado ao crescimento das redes sociais, alterou profundamente o cenário da comunicação mercadológica, particularmente no segmento promocional. Estratégias de marketing dirigidas a públicos específicos – com foco no relacionamento e não massificadas – ganharam terreno e foi nesse contexto que a Capitalização veio preencher uma lacuna de mercado.

A experiência na operacionalização de sorteios, o que inclui práticas de governança

consolidadas, abrangendo controles internos, de riscos e de mercado, levou as empresas de Capitalização a desenvolver uma solução de negócios completa para atender à crescente demanda por promoções comerciais com sorteios. Esta solução permite que empresas de qualquer setor – em particular do comércio varejista – realizem ações promocionais por meio da aquisição de séries exclusivas de títulos, cedendo aos clientes o direito de concorrer a prêmios em dinheiro, sem qualquer ônus, por meio de números da sorte.

¹ O conceito de “benefício em vida” foi detalhado em estudo realizado pelo Cenfri – The Centre for Financial Regulation & Inclusion sobre microsseguros no Brasil. Segundo o instituto, os produtos de microsseguro brasileiros têm características próprias, entre as quais o fato de compreenderem vários benefícios em vida, incluindo um componente de capitalização (sorteio), um benefício tangível, que pode ser usufruído em vida pelo segurado.

Vantagens para os clientes e para a economia

As soluções de incentivo permitem realizar promoções dinâmicas e criativas. Os prêmios de sorteios são pagos em dinheiro, sendo opcional o recebimento em bens. E como as empresas de capitalização se responsabilizam por toda a operacionalização dos sorteios, há segurança de que os clientes contemplados receberão os prêmios a que têm direito. Os produtos são aprovados pela Susep, responsável também por fiscalizar essas operações, conferindo ainda mais transparência a todo o processo.

Benefícios das soluções de incentivo para os clientes

- ✓ Atendimento nacional
- ✓ Atendimento com modelos diferenciados
- ✓ Soluções customizadas
- ✓ Serviços agregados
- ✓ Transparência do processo


Retorno econômico e social

- ✓ Arrecadação
- ✓ Tributos
- ✓ Empregos
- ✓ Expansão de mercado
- ✓ Desenvolvimento da economia
- ✓ Transparência de processo

Contribuições da Capitalização para o mercado de promoção comercial

O setor de Capitalização tem todas as condições de ampliar ainda mais esse mercado, contribuindo efetivamente para estimular a economia como um todo, gerando mais empregos, mais impostos e os inúmeros benefícios socioeconômicos daí decorrentes. Um exemplo prático: a Capitalização paga hoje 25% de IR sobre o prêmio (outros mecanismos pagam 20%). Ou seja: há um potencial de acréscimo efetivo de receitas para a União por meio da realização de campanhas promocionais com sorteios pelas Sociedades de Capitalização.

O setor está preparado para iniciar um novo ciclo de desenvolvimento, em razão dos crescentes investimentos feitos em sistemas, recursos humanos, auditorias, controles e, principalmente, na governança das promoções com sorteios, a fim de assegurar o máximo de transparência ao processo.



OS TÍTULOS DE CAPITALIZAÇÃO E A **SUSEP**

Por que títulos de capitalização são **regulamentados** pela Susep

- Contratos de seguro são acordos de vontades por meio dos 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 na 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 consumidores adquirem o título de capitalização e alguns deles 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 instituiu o Sistema Nacional de Capitalização, contém disposições idênticas àsquelas 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

- ✓ Provisão Matemática para Capitalização
- ✓ Provisão para Resgate
- ✓ Provisão para Sorteios a Pagar
- ✓ Provisão de Sorteios a Realizar
- ✓ Provisão Complementar de Sorteios
- ✓ Provisão para Distribuição de Bônus
- ✓ Provisão para Despesas Administrativas

Previdência Privada e Seguros

- ✓ Provisão Matemática de Benefícios a Conceder
- ✓ Provisão Complementar de Cobertura
- ✓ Provisão de Sinistros a Liquidar
- ✓ Provisão Matemática de Benefícios Concedidos
- ✓ Provisão de Resgates e Outros Valores a Regularizar
- ✓ Provisão de Prêmios não Ganhos
- ✓ Provisão de Excedentes Técnicos
- ✓ Provisão de Excedentes Financeiros
- ✓ Provisão de Despesas Relacionadas

Os **desafios** do mercado de títulos de 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 o conhecimento sobre produtos; aprimorar a imagem
- Conjugando crescimento com a agenda social do País
- Promover inclusão social por meio da 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

Marcelo Gonçalves Farinha
Brasilcap Capitalização

Vice-Presidentes

Alexandre Petrone Vilardi
Icatu Capitalização

Frederico Guilherme Fernandes de Queiroz Filho
Brasilcap Capitalização

Valdirene Soares Secato
Bradesco Capitalização

Ryvo Matias Pires dos Santos
Caixa Capitalização

Diretores

Eduardo Kives Ostronoff
Liderança Capitalização

Marcio Giovannini
Santander Capitalização

Luciano Graneto Vieira
Invest Capitalização

Luiz Fernando Butori Reis dos Santos
Cia Itaú de Capitalização

Marcio Coutinho Teixeira de Carvalho
Capemisa Capitalização

Marcos Roberto Loução
Porto Seguro Capitalização

Agustín David Bello-Conde Valdés
Mapfre Capitalização

Rafael da Silva Reis
Aplicap Capitalização

Fabiano Lima
Zurich Capitalização

Participaram deste trabalho

Equipe técnica da FenaCap
Equipe da Superintendência de
Estudos e Projetos da CNseg
Link Comunicação Integrada
maraca.rio.design



Federação Nacional de Capitalização

www.fenacap.org.br