

Insight

A company of **Allianz** 

Publicação da Euler Hermes - Brasil



Editorial

Euler Hermes Brasil: retrospectiva 2012

Empresa investe em qualidade e melhoria dos serviços, reorganiza estratégias e celebra resultados positivos.

Nossos clientes e parceiros que acompanham o Insight provavelmente já não se recordem, mas, em janeiro de 2010, escrevi um editorial sobre as perspectivas promissoras que antevíamos para o futuro do Brasil. Aqui, na Euler Hermes, sempre olhamos para a frente, para a empresa que estamos construindo, mas, hoje, faremos uma breve pausa para avaliar as conquistas alcançadas nesses três anos.

Em 2010, após uma das maiores crises financeiras da história, sabíamos que a retomada do crescimento de nossa operação passaria pela reafirmação da confiança no Seguro de Crédito. Reorganizamos nossa estratégia colocando nossa *expertise* em Gestão de Crédito na linha de frente da operação e permitindo que nossos segurados utilizem nossa equipe de crédito como se fosse uma extensão de seu próprio time.

Transformar nossa *expertise* em valor agregado para clientes é, desde então, nosso maior diferencial competitivo, garantindo níveis crescentes de satisfação e lealdade, e nos permitiu, em 2010, atingir o melhor resultado financeiro combinado no Brasil até então.

Com essa evolução e considerando as perspectivas do mercado brasileiro, em 2011, passamos a ser uma iniciativa estratégica da Euler Hermes lançando um projeto de investimento de três anos. Em 2011, investimos em infraestrutura com mudança para uma nova sede na avenida Paulista, implementação de novos sistemas, como o Salesforce.com, para gestão comercial e aumento de nossa equipe, que cresceu 43%. O investimento teve ênfase na equipe de crédito, que, literalmente, dobrou de tamanho, chegando a 14 pessoas, sendo a maioria absoluta formada por profissionais

seniores. Criamos a área de Análise Setorial, focada na macroeconomia brasileira e em setores chave da economia, incrementando o valor de nosso serviço por meio de informações proprietárias compartilhadas com segurados. A partir de 2012, investimos na capacidade de distribuição do Seguro de Crédito, abrindo filiais no interior de São Paulo e em Curitiba, explorando sinergias comerciais com a Allianz e parcerias com instituições financeiras.

Em 2011, superamos o recorde histórico de 2010, com crescimento de 28%. Nosso resultado até outubro de 2012 traz um crescimento de 36% em relação ao mesmo período de 2011 e impressionantes 77%

quando comparado a 2010. Nesse mesmo período – entre 2010 e outubro de 2012 – nosso *market share* avançou de 14% para 19%, consolidando nossa posição no mercado brasileiro⁽¹⁾. Outro indicador importante é nossa retenção total de prêmio de 97% até outubro, prova absoluta de que os segurados reconhecem nosso valor agregado em suas operações e continuam leais à

Euler Hermes. Caminhamos em 2012 para o terceiro ano consecutivo de resultado combinado recorde.

O sucesso é uma combinação de dedicação e sorte. Agradeço sinceramente a dedicação de nossa equipe brasileira, da qual me orgulho de fazer parte. Em nome da Euler Hermes agradeço nossa sorte de contar com segurados, corretores e parceiros que são a chave de nossa história de sucesso. Olhando novamente para o futuro, graças a vocês, a melhor parte de nossa história ainda está por vir.

Guilherme Perondi
CEO Euler Hermes Brasil

(1) Conforme dados publicados pela Susep – Superintendência de Seguros Privados.



► Acontece

Programa Inovar Auto: nova política estabelece um marco para o setor mas pode sofrer o impacto dos problemas já existentes.

► Análise de Risco

Apesar do aumento da utilização de documentos eletrônicos, nas transações comerciais os documentos físicos ainda são imprescindíveis.

► De bem com a vida

Fazer uma pausa e repensar o ritmo de vida é fundamental para estabelecermos novas prioridades e ganhar mais qualidade de vida.

Acontece

Governo anuncia diretrizes para o setor automotivo

Metas ambiciosas do regime podem esbarrar nas limitações do setor de autopeças

O governo anunciou, em outubro, o Programa Inovar Auto (Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia Produtiva de Veículos Automotores), que estabelece para as montadoras já instaladas no Brasil e para as que possuem planos de produzir algumas medidas para se isentarem de uma sobretaxação fiscal de 30 pontos percentuais. O objetivo do projeto é oferecer veículos mais econômicos associados a um bom incremento tecnológico.

Uma das principais exigências refere-se ao índice de nacionalização dos veículos.

Este será medido por intermédio do volume de autopeças adquiridas localmente e, em 2013, será calculado à razão de 1,3, reduzindo-se, gradativamente, até 2017, quando, então, será igual a 1,0. O governo parte do princípio de que, para se manter o nível de benefício de 2013 para os anos subsequentes, as montadoras aumentem seu consumo de autopeças locais.

E aqui reside um dos pontos que mais geram questionamentos: como assegurar que as autopeças que chegarão às montadoras foram de fato produzidas no Brasil, e não importadas.

Não existe um sistema eficiente de certificação que comprove a origem das peças utilizadas e, segundo especialistas do setor, estabelecer a sua origem é extremamente difícil. Segundo o Sindicato Nacional das Indústrias de Componentes para Veículos Automotivos (Sindipeças), um sistema composto por diversas partes ganha o certificado de procedência local com menos de 10% de peças fabricadas no Brasil. O modelo de certificação está sendo organizado pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), porém os interesses das montadoras deverão impactar o tempo de implementação deste modelo (desejado somente para 2015).

A produção local enfrenta, como outros setores da indústria, problemas de competitividade e está sujeita à pressão das montadoras e das importações. A disparidade de investimentos no setor exemplifica este cenário. Enquanto as montadoras planejam investir 26 bilhões dólares até 2016, as autopeças planejam 12,5 bilhões de dólares no mesmo período.

A despeito da política industrial automotiva ser um marco em termos de planejamento, não ataca os principais problemas que as autopeças sofrem e a disparidade de expectativas no setor pode gerar gargalos significativos e colocar em risco não apenas o sucesso do projeto, como também o futuro do setor no Brasil.

Ulisses Ferreira Farias
Industry Sector Credit Analyst



Ainda mais autonomia na unidade Brasil

Desde julho, o Grupo EH concedeu a Luciano Mendonça, Commercial Underwriting Superintendent, o Nível 3 de autoridade em subscrição comercial de apólices de Seguro de Crédito. Na prática, suas responsabilidades, agora, também incluem a estruturação de

apólices para toda a América Latina, além de tornar o contato mais próximo com o Board do Grupo em Paris para negócios complexos. Com esta mudança, o Grupo EH reconhece e valoriza os mais de 10 anos de experiência do executivo no ramo e o trabalho que vem desenvolvendo na unidade do Brasil.

Gestão de Apólice

Evolução tecnológica versus títulos de crédito

Boleto bancário supre a necessidade das duplicatas nas relações mercantis.

Nas relações que envolvem títulos de crédito é condição *sine qua non* que o credor esteja com a via original do título para que possa exercer seu direito de cobrança. Tal exigência se dá em função da cartularidade, que, além de determinar que o título de crédito deve ser representado por uma cártula, ou seja, um papel que especifica a obrigação, ainda identifica o real credor, uma vez que não se admite cópia autenticada deste documento.

No entanto, em virtude da evolução tecnológica, os títulos de crédito – notadamente as duplicatas e os boletos bancários – estão sendo desmaterializados.

Devidamente amparados pela nossa legislação, os títulos de crédito eletrônicos causaram inúmeras consequências jurídicas, questionamentos sobre sua validade e insegurança nas negociações, uma vez que a referida prática incentiva a fraude, já que muitos cartórios costumam dispensar a apresentação de comprovante de entrega das mercadorias ou de prestação de serviços para efetuar o protesto por indicação do boleto, ou seja, a prova da remessa da duplicata não costuma ser levada ao cartório.

Portanto, trazendo tais informações ao cenário do Seguro de Crédito, mais

especificamente ao momento de declarar um pedido de intervenção diante de um inadimplemento, torna-se imprescindível a apresentação de todos os documentos, originais, elencados nas Condições Gerais da Apólice: notas fiscais, comprovantes de entrega, duplicatas originais ou, na sua ausência, apenas os boletos eletrônicos, bem como os instrumentos de protesto, trazendo, assim, a segurança jurídica que o negócio exige tanto para o segurado quanto para a seguradora.

Lamia Salha
Senior Legal and Claims Analyst

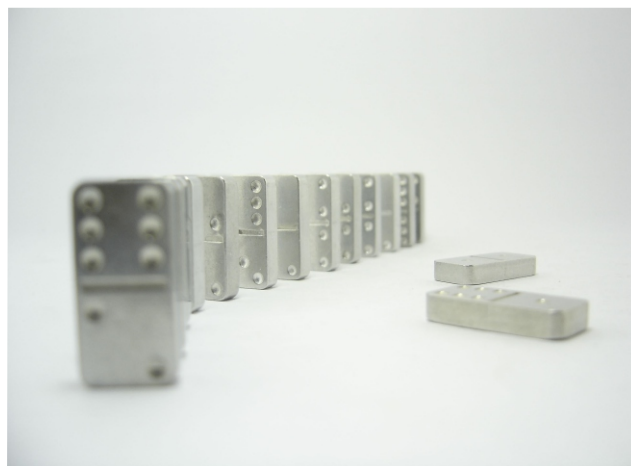
Análise de Risco

Sazonalidade e Seguro de Crédito

Além de concorrência, tecnologia, logística, qualidade dos clientes, entre outros fatores, as empresas sofrem com a influência também da sazonalidade em seus negócios

Sazonalidade pode ser definida como variação esperada entre oferta e demanda em determinados períodos do ano sobre o ritmo de atividade econômica, influenciando diretamente o desempenho das empresas. Levada ao extremo, a sazonalidade é prejudicial porque causa desemprego pela falência de empresas na baixa estação – pela diminuição da atividade –, enquanto gera desabastecimento e aumento de preços na alta estação – pela maior demanda de mercadorias.

O planejamento é essencial para sobreviver a períodos de alta variação entre oferta e demanda. Essas variações têm efeitos diretos sobre o fluxo de caixa e sobre a necessidade de capital de giro das empresas: indústrias e comércios devem planejar a compra de matérias-primas e a manutenção de estoques. O mercado ideal é aquele mais estável possível, pois o fluxo de caixa e os recursos livres seriam melhor alocados, as encomendas seriam melhor distribuídas ao longo do ano e as vendas teriam maior previsibilidade. No entanto, o mercado não se comporta desta forma e as empresas



têm que se adaptar a essas variáveis. Devem, para não serem vítimas da sazonalidade, além de contar com bom planejamento financeiro, contratar Seguro de Crédito, a fim de evitar surpresas indesejadas pelo não pagamento de seus clientes. Afinal, da mesma forma que o segurado sente a sazonalidade afetar seus negócios, seus clientes também são afetados e estão sujeitos a não pagamentos, recuperações judiciais e falências.

Em momentos de turbulência econômica, mercados sazonais são ainda mais prejudicados. Margens de lucro diminuem e clientes reduzem faturamentos enquanto a percepção de risco aumenta, tomando o crédito mais escasso. Margens de lucro antes garantidas são corroídas pela inadimplência inesperada de clientes “de confiança”. O Seguro de Crédito é uma solução barata perante outras formas de garantia, já que

considera a sazonalidade dos seus negócios e oferece apólices flexíveis com coberturas que variam ao longo do ano. Sua contratação é simples e tem custo marginal no preço final dos produtos, além de ser um instrumento de redução de provisões de perdas.

Luciano Mendonça
Commercial Underwriting Superintendent

De bem com a vida

Tente diminuir o ritmo e viva com mais saúde

Às vezes, é preciso parar um pouco, repensar nossas prioridades e cumprir nossas atividades de forma diferente.

Nosso dia a dia está sempre cheio de compromissos: profissionais, familiares, sociais etc. Cada um deles com sua devida importância e necessidade de serem cumpridos. E nós, obviamente, nos desdobramos para cumprir todos eles da melhor forma possível, tentando deixar todos – quase sempre – satisfeitos.

Porém, com essa rotina frenética e repleta de urgências e muita informação, reservar um tempo exclusivamente para nós torna-se cada vez mais difícil. Quase sempre, em nossa lista de prioridades, ocupamos o último lugar.

E quando chega o “nosso” momento, damos sempre um jeitinho de arrumar outras coisas para fazer. Definimos novas prioridades e, assim, vamos protelando o nosso tão necessário descanso.

Esquecemos que somos humanos e que o corpo, muitas vezes, pede uma pausa; nosso organismo reclama e nós, teimosos que somos, quase nunca o escutamos.

Precisamos dar mais importância para nós. E, por incrível que pareça, isso pode nos tornar profissionais ainda melhores, mais completos, mais saudáveis e, consequentemente, mais felizes.

Tente rever a sua rotina e o seu ritmo, e reserve um tempo para você. Isso é fundamental: melhora a sua qualidade de vida, bem como a qualidade de suas relações, sejam elas profissionais ou pessoais.

Na busca por um ritmo diferenciado e mais saudável, algumas dicas podem ajudar:

- Encontre alguma atividade para fazer que realmente lhe dê prazer. Além de exercitar a mente e o corpo, ajuda a esquecer a rotina do trabalho.
- Estabeleça uma ordem de prioridade às atividades; se não der para realizar todas, as mais importantes certamente serão cumpridas.
- Surgiu um tempo livre? Aproveite e descanse, nem que seja por dez minutos.
- Marque um almoço com amigos ou, simplesmente, tome um café fora do escritório.
- Sempre tire férias, ainda que tenha que fracionar os dias, elas darão a você a chance de renovar as baterias e voltar com mais vontade e disposição.
- Aproveite cada momento com as pessoas importantes para você; esse tempo é valioso demais para ser desperdiçado.
- Estabeleça seus limites e tente ao máximo não os ultrapassar.
- Aproveite os momentos ociosos sem culpa: leia, ouça uma música, tire um cochilo ou, se preferir, não faça nada.



Euler Hermes Seguros de Crédito S.A.
Av. Paulista, 2421 - 3º andar - Jardim Paulista
CEP 01311-300 - São Paulo - SP
Tel.: (55 11) 3065-2260
www.eulerhermes.com.br

A company of Allianz

Expediente

O jornal Insight é uma publicação gratuita da Euler Hermes Seguros de Crédito S.A. cujo conteúdo tem caráter meramente informativo. As informações fornecidas neste exemplar não implicam recomendação de uso nem garantia de sua aplicabilidade por parte da Euler Hermes Seguros de Crédito S.A.

- **Colaboradores Euler Hermes:** Débora Tavares, Guilherme Perondi, Lamia Salha, Luciano Mendonça, Thaís de La Touloubre Monteiro e Ulisses Ferreira Farias.
- **Coordenação geral:** SR2 Comunicação e Eventos
- **Jornalista responsável:** Marcos Fernandes (Mtb 2452/MG)
- **Projeto gráfico, textos e editoração:** Nexis Comunicação
- **Revisão:** Viviane Akemi Uemura
- **Tiragem:** 8.500 exemplares