

# Prepare-se: as férias escolares vêm aí!

Julho é mês de criança em casa e requer criatividade para manter a turminha ocupada e bem-humorada.

As crianças já estão contando os minutos para a chegada das férias de julho. E os pais também. Nem sempre esse recesso coincide com as férias profissionais, e isso requer um planejamento para que o desejo da criançada não se transforme no desespero dos pais. Filhos em casa, muitas vezes com idades diferentes, exigem criatividade e paciência. Mas, acredite, é possível transformar esse período em momentos prazerosos. E o que é melhor, sem gastar demais.

Andar de bicicleta, promover um campeonato de mímica ou de jogos como dama, dominó e de cartas e propor brincadeiras com outras crianças no próprio condomínio ou na vizinhança são exemplos de entretenimentos simples e que não custam nada. Também pode-se pesquisar lugares em sua própria cidade, na capital ou no interior, que ofereçam atrações lúdicas, das quais os pais também possam participar.

É possível encontrar inúmeras opções nesse sentido. Além dos parques, teatros, aquários, zoológicos, museus, cinemas, praças e feiras, existem entidades, como o SESC (Serviço Social do Comércio) e o SESI (Serviço Social da Indústria), que promovem apresentações de teatro, música e dança, e, ainda, oferecem oficinas de arte, canto e atrações específicas para as férias, de acordo com a idade da criança. Algumas atividades disponibilizadas são gratuitas.

Outra possibilidade de diversão é



fazer um piquenique: a criança se sente envolvida e participa de todo o processo. Certamente ela vai se lembrar do passeio e falar muito sobre ele posteriormente.

Uma visita às grandes livrarias também pode fazer parte do programa de férias. Além de muitos livros, CDs e DVDs, algumas delas se especializaram em oferecer um lugar delicioso para se passar algumas horas, incluindo oficinas com autores dos livros e contadores de histórias.

Fazer viagens rápidas e conhecer cidades turísticas que ficam pertinho da capital pode também resultar em uma ótima alternativa e ser menos cansativo que uma viagem mais longa.

O importante é lembrar que, para a

criança, seja qual for sua idade, o mais valioso é compartilhar os momentos de diversão. Não importa se o programa é um passeio longe ou perto, longo ou curto. A qualidade do tempo que a criança aproveita junto aos pais valerá cada segundo das férias e, certamente, ficará em sua memória.

Para mais informações, acesse os sites abaixo:

- [www.sescsp.org.br](http://www.sescsp.org.br)
- [www.sesisp.org.br](http://www.sesisp.org.br)
- [www.livrariacultura.com.br](http://www.livrariacultura.com.br)
- [www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)
- [www.masp.art.br](http://www.masp.art.br)
- [www.livrariasaraiva.com.br](http://www.livrariasaraiva.com.br)

## Expediente

O informativo *Insight Euler* é uma publicação da Euler Hermes Seguros de Crédito S.A. dirigida aos seus clientes, corretores e parceiros.

- Colaboradores Euler Hermes:** Débora Tavares, Guilherme Perondi, Marcel Santos Faberlow, Marcelo Augusto Oliveira, Maria Luiza Ferreira Mendes, Eduardo Cruci.
- Coordenação geral:** SR2 Comunicação e Eventos
- Jornalista responsável:** Marcos Thadeu Fernandes (Mtb 2452/MG)
- Projeto gráfico, textos e editoração:** Nexis Comunicação
- Revisão:** Viviane Akemi Uemura
- Tiragem:** 8.500 exemplares



Euler Hermes Seguros de Crédito S.A.  
Al. Santos, 2335 - 5º andar  
Cerqueira César - 01419-002  
São Paulo - SP  
Tel.: (55 11) 3065-2260  
[www.eulerhermes.com/brasil](http://www.eulerhermes.com/brasil)

PUBLICAÇÃO INTERNA DA EULER HERMES-BRASIL

[www.eulerhermes.com.br](http://www.eulerhermes.com.br)

Edição 10 - Maio/Junho - 2009

## Editorial

# Benefícios do Seguro de Crédito Interno

Ferramenta eficaz para proteção de fluxo de caixa.

Com a *debacle* dos mercados financeiros e a contaminação da cadeia produtiva gerada, sobretudo, pela escassez de crédito bancário e pela sucessão de “defaults”, as empresas têm buscado medidas remediadoras e preventivas. É justamente na prevenção que o seguro de crédito doméstico entra como ferramenta de ótimo custo benefício e eficaz para as empresas se protegerem de futuros calotes e de situações de insolvência de seus sacados, os chamados “riscos comerciais”. Podendo ser contratado por empresas que comercializem mercadorias ou prestem serviços, o seguro cobre a globalidade da carteira de recebíveis do segurado (ou de um segmento), sendo possível a exclusão de determinadas faixas de risco mediante acordo com a seguradora.

Além da proteção contra maus pagadores, essa modalidade de seguro propicia uma vantagem especial em casos de falência ou de recuperação judicial do devedor. Diferentemente dos eventos de inadimplência simples, nos quais a seguradora tem 150 dias para tentar reaver

a dívida antes de liquidar o sinistro, nos casos de falência e de recuperação judicial, a apólice pode ser acionada imediatamente após a aprovação do plano de recuperação ou da decretação da falência pelo juiz e reconhecimento do crédito no passivo do devedor, tendo a seguradora 30 dias para fazer o pagamento. A vantagem, nesses casos, é enorme, já que o processo pode se arrastar por meses ou anos.

Como em qualquer outra modalidade de seguro, ao efetuar o pagamento da indenização, a seguradora se sub-roga nos direitos e nas ações do segurado, passando ela a ser titular daquele crédito com legitimidade para efetuar a cobrança judicial em face do sacado inadimplente.

Outra grande vantagem do seguro de crédito é a possibilidade de o segurado endossar o benefício da cobertura a seus financiadores. Por ser global e rotativa, a apólice cobre todas as operações de crédito realizadas com os saca-

dos do segurado listados até o limite de crédito aprovado para cada um deles, descontada a coparticipação do segurado. Além de cobrir riscos nomeados, a seguradora pode também cobrir riscos anônimos, limitando-se, nesse caso, a cobertura entre 50% e 70% do valor em risco. É preciso que os benefícios do seguro de crédito sejam adequadamente difundidos para que o empresariado brasileiro possa se valer desse importante instrumento de proteção creditícia, o qual pode, em alguns casos, ser até mais eficaz do que uma garantia real.

**Luiz Otávio P. Villela**  
*Villela e Kraemer Advogados*



## DESTAQUES

**2** Gravidade da crise gera resultados desfavoráveis no primeiro trimestre de 2009.

**3** Saiba porque é importante implementar uma Política de Crédito na empresa.

**4** Transforme as férias de julho em momentos de diversão, sem gastar muito e sem estresse.

# Primeiro trimestre de 2009 confirma gravidade da crise

Resultados das companhias abertas demonstram os impactos da crise econômica e a desconfiança sobre o crescimento global.



No início de junho, o IBGE divulgará oficialmente o PIB (Produto Interno Bruto) do primeiro trimestre de 2009. As primeiras expectativas indicam uma redução de 2,1% e 1,1% quando comparado ao primeiro e quarto trimestres de 2008, respectivamente.

A velocidade com que os indicadores macroeconômicos se deterioraram provocou grandes prejuízos nas empresas no último trimestre de 2008 e também contribuiu para um primeiro trimestre desfavorável em todos os segmentos.

Se, por um lado, a oferta de crédito tem aumentado, principalmente nos bancos públicos, os *spreads* continuam elevados por conta da aversão ao risco. Esse cenário se confirma nos níveis de inadimplência, que atingiram patamares preocupantes nos primeiros meses de 2009, principalmente nas empresas de peque-

no e médio porte, cuja capacidade para financiar seu capital de giro reside, em grande parte, nos bancos.

A piora dos indicadores de renda e emprego afetou principalmente as indústrias relacionadas a bens duráveis e de capital. Nos bens duráveis, a euforia de vendas pautada exclusivamente pela política fiscal expansionista do governo já demonstra sinais de arrefecimento e, no caso das indústrias de bens de capital, poucos empresários estão dispostos a tirar da gaveta os projetos de investimento sem saber ao certo qual será o tamanho do novo mercado daqui em diante.

A indústria de alimentos e as *commodities* agrícolas têm seus preços atuais cotados em bons patamares – destaque especial para a soja –, uma vez que os impactos na demanda são menos severos. A China (grande consumidor) será um dos pou-

cos países a crescer em 2009, ainda que de forma menos vigorosa que nos anos anteriores. O desafio, neste momento, é manter uma boa rede de distribuição e promover prazo aos clientes.

O segmento varejista, de forma geral, não apresentou grandes reduções nas vendas, em função tanto do fator compensação (troca de bens duráveis de alto valor por bens não duráveis) como da menor dependência do ambiente externo. Segundo o IBGE, de janeiro a março de 2009, o crescimento acumulado foi de 3,8%. Por outro lado, o aumento da inadimplência na pessoa física, dos custos financeiros e o acesso restrito ao crédito pesaram negativamente nos resultados. O varejo têxtil e o de materiais de construção continuam a inspirar cuidados especiais, uma vez que o primeiro vem crescendo muito abaixo da média do varejo como um todo e será impactado pela redução das cotas de importação de produtos chineses; já o segundo demonstra queda nas vendas influenciado pela restrição ao crédito e menor apetite do consumidor em assumir novas dívidas.

Os bancos centrais de todo o mundo já começam a observar que existem sinais de retomada nos mercados consumidores, em especial em países emergentes como o Brasil, mas a transferência desses indicativos para a economia real deve levar, na melhor das hipóteses, de 6 meses a 1 ano.

A Euler Hermes, líder mundial em seguros de crédito, vem monitorando de perto estas movimentações da economia, buscando antecipar-se aos seus impactos nos diversos setores de atividade, assegurando, assim, o fluxo de caixa atual e futuro de seus segurados.

**Eduardo Cruci**  
Senior Risk Underwriter

## ■ Premiação

**Euler Hermes entre os melhores no Prêmio da Revista Conjuntura Econômica IBRE/FGV.**

A solenidade de entrega do Prêmio Revista Conjuntura Econômica IBRE/FGV, que elege os melhores grupos seguradores do país, aconteceu no dia 27 de maio, no Salão Nobre da Fundação Getúlio Vargas, no Rio de Janeiro. A Euler Hermes foi a única seguradora de crédito do país a receber este importante prêmio, o que confirma a excelência de sua atuação no mercado brasileiro.

## ■ Performance

### Euler Hermes divulga resultados do Primeiro Trimestre de 2009.

Apesar do aprofundamento da crise econômica mundial e do aumento na insolvência das empresas e sinistros, a Euler Hermes (EH) registrou lucro líquido de € 16,5 milhões no primeiro trimestre de 2009. O aumento da sinistralidade para 83,8%, contra 62,9% no mesmo trimestre de 2008, foi parcialmente compensado pelo incremento de 4,1% no prêmio, que atingiu € 448,3 milhões.

Para o restante do ano, a EH espera o aumento de 38% no número de falências corporativas no mundo, quando comparado a 2008. A seguradora continuará trabalhando em conjunto com clientes e parceiros na gestão do risco de crédito e no controle da sinistralidade, permanecendo ao lado destes apoiando-os na travessia da grave crise econômica atual.

Vale destacar o crescimento de 26,2% da EH nos mercados emergentes, que já representam 11% da receita, contra 9% no mesmo período do ano passado, reafirmando seu compromisso com esses países. O expressivo crescimento demonstra, ainda, a grande demanda pela proteção que o seguro de crédito oferece, especialmente no momento atual.

Para conhecer os resultados completos da EH, acesse [www.eulerhermes.com](http://www.eulerhermes.com).

# O avanço tecnológico e a incoerente necessidade de documentos físicos

O gradativo impacto da modernização sobre os documentos creditórios.

A informatização dos negócios favoreceu o dinamismo da atividade comercial e a prova disso é que, atualmente, a via eletrônica demonstra-se primordial, na medida em que a concretização do negócio exige rapidez.

Neste contexto, a segurança da operação comercial ainda requer cuidados documentais para respaldarem a liquidez,

a certeza e a exigibilidade do crédito.

Apesar da atividade comercial inserir-se nessa nova perspectiva – eletrônica, informatizada – os títulos de créditos obedecem conceitos tradicionais, ainda muito vivos no Direito, como, por exemplo, a necessidade de o crédito ser representado por documentos físicos, ou seja, por uma cártula.

Sabe-se que o crédito, quando formado em ambiente eletrônico, é desmaterializado de cartularidade, ferindo-se um dos requisitos do título de crédito.

É verdade que a modernização, a qual temos acompanhado no mundo comercial, traz imensa facilidade, no entanto, para que seja aplicada de maneira uniforme no mundo jurídico, é necessária a regulamentação de uma legislação específica, fato ainda não ocorrido.

Por conta disso, os Pedidos de Intervenção ainda devem acompanhar documentos que evidenciem a executividade do crédito, tais como notas fiscais, comprovantes de entrega de mercadoria, duplicatas, instrumentos de protesto, conhecimento de transporte, além de outros que eventualmente possam demonstrar a liquidez, a certeza e a exigibilidade do crédito.

**Maria Luiza Ferreira Mendes**  
Legal and Claims Coordinator

# A importância da Política de Crédito

Fundamental para qualquer empresa, ela auxilia nas decisões cotidianas e aponta o caminho certo.

Os recebíveis representam, em média, 40% dos ativos de uma empresa e a definição de uma estratégia de gestão desses recursos é fundamental para limitar perdas e otimizar o fluxo de caixa. Uma política de crédito clara e objetiva transforma decisões do dia-a-dia em um processo consistente e transparente, beneficiando o relacionamento com os clientes da empresa. A rigor, toda empresa tem uma política de crédito, por escrito ou não. Transformar suas práticas em um conjunto definido de regras é uma ótima oportunidade de melhorar a performance de qualquer negócio.

A eficácia de uma política de crédito não está diretamente ligada ao seu tamanho. Ela deve ser um “mapa do caminho”, sem necessariamente descrever todos os detalhes de cada processo operacional. Ao optar por objetividade, a empresa evitará criar um documento burocrático, estimulando a produtividade do departamento. Essa política de crédito precisa estar alinhada à estratégia do negócio, considerando não só seus objetivos, mas também o setor em que atua e sua posição no

mercado. Por essa razão, não há uma política de crédito universal, porém existem algumas respostas que todas deveriam conter:

- Qual é a missão da área de crédito e cobrança?
- Quais são os objetivos/metabolos da área de crédito e cobrança?
- Quais são os critérios a serem considerados no processo de avaliação de crédito?

- Como estão distribuídas as responsabilidades dentro do departamento?
- Como será conduzida a gestão dos processos de cobrança?

Outros aspectos que podem ser considerados incluem relatórios e controle, métricas para avaliar performance de crédito, política de descontos e treinamento de pessoal. Políticas que abordem estes pontos deveriam atender à maioria das empresas. Porém, quanto maior a complexidade da operação mais aspectos precisarão ser considerados.

Por último, porém não menos importante, a política de crédito pertence à organização e não somente ao departamento que a criou. Quanto mais ampla for a discussão sobre seu conteúdo com áreas afins e, especialmente, com a alta administração, maior será o seu valor agregado e maior o sucesso de sua implementação.

**Guilherme Perondi Neto**  
Commercial Underwriting Director

