



PUBLICAÇÃO DA EULER HERMES-BRASIL

INSIGHT

EULER HERMES

www.eulerhermes.com.br

Edição 21 - Abril/Maio - 2011

■ Editorial

A Euler Hermes no mundo

Michel Mollard, membro do Board of Management Euler Hermes, comenta, em visita ao Brasil no primeiro trimestre de 2011, as perspectivas de atuação do Grupo

Qual a sua análise sobre o ano de 2010 para a Euler Hermes e para o mercado de seguro de crédito?

Acredito que 2009 e 2010 foram anos perdidos para a economia mundial, embora a crise tenha variado bastante de país para país. Se compararmos, por exemplo, a performance brasileira com a americana e a europeia, em 2009, e, especialmente em 2010, foi um período muito bom. Já a China registrou desempenho negativo entre 2008 e 2009. Ou seja, enquanto alguns países sofreram com a recessão, outros emergiram. Mas podemos concluir que a Euler Hermes reagiu muito bem à crise, uma vez que a empresa continua dando lucro e tem a melhor equipe deste segmento.

Baseado em sua experiência, quais as principais diferenças que marcam a América Latina de hoje em comparação à de 10 ou 20 anos atrás?

Eu diria que, há 20 anos, jamais imaginaríamos um tipo de conversa como essa. Porque nos anos 1980 havia uma crise na América Latina e nós falávamos sobre as dívidas do Brasil. Poderíamos até pensar no país como é hoje, mas, se alguém expressasse sua opinião, seria minoria na época. Muita coisa mudou em 20 anos. Não estou certo de que o povo brasileiro perceba isso. O que impressiona quando você visita o Brasil é a imagem que o

brasileiro tem do seu país. Uma visão ainda muito pessimista. Na Europa e nos Estados Unidos, o Brasil é considerado a locomotiva da economia mundial. Vejo as pessoas aqui ressaltando questões que precisam ser resolvidas, como as de infraestrutura e educação. Realmente, são muitos os desafios, mas, quando você analisa principalmente os últimos 10 anos, percebe que é possível transformar o país e obter resultados satisfatórios. Ao mesmo tempo, é uma tarefa e tanto, pois estamos falando de um país complexo, com cerca de 200 milhões de habitantes e várias particularidades. Não é uma tarefa fácil.

O "Projeto Excellence" é uma importante iniciativa lançada pela Euler Hermes. Que impacto terá sobre os clientes Euler Hermes e sobre os parceiros de negócios globalmente?

Nosso objetivo é oferecer a mesma qualidade de serviço aos nossos clientes no mundo todo. O nível de qualidade oferecido no Brasil deverá ser o mesmo da França, dos Estados Unidos, da China e dos demais países – e precisa ser aplicado de maneira marcante. Esta é a base do "Projeto Excellence": padronizar os critérios de qualidade de serviço com

muita proatividade, forma pela qual servimos nossos clientes. Queremos ficar mais próximos de nossos segurados e estabelecer com eles um relacionamento contínuo. Precisamos saber se estão satisfeitos com o que oferecemos. Este é o objetivo do nosso projeto. Estamos em processo de implementação no Brasil. Vamos ampliar os nossos serviços criativos e os produtos que podemos oferecer aos nossos segurados. E vale ressaltar: se temos um segurado importante para a empresa brasileira, ele vai passar a ser um segurado importante em todo o mundo. Este é o diferencial que precisamos perseguir: ter a mesma visão do nosso segurado em todos os países nos quais atuamos.



Michel Mollard - Membro do Board of Management Euler Hermes

DESTAQUES

2

Acompanhe a análise feita por Karine Berger, diretora de estudos econômicos da EH França, na seção "Acontece".

3

Conheça os documentos necessários para facilitar e garantir as operações de exportação de mercadorias.

4

As compras coletivas estão revolucionando a maneira de comprar, com muitas vantagens para o consumidor.

Um olhar sobre a economia mundial

Karine Berger, diretora de Estudos Econômicos da Euler Hermes França, em visita ao Brasil no primeiro trimestre de 2011, fez uma análise sobre a recuperação da economia.

Temos visto sinais de recuperação da economia mundial, porém, a crise ainda parece longe de terminar. Hoje, qual seria sua avaliação sobre a saúde financeira global?

A recuperação global está acontecendo. Algo que não era possível vislumbrar há seis meses, em função da crise europeia, e muito menos antes, no período mais crítico dos Estados Unidos. Hoje, várias análises apontam que estamos no caminho certo. De qualquer maneira, esse processo ainda é bastante lento, lembrando que essa foi a primeira grande recessão depois de 1929. Ocorre que, para enfrentar a crise, vários países tiveram que gastar muito dinheiro para socorrer bancos e empresas. Agora, naturalmente, são obrigados a compensar isso com impostos e outras medidas de contenção para reequilibrar as contas dos governos, especialmente os Estados Unidos e os países da Europa. Mas, veja que interessante, essa crise teve duas faces bem distintas. De maneira clara, os americanos e europeus ainda não conseguiram atingir os níveis de produção industrial de 2008, enquanto na América Latina esse indicador esteve 22% acima do registrado no início de 2008, o que é algo incrível.

Você acredita em uma recuperação contínua ou ainda corremos o risco de uma nova recessão antes que o mundo se estabilize totalmente?

Acho que podemos confiar em uma recuperação contínua, porém lenta, como já mencionamos. Mas, sim, existem alguns riscos. O momento ainda é delicado, pois não sabemos exatamente a situação do sistema bancário de alguns países e o crédito continua baixo quando falamos de Estados Unidos, Europa e Japão. O segundo ponto é que temos presenciado um rápido aumento no preço das *commodities*, em níveis comparados a 1978, o que pode gerar alta na inflação. E, por fim, há um elemento novo, que é a reação à crise, a exemplo do que vem acontecendo no

Egito e na Tunísia, com a instabilidade política, que, como economistas, não conseguimos driblar. A crise está desafiando competências, mudando poderes, alterando a maneira de pensar daqueles que lidam com a política monetária e o sistema bancário. E isso está apenas começando. Por exemplo, há uma “guerra de dinheiro” entre Estados Unidos e China. É o novo panorama mundial.

Qual a sua percepção sobre a economia e o ambiente de negócios na América Latina? Depois de um 2010 aquecido, devemos permanecer otimistas em 2011? Que papel você vê o Brasil exercendo na região nos próximos anos?

A América Latina, especialmente o Brasil, teve uma recuperação rápida frente à crise mun-

dial. Claro, há questões de moedas. O México sofre pressão, mas de um modo geral, a recuperação foi impressionante, até porque a estrutura econômica dessa região melhorou muito nos últimos 10 anos. Para se ter uma ideia, durante a crise, com nenhum crescimento, o Brasil contabilizou por volta de 3 mil falências, enquanto na década de 1960, durante um período difícil, foram registradas 50 mil falências. Isso demonstra que não estamos mais na mesma situação. Ao contrário, o período é de crescimento, desenvolvimento, estabilização e perspectivas, principalmente no Brasil. A questão principal já não é mais econômica, e sim política. Acredito que o grande passo agora na América Latina seja a transparência dos negócios, ou seja, compreender melhor a situação das empresas, mas isso não é imediato. Estou certa de que, nos próximos 15 anos, o Brasil registrará um crescimento anual de 4%, e a América Latina, entre 4% e 5%, o que é uma realidade bastante satisfatória de se vislumbrar.

A Euler Hermes monitora o nível de insolvências em empresas no mundo todo. Como foi essa experiência durante a crise e o que esperar para 2011?

Globalmente, a crise fez eclodir uma série de insolvências, algo que nunca havíamos registrado. No cenário mundial, digamos que 30% a mais em 2008 e outros 30% em 2009. O número praticamente dobrou e foi o nível mais alto já contabilizado. O pior cenário foi nos Estados Unidos. Em 2010, houve uma queda de 5%, ainda muito pequena. Infelizmente, creio que novamente vamos repetir esse indicador, ou seja, continuaremos com um índice de insolvência alto. Mas isso é um movimento lógico, porque a recuperação é lenta; as empresas ainda enfrentam problemas de capital. É natural que, depois de uma crise como essa, em um momento de recuperação, tenhamos problemas de insolvência.



Karine Berger - Diretora de Estudos Econômicos da Euler Hermes França

ESPAÇO DO LEITOR

Dê sua opinião, sugestão de matérias ou faça seus comentários sobre os assuntos abordados no Insight Euler Hermes. Basta enviar um e-mail para o endereço ao lado:

insight@eulerhermes.com

Operações de exportação

Duas figuras importantes contemplam essas operações: *consignee* e *notify*.

O processo de exportação exige documentos específicos para a venda de mercadorias fora do território nacional. Um dos mais importantes é o conhecimento de embarque, conhecido como *Airway bill*, *Bill of lading* ou *CTRC*, dependendo da modalidade de transporte.

Esse documento confirma a realização do embarque da mercadoria e determina que o transportador entregue o produto para o destinatário designado nas mesmas condições em que foi recebido.

Para efeitos civis, o termo consignatário respalda-se em contratos estimatórios. Nessa modalidade, a mercadoria é disponibilizada a outro com autorização para que este realize sua venda. Já nas operações de exportação, o consignatário, isto é, o *consignee*. Normalmente é o comprador final da mercadoria, porém, nem sempre isso ocorre.

O *consignee*, muitas vezes, é o responsável pelo desembaraço da mercadoria e, nesses casos, é necessário que a relação entre ele e o comprador tenha o respaldo de um contra-

to e, ainda, que, no campo *notify*, seja indicado o nome do importador, o qual também será comunicado sobre a chegada da mercadoria.

Caso a mercadoria tenha sido entregue a título de consignação nos parâmetros civis, as condições contratuais da apólice afastam a cobertura securitária.

Portanto, esta informação é fundamental para o início da operação de exportação.

Maria Luiza Ferreira Mendes
Legal and Claims Coordinator



Euler Hermes
em novo endereço

A partir de 16/05, a Euler Hermes estará em novo endereço. Anote:
Av. Paulista, 2421 – 3º andar - CEP 01311-300 – Jardim Paulista
O telefone continuará o mesmo: (11) 3065-2260

Onda revolucionária nos países islâmicos

Como os movimentos políticos nos países árabes podem influenciar a economia mundial.

Os recentes movimentos revolucionários ocorridos no Norte da África e Oriente Médio parecem muito distantes da nossa realidade, mas acabam influenciando nossas vidas. Tunísia, Argélia, Egito, Líbia e países do Oriente Médio vivem um momento de transformação política, que, esperamos, seja em direção à democracia.

Todos esses países em que levantes populares derrubaram governos, são importantes produtores de petróleo, inclusive Arábia Saudita e Emirados Árabes, considerados os próximos a enfrentar problemas políticos internos. A incerteza da situação nesses países influencia fortemente o preço do barril e, portanto, toda a cadeia de produtos e serviços como transportes, alimentos e energia, que são altamente influenciados pelo preço do petróleo.

Essa situação preocupa principalmente os países da zona do euro. A Europa, que até recentemente tinha dificuldades para controlar a dívida soberana de seus membros – Irlanda, Grécia, Espanha, Portugal e Itália –, agora vive um momento ainda pior uma vez que o aumento do petróleo reduz o lucro das empresas, da renda das famílias e aumenta o custo da energia e dos preços em geral, tor-



nando ainda mais difícil a recuperação da região. Apesar deste cenário ruim, espera-se que o Banco Central Europeu não aumente os juros para combater a alta dos preços, pois isso significaria aumentar também o custo de financiamento para seus países membros.

Nos Estados Unidos as consequências são similares. Como maior importador de petróleo do mundo, um aumento no preço do barril reduz o poder de compra dos norte-americanos e o crescimento econômico, fortemente baseado no consumo interno, cai. Para o Brasil, a situação é incerta: se por um lado, grande parte de nossa matriz energética é renovável, a Petrobras baliza os preços dos combustíveis pelo mercado internacional.

Assim, em algum momento, o aumento afetará os preços internos. Por outro lado, o aumento do preço do barril torna ainda mais interessantes os investimentos na exploração do pré-sal, causando um fluxo de investimentos notável.

De qualquer modo, o mundo aguarda uma situação de estabilidade nos países islâmicos, seja para as democracias, os regimes militares ou para a manutenção da situação política atual. O mundo espera com ansiedade a redução da volatilidade dos preços do petróleo como condição para voltar a crescer.

Luciano Mendonça
Commercial Underwriting Superintendent

A força das compras coletivas

Uma nova maneira de comprar produtos e serviços pode ajudar você a viver com mais praticidade e qualidade.

A internet vem mudando velhos hábitos e criando novas maneiras de se comunicar, de ter acesso à informação, de se relacionar e de consumir. Hoje, é impossível imaginar a vida sem *e-mail*, *internet banking*, *e-commerce*, comunicação instantânea, entre tantas outras facilidades.

Os sites de compras coletivas são a nova onda trazida pela internet, que está revolucionando a forma de comprar produtos e serviços. Baseada na força da coletividade — segundo o Ibope, já são 6 milhões de usuários —, as empresas voltadas para este novo negócio criaram um mecanismo simples: fazer a ponte entre quem vende e quem compra, usando como arma descontos tentadores de até 90%, para uma determinada quantidade de negócios realizados.

Com as vantagens oferecidas pelos sites de compras coletivas, ficou muito mais fácil e barato ter acesso a diversos serviços que

colaboram para melhorar a qualidade de vida, como massagens, tratamentos de beleza e relaxamento, ingressos para cinemas e teatros, passagens aéreas e hospedagens, restaurantes e inúmeras outras promoções.

Como tantas outras novidades que sur-

giram com a internet, as compras coletivas deixaram de ser uma tendência e se tornaram uma agradável realidade, estimulando o consumo de produtos e serviços de forma vantajosa, tanto para empresas como para os consumidores.



Como funciona

- O site faz parceria com uma empresa para a promoção de um determinado produto ou serviço.
- O site divulga a promoção para seus milhares de usuários e tem, normalmente, 24 horas para atingir o número pré-determinado de compradores.
- Se o número de compradores é atingido, o site encaminha o cupom de desconto ao usuário por e-mail e recebe uma comissão pela venda.
- Se o número de compradores não é atingido, a promoção não acontece.
- Alguns sites oferecem prêmios em dinheiro para a indicação de amigos.

No final das contas, todos ganham: o site, o consumidor e a empresa, que, além de vender mais e em pouco tempo, divulga sua marca para um grande número de consumidores.

Alguns cuidados na hora de comprar

Antes de comprar o cupom, visite o site do estabelecimento que está vendendo o produto ou o serviço e verifique todas as informações sobre a promoção. Vale a pena ligar para o estabelecimento para confirmar a prestação de serviço ou venda do produto.

- Leia com atenção os Termos de Uso e Condições de Participação da Compra.
- Verifique a política para desistência de participação na compra coletiva.
- Conheça a política de privacidade do organizador da compra coletiva para saber o tratamento que este dará aos dados fornecidos.
- Fique atento à página de pagamento da oferta, verificando se o site exibe HTTPS no endereço, o certificado digital e a imagem do cadeado fechado, recursos que ajudam a identificar um site seguro.
- Verifique se há telefone de contato ou endereço, caso seja necessário fazer uma reclamação.



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/brasil

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, Luciano Mendonça, Marcel Santos Farbelow, Marcelo Augusto Oliveira, Maria Luiza Ferreira Mendes
- **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