

UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

Programas de Pós-Graduação Stricto Sensu

Mestrado Profissional em Controladoria e Finanças Empresariais

O SEGURO DE CRÉDITO INTERNO E SUA APLICABILIDADE NO MERCADO BRASILEIRO

Angélica Pinheiro de Melo Pereira

Orientadora: Profa. Dra. Liliane Cristina Segura

Co-orientador: Prof. Ms. Rogério Guede Vergara



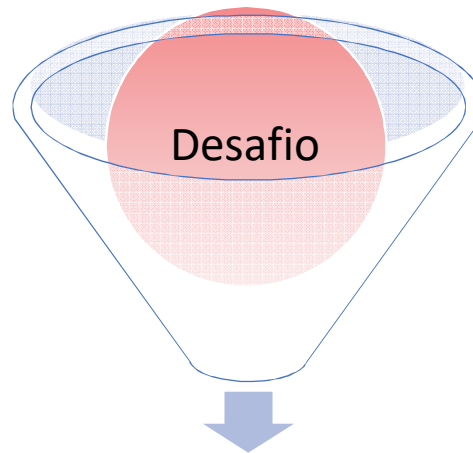


Minha motivação de pesquisa

Quase 20 anos de
experiência na
área de crédito

Unir a experiência
prática ao
conhecimento
acadêmico

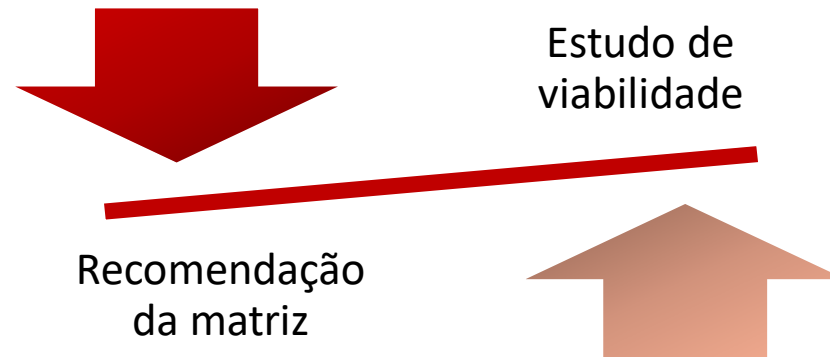
Estudar sobre
crédito
Qual ênfase?



Analisar a viabilidade de implementação do seguro de crédito interno no Brasil por recomendação da matriz da empresa que é francesa



Minha motivação de pesquisa

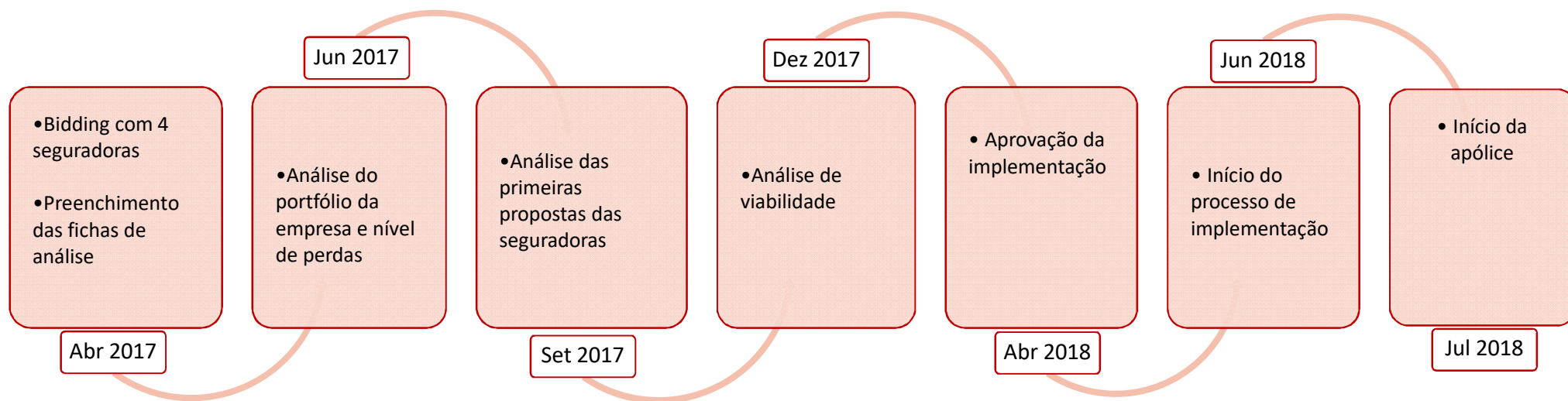


- Gerenciamento do risco (evitar, mitigar, reter e transferir o risco) -> análise do nível de sinistralidade
- Custo da apólice X nível de perdas
- Processos -> mais controles, tempo de análise, papel do analista, análise prévia do cliente
- Assimetria da informação -> Nível de aceitação dos limites
- Benchmark com empresas do seguimento -> dificuldade
- Aderência aos processos globais



Minha motivação de pesquisa

- Linha do Tempo



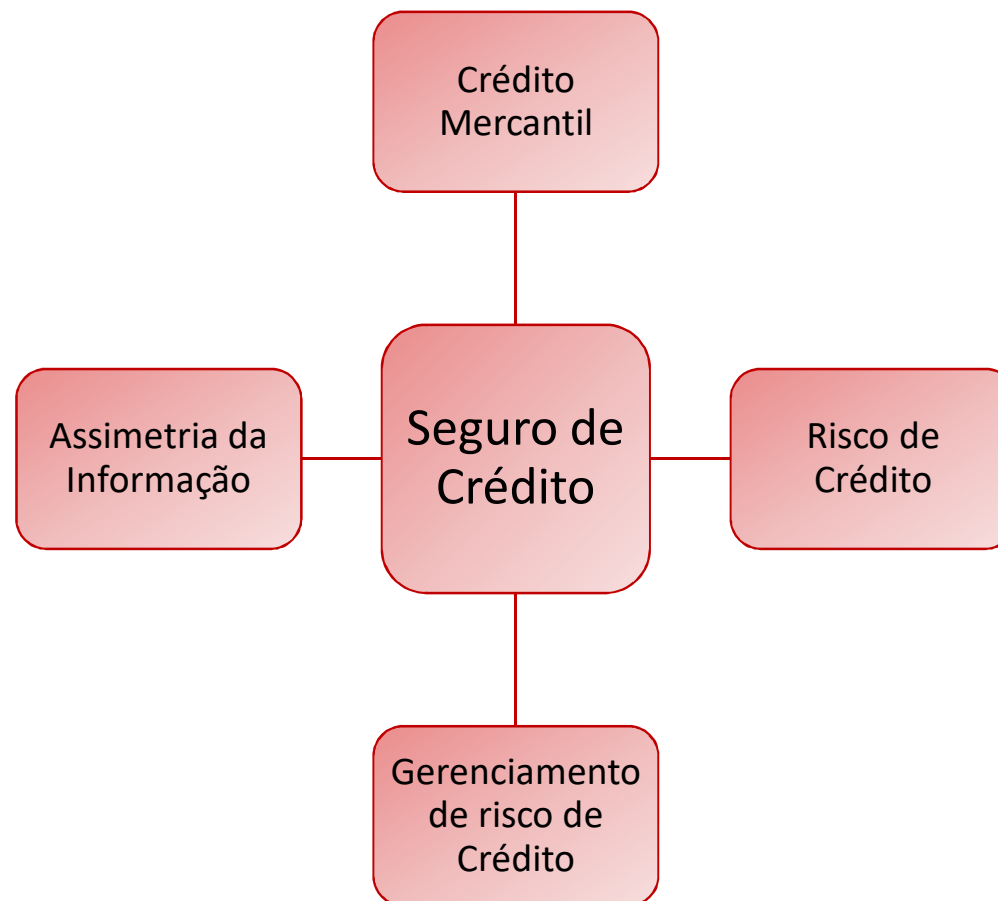


Minha motivação de pesquisa





Introdução





Introdução

- **Crédito Mercantil** – Importante ferramenta de financiamento de curto prazo utilizado pelas empresas para a expansão de seus negócios (LI; ZHEN; CAI, 2016).
- **Risco de Crédito** – O risco de crédito é inerente aos negócios para as empresas que decidem vender a prazo (COLQUITT, 2007) e se caracteriza através da condição do cliente falhar no cumprimento de sua obrigação de pagamento. (BASEL COMMITTEE ON BANKING SUPERVISION, 1999). (VAUGHAN; VAUGHAN, 2008).
- **Gerenciamento de Risco de Crédito** - Dada ao risco de crédito existente nas operações de crédito mercantil, empresas buscam alternativas de gerenciamento de risco de crédito (ASSAF NETO, 2014), cujas técnicas indicadas são as de eliminar (evitar), mitigar, reter e transferir o risco. (VAUGHAN; VAUGHAN, 2008).



Introdução

- **Seguro de Crédito** - Dentro do contexto de transferência de risco para seguradoras, o seguro de crédito pode ser uma alternativa de diversificação do portfólio de risco, pois ele poderá garantir o recebimento de parte das vendas a prazo na situação de inadimplemento do cliente. (MATIAS, 2014).
- O seguro de crédito é dividido em dois campos: seguro de crédito externo e **seguro de crédito interno ou doméstico**. (RIESTRA, 2003).
- **Assimetria da Informação** - A assimetria ocorre porque na relação entre segurado e seguradora, o cliente ou segurado possui melhores informações relativas ao seu risco em detrimento da seguradora. (ROTHSCHILD; STIGLITZ, 1976).
- Os problemas relacionados a informação assimétrica podem ocorrer tanto antes do fechamento do contrato, neste caso chamada de seleção adversa, quanto depois de já possuímos uma negociação ou contrato finalizado, esta chamada de risco moral ou moral hazard. (LINDE, 2005).

Slide 8

AP1

o

Angelica Pereira; 29/01/2019

Objetivos

- Objetivo geral:

Identificar por que o seguro de crédito interno não é largamente utilizado pelas empresas no Brasil.

- Objetivos específicos:

1. Identificar os motivos que levam as empresas a contratar, não renovar, ou não contratar uma apólice de seguro de crédito interno no Brasil.
2. Identificar quais são as ações implementadas pelas seguradoras que propiciam o desenvolvimento do mercado de seguro de crédito interno no Brasil.
3. Identificar como o corretor apoia o cliente durante os processos de cotação, contratação e administração da apólice de seguro de crédito interno no Brasil.

Slide 9

AP3

o

Angelica Pereira; 29/01/2019

 **Justificativa**

A realização desta pesquisa justifica-se pela contribuição que trará sobre os aspectos relacionados ao desenvolvimento do mercado de seguro de crédito interno no Brasil, pois ela permitirá traçar um diagnóstico amplo da percepção dos operadores de seguro e empresas seguradas sobre o produto.

As seguradoras e corretores poderão através dos resultados obtidos pela pesquisa, avaliar a maneira pela qual atuam com o seguro de crédito interno, permitindo-se avaliar a eficiência dos atuais processos, e se for o caso, estudar novas alternativas de atuação frente a este mercado.

As empresas também poderão se beneficiar dos resultados da pesquisa, pois ela trará um diagnóstico mais amplo sobre o produto seguro de crédito interno, tanto do ponto de vista dos operadores de seguro, como do ponto de vista das empresas o que permitirá reavaliar os atuais conceitos sobre o produto.

Do ponto de vista prático, a pesquisa poderá contribuir para o desenvolvimento do mercado de seguro de crédito interno no Brasil, trazendo benefícios para todos os envolvidos nesta cadeia.

AP4

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Delimitação

- Embora esta pesquisa traga referências sobre o mercado de seguro de crédito interno e externo, ela irá tratar especificamente do seguro de crédito mercado interno.

Slide 11

AP5

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Referencial Teórico - Principais Autores

TEMA	ARTIGO/LIVRO	AUTOR (ES)	PUBLICAÇÃO	ANO DA PUBLICAÇÃO
Crédito Mercantil	Trade Credit : Theories and Evidence	PETERSEN, Mitchell A. RAJAN, Raghuram G.	The Review of Financial Studies	1997
Risco	Risk, Uncertainty and Profit	Knight, Frank H.	Augustus M. Kelley	1921
Riscos Financeiros	Governança Empresarial, Riscos e Controles Internos: A Emergência de um Novo Modelo de Controladoria	Martin, Nilton Cano Santos, Lilian Regina dos Filho, José Maria Dias	Revista Contabilidade & Finanças USP	2004
Risco de Crédito	Credit Risk Management	Colquitt, Joetta	MCGraw-Hill Education	2007

AP11

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Referencial Teórico - Principais Autores

TEMA	ARTIGO/LIVRO	AUTOR (ES)	PUBLICAÇÃO	ANO DA PUBLICAÇÃO
Assimetria da Informação	Credit Rationing in Markets with Imperfect Information	Stiglitz, Joseph E. Weiss, Andrew	The American Economic Review	1981
	The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism	Akerlof, George A.	The Quarterly Journal of Economics	1970
	Job Market Signaling	Spence, Michael	The Quarterly Journal of Economics	1973
Gerenciamento de Risco	Managing Credit Risk	Caouette, John B Altman, Edward I Narayanan, Paul Nimmo, Robert	John Wiley & Sons, Inc.	2008
Seguro de Crédito	Fundamentals of Risk and Insurance	Vaughan, Emmett J. Vaughan, Therese M.	John Wiley & Sons, Inc.	2008

AP7

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Questionário - Empresas

Pergunta	Resposta	Objetivo
1. Qual é a origem do capital de sua empresa?	<input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Estrangeiro	Identificar a existência de correlação entre nacionalidade da empresa e a contratação de seguro de crédito mercado interno.
2. De acordo com a classificação fornecida pelo BNDES, qual é o porte de sua empresa baseado em sua receita operacional bruta anual?	<input type="checkbox"/> Microempresa - Menor ou igual a R\$ 360 mil <input type="checkbox"/> Pequena empresa - Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões <input type="checkbox"/> Média empresa - Maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões <input type="checkbox"/> Grande empresa - Maior que R\$ 300 milhões	Identificar a existência de correlação entre o porte da empresa e a contratação de seguro de crédito mercado interno.
3. De acordo com a classificação fornecida pelo Sebrae, qual é o número de empregados de sua empresa?	<input type="checkbox"/> Microempresa - até 19 empregados <input type="checkbox"/> Empresa de Pequeno porte - 20 a 99 empregados <input type="checkbox"/> Empresa de Médio porte - 100 a 499 empregados <input type="checkbox"/> Empresa de Grande porte - acima de 499 empregados	Identificar a existência de correlação entre o porte da empresa e a contratação de seguro de crédito mercado interno.
4. Qual é o perfil da carteira de clientes de sua empresa?	<input type="checkbox"/> Massificado/Pulverizado (menos de 10% de concentração em um único cliente) <input type="checkbox"/> Concentrado em menos de 50 clientes <input type="checkbox"/> Aproximadamente 80% do faturamento é originado de aproximadamente 20% dos clientes	Identificar a existência de correlação entre a concentração de crédito e a contratação de seguro de crédito mercado interno.
5. Sua empresa contrata seguro de crédito interno no Brasil?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Não atualmente, mas já contratou no passado	Separar através da pesquisa as empresas que operam, nunca operou ou deixaram de operar com seguro de crédito interno.

Slide 14

AP18

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Questionários - Empresas

Pergunta	Resposta	Objetivo
6. Quais das opções melhor descrevem a motivação de sua empresa <u>não contratar</u> uma apólice de seguro de crédito interno?	<input type="checkbox"/> Preço do seguro elevado (a) <input type="checkbox"/> Nunca foi ofertado (a) <input type="checkbox"/> A proposta de contratação foi recusada pela seguradora (d) <input type="checkbox"/> A seguradora aceitou uma pequena quantidade no número de clientes de nossa carteira e/ou um baixo percentual de nosso faturamento (d) <input type="checkbox"/> Participação obrigatória do segurado (POS) elevada <input type="checkbox"/> A empresa possui um baixo nível de perdas ocasionadas pela inadimplência de clientes <input type="checkbox"/> Gestão da apólice de seguro apresentou-se complexa <input type="checkbox"/> Falta conhecimento sobre o produto <input type="checkbox"/> Não se enxerga utilidade sobre o produto <input type="checkbox"/> Equipe de vendas julgou desnecessário <input type="checkbox"/> Equipe de crédito e cobrança julgou desnecessário <input type="checkbox"/> Outro (especifique)	Obter através das hipóteses os motivos que levam as empresas a não contratar uma apólice de seguro de crédito interno.
6. Quais das opções melhor descrevem a motivação de sua empresa <u>deixar de contratar</u> uma apólice de seguro de crédito interno?	<input type="checkbox"/> Indenizações não pagas <input type="checkbox"/> Limitação de inclusão de novos clientes <input type="checkbox"/> Exclusão de clientes por parte da seguradora <input type="checkbox"/> Baixa aceitação de limites de crédito <input type="checkbox"/> Operação complexa <input type="checkbox"/> Outro (especifique)	Obter através das hipóteses o motivo que levaram as empresas a deixarem de contratar uma apólice de seguro de crédito interno.
6. Quais das opções abaixo melhor descrevem a motivação de sua empresa <u>contratar</u> uma apólice de seguro de crédito interno?	<input type="checkbox"/> Ocorrência de Perdas Elevadas <input type="checkbox"/> Concentração da Carteira em Poucos Clientes <input type="checkbox"/> Não há área de Crédito e Cobrança <input type="checkbox"/> Instrução da Matriz <input type="checkbox"/> Troca de Gestão <input type="checkbox"/> Todos os concorrentes contratam <input type="checkbox"/> Outro (especifique)	Obter através das hipóteses o motivo que levaram as empresas a contratar uma apólice de seguro de crédito interno.

AP19

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Questionário – Operadores de Seguro

Pergunta	Resposta	Objetivo
1. Você exerce suas atividades profissionais em:	<input type="checkbox"/> Seguradora especializada em Seguro de Crédito <input type="checkbox"/> Seguradora sem especialização em Seguro de Crédito <input type="checkbox"/> Corretor de Seguros especializado em Seguro de Crédito Interno <input type="checkbox"/> Corretor de Seguros sem especialização em Seguro de Crédito Interno	Identificar o perfil do respondente do questionário
2. A seguradora disponibiliza suporte didático para esclarecimento sobre todas as condições da apólice, serviços oferecidos e o processo de indenização.	<input type="checkbox"/> Discordo Totalmente <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente <input type="checkbox"/> Não concordo nem discordo <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente <input type="checkbox"/> Concordo totalmente	Identificar o tipo de suporte oferecido pelas seguradoras aos seus clientes no processo de venda, contratação e gestão das apólices de seguro de crédito.
3. As características operacionais e práticas de vendas à prazo observadas no mercado brasileiro são distintas de outros mercados internacionais.		Identificar se as características do mercado brasileiro poderiam ser um fator de influência no desenvolvimento do mercado de seguro de crédito interno.
4. A seguradora pode substituir com a mão-de-obra especializada do seguro de crédito as funções das áreas de crédito e cobrança das empresas.		Identificar através da percepção dos operadores de seguro de crédito interno o quanto os profissionais de finanças no Brasil estão familiarizados com o seguro de crédito interno no Brasil.
5. A seguradora possui processo interno e equipe de apoio para auxiliar o corretor de seguros na venda do seguro de crédito interno.		Identificar as ações promovidas pela seguradora para ampliar o conhecimento sobre o seguro de crédito e o crescimento do produto no mercado brasileiro.

Slide 16

AP20

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Questionário – Operadores de Seguro

Pergunta	Resposta	Objetivo
6. O processo de apoio à venda do seguro de crédito oferecido pela seguradora é simples e de fácil compreensão.	<input type="checkbox"/> Discordo Totalmente <input type="checkbox"/> Discordo parcialmente <input type="checkbox"/> Não concordo nem discordo <input type="checkbox"/> Concordo parcialmente <input type="checkbox"/> Concordo totalmente	Identificar se o processo que envolve a venda do seguro de crédito é e fácil compreensão para o público que o avalia para a possível contratação.
7. seguradora promove eventos com o objetivo de disseminar o conhecimento sobre o seguro de crédito e desenvolver suas vendas no mercado brasileiro.		Identificar as ações promovidas pela seguradora para ampliar o conhecimento sobre o seguro de crédito e o crescimento do produto no mercado brasileiro.
8. A seguradora incentiva e investe na formação dos corretores de seguros para especializá-los no seguro de crédito.		Identificar as ações promovidas pela seguradora para ampliar o conhecimento sobre o seguro de crédito e o crescimento do produto no mercado brasileiro.
9. A falta de transparência nas informações financeiras prestadas pelas empresas dificulta a concessão de crédito.		Identificar se a transparência nas informações das empresas poderia ser um fator que encarece o seguro de crédito e desmotiva as empresas a contratá-lo.
10. As empresas e os profissionais de finanças brasileiros desconhecem o seguro de crédito.		Identificar o quanto os profissionais de finanças no Brasil estão familiarizados com o seguro de crédito no Brasil.
11. O preço (prêmio) do seguro e as franquias atribuídas dificultam as vendas.		Identificar se o preço do prêmio atribuído às apólices de seguro de crédito interno pode ser um fator que influencia o crescimento deste mercado.

AP21

o

Angelica Pereira; 29/01/2019



Cronograma

Ano	2018					2019						
Mês/Etapa	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Ago
Escolha do tema												
Levantamento bibliográfico												
Resumo												
Referencial Teórico												
Procedimentos Metodológicos												
Depósito do Projeto												
Qualificação do Projeto												
Revisão do texto e bibliografia AP15												

AP15

o

Angelica Pereira; 29/01/2019