

Por Antonio Penteado Mendonça



Quando as Lojas Americanas deram o tombo no mercado, muita gente ficou com o pires na mão, mas outros, mais atentos no que acontece no mundo e nas melhores formas de proteção, se saíram bem. Estes eram os que tinham seguro de crédito interno garantindo suas vendas contra a inadimplência de um comprador.

O risco de inadimplência de um comprador é uma possibilidade real, um risco que, dependendo do valor, pode ameaçar o caixa da empresa e mesmo levar a uma situação de insolvência pela falta de capital de giro decorrente do não recebimento de uma venda.

Raramente uma empresa compra à vista de outra. No mundo empresarial é comum a venda a prazo e o parcelamento do crédito em várias prestações sucessivas, até a liquidação total da dívida, que pode acontecer pelo valor da nota ou ser acrescida de juros, no caso de vendas a prazo. Cada negócio é um negócio e cada cliente é um cliente. As variáveis envolvidas são muitas e vão desde apenas mais uma transação até um cliente suficientemente grande para, no caso de sua inadimplência, desequilibrar a solidez da empresa vendedora.

O seguro de crédito interno existe exatamente para minimizar a exposição do vendedor ante a inadimplência do comprador. A garantia básica do seguro é o reembolso pela seguradora de parte do crédito decorrente de uma venda não paga.

Esta garantia está detalhada na apólice de seguro de crédito interno, que traz os valores segurados, prazos de carência, franquias, participações obrigatórias, preço e outros detalhes que fazem parte da transação entre o segurado e sua seguradora, no que tange a garantia dada pela seguradora quanto ao reembolso dos créditos do segurado, em função de vendas não honradas pelos compradores.

Para vender suas apólices com a segurança necessária a ter bons resultados com sua operação, a seguradora precisa conhecer e avaliar a saúde financeira dos clientes de seu segurado. Ela faz isso através da análise e monitoramento dessas empresas, ajudando na definição dos limites de crédito mais indicados para os diferentes compradores. Esse trabalho é uma enorme ajuda para o segurado, que, através de sua seguradora, tem um retrato mais exato de cada um de seus clientes, o que, evidentemente, reduz seu risco e facilita a venda, já que ele tem acesso a informações relevantes sobre a situação financeira do comprador.

Além da cobertura acima, o seguro de crédito interno oferece outras garantias para o segurado, todas indenizando perdas consequentes de vendas não pagas pelos compradores, a saber: insolvência do comprador. Um comprador pode entrar num processo de recuperação judicial ou ter sua falência decretada; mora prolongada, quando o comprador simplesmente atrasa o pagamento por um longo tempo, sem justificativa legal; e inadimplemento prolongado, quando o devedor não

paga, ainda que sem haver decretação da falência. As coberturas podem ser individualizadas de acordo com o perfil do segurado, setor de atuação, produtos, clientes e prazos médios.

Em épocas conturbadas como a que vivemos, ter seguro de crédito é uma forma inteligente de garantir o caixa da empresa.

Fonte: O Estado de São Paulo, em 28.04.2025.