

Executivos da TCL SEMP, Acer e Sumitomo Chemical analisam o papel da modalidade para blindar o faturamento e viabilizar a expansão comercial no Brasil

O ambiente de negócios no Brasil impõe um duplo desafio para as grandes corporações: a necessidade de expandir vendas em um mercado altamente competitivo e a urgência de mitigar riscos diante de um cenário econômico pressionado. Com as insolvências empresariais globais projetadas para crescer em 2026, puxadas fortemente pelo mercado brasileiro, o seguro de crédito se consolida como uma ferramenta estratégica indispensável para o planejamento e o crescimento sustentável das empresas.

Essas foram as principais conclusões da última edição do Credit Talk, painel econômico trimestral da **Allianz Trade no Brasil**, criado para apoiar o mercado e compartilhar informações exclusivas sobre economia, crédito e seguros. Mediado pelo Diretor de Crédito da Allianz Trade no Brasil, Felipe Tanus, o encontro reuniu lideranças financeiras e de riscos de três multinacionais para debater os bastidores da gestão de crédito no país.

De acordo com os dados da Allianz Research, divisão de pesquisa macroeconômica da Allianz Trade, o Brasil acumula uma tendência ascendente de insolvências corporativas (que englobam recuperações judiciais deferidas e falências decretadas). Após saltos de 39% em 2023, 22% em 2024, e 24% em 2025, a projeção para 2026 indica um novo aumento de 8%, ultrapassando a marca de 4.200 empresas insolventes no país.

Para Tanus, o principal gatilho para esse estresse financeiro continua sendo a taxa de juros elevada. "Qualquer taxa de juros no Brasil acima de dois dígitos vai trazer ainda um grande impacto para os demonstrativos financeiros das empresas", alertou o diretor. O custo monetário com juros consome a geração operacional de caixa, elevando a alavancagem e gerando sinistros.

Seguro de Crédito: de teto de risco a vetor de expansão

Para navegar nesse cenário, empresas de tecnologia e eletroeletrônicos adotam políticas criteriosas de mitigação de riscos. No caso da Acer, o seguro de crédito funciona como uma blindagem para a receita. "Nós vendemos 100% dos nossos recebíveis para a seguradora, terceirizando o risco. O seguro de crédito é o nosso teto", explicou Fernando Silva, Gerente de FP&A da Acer. "Olhamos para o seguro como um fator de previsibilidade. Conseguimos projetar a receita para ter visibilidade do negócio".

Na TCL SEMP, a visão é semelhante: a operação avança lado a lado da proteção financeira. "Hoje não podemos vender sem seguro. Para vender sem ele, é preciso uma operação financeira estruturada para sair do risco ou uma aprovação excepcional". Segundo Pedro Carvalho, CFO da TCL SEMP, o seguro é o pilar que permite conciliar crescimento ambicioso com disciplina fiscal e diversificação de canais, como a expansão para o e-commerce.

Olho no olho e cultura de crédito

Com o avanço das ferramentas financeiras e de soluções tecnológicas, os executivos foram unâimes: o seguro de crédito deve ser aliado ao conhecimento profundo do mercado. Erik Wadner,

Gerente de Crédito e Cobrança da Sumitomo Chemical, destacou os desafios particulares de cada país: “Nós cuidamos aqui de América Latina, temos também então Argentina, Colômbia, Chile... E o crédito é totalmente diferente em cada país, pela sua razão de logística, cultura, produtividade.”

“Dentro da tesouraria, a gente costuma tratar o seguro de crédito como uma transferência de risco. O risco continua, ele existe. Mas, então, vejo o quanto dele posso absorver, quanto eu não consigo. Eu transfiro esse excedente para a seguradora. O seguro é uma dessas ferramentas que nos ajuda a tomar decisões do quanto podemos financiar um cliente na ponta final para garantir o recebimento”, explica Gregório Rocca, Coordenador de Tesouraria e Risco da Sumitomo Chemical.

Ao encerrarem o debate, as lideranças reforçaram que o gerenciamento de riscos moderno exige o alinhamento de metas entre os times de vendas e finanças e que, mesmo com a popularização da Inteligência Artificial, o fator humano permanece insubstituível. “Hoje, na seguradora, aproximadamente, 70% das decisões de limite de crédito que tomamos no mês já são via inteligência artificial. Mas isso é vivo, estamos sempre treinando e usando esses recursos. Acho que IA veio para complementar o trabalho de crédito. Nos pontos de estar à frente e entender o seu cliente, os riscos que estamos correndo, nisso o humano é insubstituível”, concluiu Felipe Tanus.

Para assistir a esta edição do Credit Talk na íntegra, [clique aqui](#)

Fonte: Allianz Trade/ Race Comunicação, em 22.05.2026.