

PONTO DE VISTA

Aumentam os roubos de ciberidentidade

O número de casos de suposto roubo de ciberidentidade apresentados pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) aumentou 5% em 2012, chegando ao registro sem precedentes de 2.884, anunciou o diretor desta agência da ONU em Genebra. "As áreas nas quais a usurpação da ciberidentidade é maior, de acordo com os casos, são as de vendas varejistas, moda, bancos e finanças", disse o diretor-geral da OMPI, Francis Gurry. **AFP**

IDEIAS/DEBATES

pontodevista@brasileconomico.com.br



MARIA CRISTINA BRAVA E SILVA
Advogada da área societária
da Machado Associados



MAURO TAKAHASHI MORI
Advogado da área societária da
Machado Associados

PATRICIA STEFANI
Economista da Ideias Consultoria



Novas medidas contra a lavagem de dinheiro

Um amplo pacote de medidas impostas pelo Conselho de Controle de Atividades Financeiras — Coaf para prevenir a "lavagem" de dinheiro e o financiamento ao terrorismo está em vigor desde o dia 1º de março. De acordo com as recentes Resoluções 24 e 25, o Coaf delegou a determinados prestadores de serviços e comerciantes a responsabilidade pela identificação e comunicação de operações consideradas suspeitas de crimes de lavagem de dinheiro e de financiamento ao terrorismo.

Assim, sujeitam-se à Resolução 24 os prestadores de serviços de assessoria, consultoria, contadoria, auditoria; assistência em operações de compra e venda de imóveis ou de participações societárias; serviços de operações financeiras, societárias ou imobiliárias; operações de alienação ou aquisição de direitos relacionados a atividades desportivas ou artísticas profissionais, entre outros.

A Resolução 25, por sua vez, é aplicável àqueles que comercializem ou façam a intermediação da comercialização de bens móveis de luxo ou de alto valor, ainda que por meio de leilão. Vale destacar que é considerado um bem de luxo ou de alto valor qualquer bem móvel com valor unitário igual ou superior a R\$ 10 mil.

Os prestadores de serviços e comerciantes deverão manter um cadastro de seus clientes e um registro dos serviços prestados ou dos bens comercializados pelo prazo de cinco anos, a contar da data de conclusão da operação ou do encerramento da relação contratual, cabendo, ainda, aos prestadores de serviços o desenvolvimento de políticas internas e de procedimentos de prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo.

O prestador de serviço e o comerciante deverão comunicar ao Coaf as operações realizadas por seus clientes caso haja suspeita de ocorrência de crimes

Assim, o prestador de serviço e o comerciante deverão comunicar ao Coaf as operações realizadas por seus clientes caso haja fundada suspeita de ocorrência de crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores tipificados na Lei nº 9.613/1998. Para tanto, o prestador de serviço e o comerciante deverão se basear em indícios como, por exemplo, operações sem clara fundamentação econômica; operações incompatíveis com a situação econômico-financeira do cliente; operações cujo beneficiário final não seja possível identificar etc.

Outras operações devem ser comunicadas ao Coaf independentemente de análise ou outra consideração por parte dos prestadores de serviços e dos comerciantes, tais como operações que envolvam pagamento ou recebimento de valor igual ou superior a R\$ 30 mil com pagamento em espécie ou cheque ao portador.

As comunicações ao Coaf são sigilosas e, desde que feitas de boa-fé, não acarretarão responsabilidade civil ou administrativa aos prestadores de serviços e aos comerciantes.

Por fim, o descumprimento das obrigações poderá resultar em penas que variam de advertência, multa, inabilitação temporária para o exercício do cargo de administrador de pessoas jurídicas e cassação ou suspensão da autorização para o exercício da atividade, operação ou funcionamento. ■

Estratégia de comércio?

É importante chamar a atenção para as mudanças nas características do comércio global com ênfase crescente nos acordos preferenciais de comércio, que se proliferam numa velocidade cada vez maior, em detrimento dos acordos multilaterais.

Nesse contexto, é preocupante a passividade com que o Brasil aguarda a evolução das rodadas de negociações multilaterais, principalmente levando-se em conta os acordos extremamente vantajosos que vêm sendo costurados por diversos países e regiões, cujos exemplos mais recentes são o anúncio do avanço nas negociações entre EUA e União Europeia e a evolução da Parceria do Transpacífico. Além disso, apenas para citar alguns, México, Peru, Chile e Japão têm sido muito mais agressivos em suas políticas comerciais. O México, comparativo mais em voga ultimamente para a economia brasileira, tem acordos comerciais com mais de 40 países, tendo firmado 13 acordos nos últimos 20 anos, contra apenas três do Brasil.

No caso do Mercosul, por mais relevante que seja a Argentina como parceira comercial, é importante a reflexão sobre o custo/benefício

O Brasil tem optado por uma postura de eficácia duvidosa, mantendo o foco no avanço da rodada de Doha, iniciada há mais de dez anos, parecendo satisfeito em chefiar o Mercosul e se fechando, também com medidas protecionistas, cada vez mais para o comércio global, numa antítese do que fazem nossos principais competidores. Esses países buscam a inserção nas cadeias produtivas e a expansão das redes de produção de forma a garantir e ganhar espaço na cadeia produtiva global.

Não reconhecer isso pode custar caro. No mínimo pelo fato de que, caso decida se integrar futuramente a parcerias já firmadas, terá seus termos de barganha diminuídos, com menor margem para negociar uma configuração que lhe seja mais vantajosa. Além disso, a pouca integração às cadeias produtivas globais atrapalha o avanço da cadeia produtiva doméstica e a agregação de valor à produção.

No caso do Mercosul, por mais relevante que seja a Argentina como parceiro comercial, é importante a reflexão sobre o custo/benefício para a economia brasileira do foco excessivo no Mercosul, principalmente quando aquele país impõe de maneira recorrente restrições comerciais aos produtos brasileiros, prejudicando de maneira substancial nossas exportações, principalmente de manufaturados. Aliás, o ministro da economia do Uruguai, cansado dos entraves impostos por aquele país, disse recentemente aos empresários nacionais que "esquecessem" a Argentina como destino de suas exportações.

Embora, do ponto de vista teórico, argumente-se que os acordos multilaterais sejam aqueles capazes de proporcionar os maiores ganhos comerciais e que os acordos preferenciais de comércio podem acabar resultando em perda de bem-estar para os países, em termos práticos, o que se vê é uma proliferação substancial destes últimos. Assim, a questão é menos sobre o que seria ideal e mais sobre o que seria melhor, dadas as ações de nossos concorrentes e a dinâmica tomada pelo comércio mundial. ■

Presidente do Conselho de Administração Maria Alexandra Mascarenhas Vasconcellos
Diretor-Presidente José Mascarenhas

EJESA

Brasil Econômico

BRASIL ECONÔMICO
4 uma publicação da Empresa
Jornalística Econômica S.A.

CONTATOS:
Redação - Fone (11) 3320-2000 - Fax (11) 3320-2158
Administração - Fone RJ (21) 2222-8050 - SP (11) 3320-2182
Publicidade - Fone RJ (21) 2222-8151 - SP (11) 3320-2182

Condições especiais para pacotes e projetos corporativos
assinaturascorporativas@brasileconomico.com.br
Fone (11) 3320-2017
(circulação de segunda a sexta, exceto nos feriados nacionais)

Publisher Ramiro Alves
Editor-Chefe (RJ) Ocláudio Costa
Editora-Chefe (SP) Adriana Teixeira
Editor Executivo
Gabriel de Sales
redacao@brasileconomico.com.br

Redação - Avenida das Nações Unidas, 11.633 - 8º andar
CEP 04578-901, Brooklin, São Paulo (SP)
Sede - Rua dos Inválidos, 198
Centro - CEP 20231-046
Rio de Janeiro (RJ)
Fones (21) 2222-8701 e 2222-6707

Atendimento ao assinante/leitor
Rio de Janeiro (Capital) - Fone (21) 3678-9100
São Paulo e demais localidades - Fone 0800 021-0119
De segunda a sexta-feira - das 6h30 às 18h30
Sábados, domingos e feriados - das 7h às 14h
www.brasileconomico.com.br/assinante
assinatura@brasileconomico.com.br

Central de Atendimento ao Jornaleiro
Fone (11) 3320-2112

Impressão
Editora O Dia S.A. (RJ)
Diário Serv Gráfica & Logística (SP)