



PUC

DEPARTAMENTO DE DIREITO

A IMPORTÂNCIA DO KNOW YOUR CLIENT (KYC)

Por

MARIANA OLIVEIRA POPPE DE FIGUEIREDO

ORIENTADOR: JULIAN FONSECA PEÑA CHEDIAK

2022.1

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

RUA MARQUÊS DE SÃO VICENTE, 225 - CEP 22451-900

RIO DE JANEIRO - BRASIL

A IMPORTÂNCIA DO KNOW YOUR CLIENT (KYC)

por

MARIANA OLIVEIRA POPPE DE FIGUEIREDO

Monografia apresentada ao Departamento de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) para a obtenção do Título de Bacharel em Direito.

Orientador: Julian Fonseca Peña Chediak

2022.1

DEDICATÓRIA

Ao meu avô, Carlos Henrique Corrêa Poppe de Figueiredo.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de iniciar agradecendo ao meu orientador e primeiro chefe, Julian Chediak. Julian, obrigada por ter aberto as portas do mercado de trabalho para mim e, principalmente, por ter sido tão acolhedor não apenas durante a minha trajetória trabalhando ao seu lado como também desde então.

Não poderia deixar de agradecer também à minha equipe de Jurídico/Compliance e Wealth Planning da Turim MFO, em especial Luisa Saboia, André Milech e Maria Júlia Knibel. Mais importante do que vocês terem me apresentado e ensinado sobre o tema da presente monografia é ter a oportunidade de trabalhar e dividir meus dias ao lado de uma equipe tão especial.

Aos meus amigos e amigas pela amizade, incentivo e parceria ao longo de tantos anos, em especial Ana Teresa Tepedino, Bruna Fontenelle, Carina Geyer, Carol Azevedo, Carol Poppe, Clara Buckmann, Duda Azevedo, Duda Castro, Duda Gibbon, Giovanna Zimmermann, Isabel Poppe, Jéssica Fontenelle, Julia Mello, Letícia Decnop, Manoela Simonetti, Maria Clara Ferrez, Mariana Birkeland e Vitória Soto.

Aos meus avós e tios, Zélia, Carlos Henrique, Maria Fortunata, Luiz Antônio, Rogério, Andrea, Ana e Adriana por acreditarem no meu potencial e me incentivarem.

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer à minha família. Aos meus pais, Alessandra e Rodrigo, por serem os melhores e mais presentes pais do mundo. E à minha irmã Luisa, que eu nem tenho palavras para descrever.

RESUMO

FIGUEIREDO, Mariana Oliveira Poppe de. A Importância do Know Your Client (KYC). Rio de Janeiro, 2022, 56p. Monografia de final de curso. Departamento de Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio.

O presente trabalho trata sobre a importância da adoção do processo de Know Your Client, em especial para as instituições que atuam no setor financeiro, para que estas consigam conhecer seus clientes.

Palavras-chave: Know Your Client – KYC – Due Diligence – Instituições – Clientes – Risco – Lavagem de dinheiro – Política de PLD/FT.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. KNOW YOUR CLIENT (KYC)	8
1.1. Finalidade e Objetivos	8
1.2. Risco Reputacional	12
1.3. Conotação Negativa.....	14
1.4. “ <i>The Stick and The Carrot</i> ”.....	17
2. PRINCIPAIS ELEMENTOS DE ANÁLISE DO KYC	20
2.1. Identificação do Cliente ou Beneficiário Final	20
2.2. Pessoas Expostas Politicamente (PEPs) e Organizações Sem Fins Lucrativos	24
2.3 Notícias Negativas	30
2.4. Processos Relevantes	33
2.5. Listas Restritivas.....	34
2.6. Origem dos Recursos	35
3. POLÍTICA DE PLD/FT	40
3.1. Cadastro.....	41
3.2. Abordagem Baseada em Risco (ABR)	44
3.3. Atualização Cadastral e Monitoramento Contínuo	48
4. CONCLUSÃO.....	51
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

LISTA DE ABREVIACOES

ABR – Abordagem baseada em risco

KYC – Know Your Client

LD-FT – Lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo

Lei de Lavagem de Dinheiro – Lei N 9.613, de 3 de maro de 1998

PEP – Pessoas Expostas Politicamente

Política de PLD/FT – Política de Preveno à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo

Resoluo CVM N 50 – Resoluo CVM N 50, de 31 de agosto de 2021

INTRODUÇÃO

Cada vez mais, as instituições, em especial aquelas que atuam no setor financeiro, estão se deparando com exigências regulatórias, e a tendência é só aumentar. Um dos principais requisitos regulatórios é que as instituições adotem procedimentos para efetivamente conhecer seus clientes, e um mecanismo para tanto é o processo de Know Your Client, também conhecido pela sigla KYC.

Ocorre que os benefícios do KYC nem sempre são imediatamente aparentes. Apesar de muitos acreditarem que o KYC não passa de uma mera inconveniência regulatória, o intuito do presente trabalho é, justamente, expor sua finalidade e objetivos.

No Capítulo 1 será feito um breve resumo do propósito da implementação dos procedimentos de KYC para que as instituições consigam conhecer melhor seus clientes, proteger sua imagem e reputação e não cooperar com indivíduos que obtiveram seus recursos de forma ilícita.

Expostas as noções gerais relativas ao KYC, no Capítulo 2 serão apresentados os principais elementos de análise que as instituições podem utilizar para realizar o KYC da forma mais completa e eficaz possível. Serão a partir de tais elementos que as instituições poderão corroborar as informações fornecidas pelos clientes e levantar, de forma independente, potenciais riscos atrelados aos mesmos. Todos estes elementos, juntos, deverão ser suficientes para que as instituições verifiquem a real identidade de seus clientes e seus respectivos *backgrounds*.

Por fim, o Capítulo 3 discorrerá sobre a Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo que deve ser implementada pelas instituições para que suas respectivas diretrizes mínimas e procedimentos para a prevenção, detecção, análise e reporte de eventos atípicos de tais crimes sejam estabelecidas.

1. KNOW YOUR CLIENT (KYC)

Em poucas palavras, o “Know Your Client”, conhecido também como “Know Your Customer” ou simplesmente pela sigla KYC, é um mecanismo utilizado pelas instituições, em especial as que atuam no setor financeiro, para que estas consigam, bem como o nome indica, conhecer seus clientes.

1.1. Finalidade e Objetivos

Apesar do processo de KYC não apresentar um método predeterminado que deve ser seguido da mesma forma por toda e qualquer instituição, ele compreende a implementação de procedimentos adequados para assegurar que as mesmas conheçam seus clientes a fundo – procedimentos estes que podem ser abordados das mais diversas formas. Para fins deste trabalho, serão abordados no próximo capítulo alguns dos principais e mais eficazes meios para tanto. De qualquer maneira, o recomendado é que as instituições realizem, no mínimo, algum tipo de diligência antes de prosseguir com o relacionamento comercial com seus clientes. Neste ponto, discorrendo sobre a importância da realização de uma *due diligence* adequada, Dennis Cox ensina:

We would always recommend that some level of investigation should generally be undertaken to establish that documents and information provided are indeed valid and that they may be used to confirm and support customer information and identification. Failure to do so could result in obviously fraudulent documents being accepted in error, with potentially serious consequences.¹

Resta claro que uma etapa indispensável para se conhecer os clientes é a devida solicitação de documentos que comprovem suas reais identidades – tal etapa será, inclusive, abordada de forma mais aprofundada nos próximos capítulos. No entanto, o KYC é um mecanismo valioso não apenas para corroborar as informações fornecidas pelos clientes, como também para levantar dados adicionais que, juntos, sejam suficientes para conhecer seu

¹ COX, Dennis. *Handbook of Anti Money Laundering*. 1ª ed. New York: Wiley, 2014. p. 169.

background. Utilizando-se da definição oferecida pelo autor supramencionado, pode-se dizer que o KYC

(...) is essentially the work conducted by a firm to undertake background checks on clients and customers to enable the firm both to obtain and confirm additional information regarding its customers. Detailed inquiries, if conducted, should be able to validate documents and information provided by the customer, together with substantiating claims regarding the source of funds.²

Além de ser uma forma de conhecer o histórico do cliente, o KYC também é um meio para identificar potenciais riscos a ele atrelados. Ocorre que os riscos nem sempre são aparentes, mas caso as instituições estabeleçam procedimentos específicos para averiguá-los, tais serão de extrema importância para proteger a própria reputação e imagem da instituição e podem ser decisivos para o prosseguimento ou não da relação comercial.

No entanto, adotar procedimentos de KYC vai muito além de conhecer seus clientes. Sua finalidade precípua é ser um meio para que as instituições evitem se relacionar com indivíduos que podem estar envolvidos com atividades criminosas, como a lavagem de dinheiro e o financiamento ao terrorismo. Noutras palavras, o KYC é um dos meios mais efetivos para ajudar a eliminar, ou ao menos mitigar, o risco de instituições se relacionarem com indivíduos cujos recursos são oriundos de fontes ilícitas. Abordando a importância da implementação do KYC para tanto, Dennis Cox esclarece:

The basic and most essential feature of all anti-money laundering legislation and regulations all over the world is the need for appropriate and adequate customer due diligence to be conducted, both when the relationship is entered into and subsequently during the lifetime of the relationship. Such due diligence is (...) to really understand the customer and the risks they pose both to the firm and to society at large, not only in terms of the risk of money laundering or terrorist financing, but also in terms of their profitability to the firm.³

Caso contrário, isto é, nos casos em que a diligência não é devidamente realizada, as instituições podem potencialmente estar se relacionando com pessoas envolvidas com atividades criminosas e,

² Ibid. p.169.

³ Ibid. p. 169.

indiretamente, contribuindo para a lavagem de dinheiro, financiamento ao terrorismo ou outras práticas ilícitas. Nesse sentido, o autor supramencionado afirma que *“as part of the battle against money laundering and terrorist financing, the importance of a firm carrying out adequate KYC due diligence procedures can never be underestimated”*.⁴

Para que se possa compreender melhor o conceito de lavagem de dinheiro e os crimes associados, veja-se abaixo o que prevê a Lei Nº 9.613, de 3 de março de 1998, também conhecida como a Lei de Lavagem de Dinheiro, que dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores e a prevenção da utilização do sistema financeiro para tais ilícitos, além de dar outras providências:

Art. 1º Ocultar ou dissimular a natureza, origem, localização, disposição, movimentação ou propriedade de bens, direitos ou valores provenientes, direta ou indiretamente, de infração penal.

Pena: reclusão, de 3 (três) a 10 (dez) anos, e multa.

§ 1º Incorre na mesma pena quem, para ocultar ou dissimular a utilização de bens, direitos ou valores provenientes de infração penal:

I - os converte em ativos lícitos;

II - os adquire, recebe, troca, negocia, dá ou recebe em garantia, guarda, tem em depósito, movimenta ou transfere;

III - importa ou exporta bens com valores não correspondentes aos verdadeiros.

§ 2º Incorre, ainda, na mesma pena quem:

I - utiliza, na atividade econômica ou financeira, bens, direitos ou valores provenientes de infração penal;

II - participa de grupo, associação ou escritório tendo conhecimento de que sua atividade principal ou secundária é dirigida à prática de crimes previstos nesta Lei.

Em síntese, entende-se que *“a lavagem de dinheiro caracteriza-se pelo conjunto de operações comerciais ou financeiras efetuadas a fim de transformar (...) dinheiro ‘sujo’ – recursos ganhos em atividades ilegais – em ativos aparentemente legais, ocultando a sua origem e permitindo que sejam utilizados para financiar estilos de vida luxuosos e para investir na continuidade da atividade criminosa ou até em atividades ilícitas”*⁵.

⁴ Ibid. p. 170.

⁵ DOS SANTOS, Léa Marta Geaquinto. O desafio do combate à lavagem de dinheiro. *Revista de Informação Legislativa*. Brasília, n. 166, p. 222, abr./jun. 2005.

A importância de combater a lavagem de dinheiro e crimes associados é, justamente, impedir que o sistema financeiro seja comprometido ao ser utilizado como meio para que o dinheiro “sujo” (isto é, aquele que decorre de atividades ilegais) circule normalmente e, conseqüentemente, tenha sua real origem ocultada.

A atuação das instituições financeiras para ajudar a combater os crimes de lavagem de dinheiro e demais crimes associados é de extrema relevância, uma vez que é um dos setores mais vulneráveis a esse tipo de prática. Como bem entende Léa Marta Geaquinto dos Santos⁶, os criminosos tendem a “lavar” dinheiro a partir de operações ou transações por intermédio, principalmente, dos mais diversos prestadores de serviços financeiros.

Delineadas as finalidades do KYC, entende-se que o mesmo é, portanto, um ótimo mecanismo de defesa para que as instituições evitem se relacionar com criminosos que constituíram seu patrimônio a partir de crimes como os supracitados, além de contribuir para que tais indivíduos consigam ocultar a decorrência ilegal de seus recursos.

É justamente neste cenário que a implementação do KYC se faz importante. Tal prática, como não poderia deixar de ser, é um dos meios mais eficazes para que sejam identificadas incoerências e inconsistências nas informações fornecidas pelos clientes e, assim, ensejar na suspeita inicial da licitude da origem de seus recursos.

A devida implementação de procedimentos de KYC é uma forma de as instituições colaborarem na luta contra tais crimes, uma vez que trata-se de um ótimo mecanismo de identificação e verificação da real identidade de seus clientes, a respectiva origem de seus recursos e os potenciais riscos a eles atrelados. Assim, o KYC pode ser compreendido como um dos métodos mais eficazes para contribuir para os esforços de detecção e, portanto, prevenção de atividades criminosas.

⁶ Ibid. p. 222.

1.2. Risco Reputacional

Examinado o efetivo propósito do KYC, sua implementação pode aparentar ser algo que, indubitavelmente, deveria ser adotada sem questionamentos por todas as instituições, haja vista sua efetividade e finalidade. Afinal, a adoção de procedimentos de KYC não são apenas eficazes para as relações internas das instituições (isto é, as relações que estas mantêm com seus respectivos clientes); o KYC também contribui para a imagem externa que as instituições passam (ou, ao menos, deveriam almejar passar).

Logo, em certa medida, a implementação do KYC está intimamente ligada à proteção das próprias instituições perante o mercado.

Noutras palavras, o KYC não é apenas eficiente em uma interpretação literal, ou seja, somente para que a instituição possa conhecer melhor seus clientes. Trata-se de um fenômeno que faz com que as instituições passem uma imagem de confiança e segurança para o mercado como um todo. Afinal, uma imagem e reputação ilibadas são, ou pelo menos deveriam ser, um dos ativos mais valiosos das instituições. Isto porque de nada irá valer a quantidade de clientes ou o lucro gerado se a credibilidade de determinada instituição for praticamente, ou totalmente, inexistente. Utilizando-se da conhecida expressão americana, a reputação “*can either make it or break it*”, ainda mais quando se trata de instituições atuantes no setor econômico.

Sendo assim, resta claro que as mesmas deveriam tomar as atitudes que entendem necessárias para que sua reputação não seja eventualmente comprometida. Ao adotar medidas e procedimentos para conhecer seus clientes, as instituições automaticamente refletem no mercado e para seus clientes que tomam as providências necessárias para se certificar que não estão ativamente contribuindo para a lavagem de dinheiro ou outras atividades criminosas e ilícitas.

Caso contrário, isto é, nos casos em que as instituições não se esforçam para adotar procedimentos para conhecer a real identidade e histórico de seus

clientes, estarão as mesmas aceitando o risco de comprometer sua imagem e reputação ao se relacionarem com indivíduos que poderiam, potencialmente, estar envolvidos com atividades ilícitas. Em casos como este, as instituições estarão mais aptas a sofrer consequências e se tornar menos atrativas para futuros clientes e/ou demais prestadores de serviços, além de poder arcar com penalidades, como multas e sanções.

Com efeito, Mariana González aponta:

Nos mercados bancário e financeiro, os riscos enfrentados pelas empresas são particularmente altos. Uma instituição que cumpre corretamente os preceitos de KYC diminui — ou mesmo elimina completamente — riscos relacionados a fraudes de identidade e transações criminosas que envolvam, por exemplo, lavagem de dinheiro, financiamento ao terrorismo ou empresas associadas a condições de trabalho análogas à escravidão.

Novamente, tais riscos não apenas colocam em risco a capacidade operacional da empresa — pois podem resultar em casos de descumprimento da regulamentação —, mas também atingem diretamente a reputação do negócio. Por isso, é fundamental impedir que essas situações aconteçam antes que elas efetivamente prejudiquem sua organização.⁷

Não obstante, evidente que o apetite de risco varia de instituição para instituição. Enquanto algumas não estarão dispostas a se relacionar e lidar com clientes que possam potencialmente danificar sua imagem, outras podem estar mais aptas para tanto. Na prática, sempre haverá margem para risco independentemente da quantidade e qualidade dos mecanismos adotados para preveni-los. Cabe a cada instituição decidir, então, se estará ou não disposta (e, caso esteja, até que ponto) a enfrentar possíveis riscos que sejam decorrentes das relações que mantêm com seus clientes, mesmo que a reputação da instituição possa ser comprometida.

Logo, apesar da impossibilidade de garantir a completa eliminação do risco, o KYC é um ótimo meio de fazer com que as instituições tenham conhecimento dos riscos que poderão estar expostas, além de ser decisivo

⁷ GONZÁLEZ, Mariana. Qual a importância de fortalecer o processo de KYC?. Disponível em <https://kycbrasil.com/conceito/>. Acessado em 9 jun. 2022.

para o prosseguimento ou não do relacionamento com determinado cliente.

Veja-se, neste ponto, o que sustenta Philip J. Ruce:

A business can never completely eliminate risk, unless it is willing to simply close up shop. Rather, the goal of most organizations is to bring the risk to manageable levels. Money laundering is one such risk, and anti-money laundering programs provide the means for managing this risk. To that end, a number of laws, regulations, and recommendations have been created. A cornerstone to these regulations is the concept of Know Your Customer (“KYC”)⁸.

1.3. Conotação Negativa

Apesar de nítida a importância e eficácia do KYC para as instituições, tal procedimento ainda assim pode ser malvisto por alguns clientes, podendo até ser considerado invasivo.

Inicialmente, cumpre ressaltar que os meros termos relativos ao KYC já tendem a soar, por si só, negativos. Expressões como “obrigações”, “requisitos”, “cumprimento”, “conformidade” e “regulação” podem assumir naturalmente um papel desmotivador, o que faz com que o KYC seja visto como nada menos do que uma obrigação inoportuna.

Além disso, é inegável que o KYC demanda não apenas tempo como também dinheiro das instituições e de seus respectivos colaboradores. Tal fato pode igualmente ser considerado como outro elemento desagradável e impertinente, já que seus procedimentos requerem uma análise cautelosa e diligente que pode, muitas vezes, retardar o início efetivo do relacionamento do cliente com a instituição.

Entretanto, mesmo que o KYC continue sendo visto sob uma ótica negativa, devem os envolvidos se esforçar para, no mínimo, o compreenderem como um mal extremamente necessário. Por mais que a adoção de mecanismos como o KYC sejam meios através dos quais as

⁸ RUCÉ, Philip J. Anti-Money Laundering: The Challenges of Know Your Customer Legislation for Private Bankers and the Hidden Benefits for Relationship Management (“The Bright Side of Knowing Your Customer”). *The Banking Law Journal*, vol. 128, n. 6. Washington, p. 549, jun. 2011.

instituições consigam cumprir e atender às exigências regulatórias, sua aplicação tem finalidade e propósito claros, além de altamente efetivos.

Compartilhando deste entendimento, Philip J. Ruce sustenta:

Many of the KYC requirements, however, have been viewed negatively by those working in the financial services industry. These initiatives can be expensive and cumbersome; at best, they might be viewed simply as a necessary evil. The very language of the requirements can have negative connotations; compliance literature often speaks of “requirements” and “obligations”. Profiling clients and reporting transactions that are suspicious are obviously a very important part of what bankers do, but it has not been greeted enthusiastically. Intrusive questions and cumbersome due diligence procedures can be off-putting to current and, particularly, prospective customers⁹.

É de se esperar que esta complexa estrutura sobre a qual se sustenta o KYC seja desanimador para um potencial cliente e, conseqüentemente, para quem o atende, que não deseja adotar uma postura exigente e insistente.

Da mesma forma, como o KYC demanda a análise e o levantamento de diversas informações que podem ser obtidas através de várias fontes (sejam aquelas fornecidas pelo próprio cliente ou aquelas levantadas de forma independente por meio de pesquisas na internet ou quaisquer outros meios), tal fato pode fazer com que o processo de entrada do cliente em determinada instituição ocorra mais lentamente.

Todavia, em vez do KYC ser visto como o investimento que de fato é, ele tende a ser visto sob uma ótica negativa, que ainda é acentuada quando se trata de *high networth individuals*, como os clientes de Private Banking e Family Offices. Tais segmentos são considerados como os mais vulneráveis à lavagem de dinheiro, visto que se relacionam com clientes de alta renda e que, conseqüentemente, demandam uma atenção redobrada.

A esse respeito, Philip J. Ruce entende:

Compared to traditional retail banking services, which generally have smaller accounts and provide products which are heavily standardized, private banking is considered to be particularly vulnerable to money laundering. In fact, in the past it

⁹ Ibid. p. 549.

has been determined to be one of the single most vulnerable areas to money laundering activity in the financial services field.

The General Accounting Office (“GAO”) has stated that the primary factors leading to this vulnerability are the perceived high profitability and intense competition for business, the high level of confidentiality associated with private banking, and the close relationships and trust developed between relationship managers and their clients. Because the account is so dependent on the relationship between the client and the relationship manager, the relationship manager is likely to seek ways to satisfy his or her high-net worth clients, and may be hesitant to press a new customer with intrusive questions.

Globally, there is a tremendous amount of competition for high net-worth clients; these clients are treated deferentially, and it is easy to understand why a relationship manager may have a desire to make the relationship as comfortable as possible for the client – in the process perhaps suspending or not implementing the various anti-money laundering procedures¹⁰.

Ou seja, como as informações necessárias para se estabelecer a relação comercial consistem em dados pessoais e, portanto, informações altamente confidenciais e sensíveis, alguns clientes podem não compreender o porquê das perguntas, e muito menos se sentirem confortáveis de compartilhar todos os detalhes, ainda mais em se tratando de clientes de alta renda.

Em situações como essa, a equipe que entra em contato diretamente com os potenciais clientes pode se encontrar em uma posição conflituosa. Ao mesmo tempo em que deseja captar o cliente da maneira correta, ou seja, obtendo o maior número possível de informações para que aja em conformidade com seu papel e cumpra com suas obrigações, pode também se sentir voltada a fazer a vontade daqueles que não desejam compartilhar dados sensíveis, mas que são normalmente requisitos para fins de KYC. No entanto, são justamente em casos como estes que o processo de KYC deve ser especialmente observado e cumprido integralmente.

De qualquer forma, independente do perfil do cliente (se de alta renda ou não), resta nítida a importância de o KYC não ser visto inteiramente sob uma ótica negativa, uma vez que suas vantagens, por mais que mascaradas, são indescritivelmente maiores do que as desvantagens.

¹⁰ Ibid. pp. 550-551.

1.4. “*The Stick and The Carrot*”

Conforme disposto acima, apesar de aparentar ter uma conotação negativa e invasiva, o KYC não deve ser visto somente desta forma. O fenômeno do KYC busca, essencialmente, fazer com que as instituições não contribuam para atividades ilícitas, como a lavagem de dinheiro, ao iniciar ou manter o relacionamento comercial com algum cliente cujos recursos sejam decorrentes de fontes ilícitas.

Um termo comumente utilizado para demonstrar a dicotomia em determinado assunto é a expressão “*the stick and the carrot*”. Enquanto as instituições tendem a focar mais no aspecto rigoroso do KYC (“*the stick*”), que consiste em enxergar este mecanismo como uma mera obrigação regulatória, deveriam elas, ao contrário, focar nos benefícios (“*the carrot*”), que nem sempre são aparentes. Conforme sintetiza Philip J. Ruce:

At its most basic, a financial institution is in the business of making a profit by serving its client base. More profit can be made if more clients are served and if more clients can be retained through excellent service. More money can also be made by avoiding liabilities, fines, and other monetary penalties that can come with lax due diligence, thereby affecting a company’s bottom line. On the one hand is the “stick”, full of painful penalties and fines, and on the other, the “carrot”, full of big commissions and profits. Too often we (...) are focused on the “stick” approach – the negative things that happen when we do not ask the right questions. A better focus needs to be on the carrot¹¹.

Ocorre que a perspectiva do “*stick*” tende a prevalecer, uma vez que as instituições têm conhecimento que a não conformidade com os requisitos e obrigações regulatórias poderá acarretar em penalidades, como multas e sanções. De fato, não devem as instituições desconsiderar por completo as consequências rigorosas que podem ser resultantes da não adoção, ou adoção incorreta e insuficiente, do KYC, uma vez que as penalidades podem afetá-las e prejudicá-las perante os atuais e/ou potenciais clientes e, especialmente, o mercado como um todo.

¹¹ Ibid. p. 557.

No entanto, o enfoque deveria estar nos inúmeros benefícios que a correta e devida aplicação do KYC pode ensejar. No que se refere ao seu funcionamento, o KYC pode ser compreendido como um investimento e uma oportunidade, além de ter a capacidade de se tornar um dos ativos mais valiosos das instituições. Adotar um mecanismo eficaz como este faz com que seja estabelecida uma relação de confiança com os atuais clientes e, com isso, se assegurará uma imagem segura e ilibada da instituição perante o mercado, o que atrairá mais clientes e, finalmente, gerará mais lucro. No mesmo sentido, aponta Philip J. Ruce:

KYC requirements are often viewed (...) as being additional work, additional red tape, and off-putting to clients (...).

E assevera:

But those that feel this way have it reversed: meeting regulatory requirements should be a byproduct of knowing your client, and not the other way around. Financial institutions in general need to discard the idea of a “regulatory burden” and instead focus on the “regulatory bonus” associated with a higher level of consumer data. With client inquiries and a detailed history of who your clients are, what they do, and where their money comes from, (...) is better able to develop a meaningful business relationship with the client, is better able to anticipate the client’s needs, and is better able to tailor the customer’s experience.¹²

Críticas à parte, fato é que, apesar de mascarados, os bônus são infinitamente maiores do que os ônus. Como bem diz referido autor, procedimentos como o KYC “*are designed to protect financial institutions from liability and to prevent laundered money from entering the legitimate economy, thereby encouraging further criminal activity*”¹³. Apesar de a adoção de tal procedimento ensejar em burocracias adicionais, além de poder ser visto como um elemento desanimador para os clientes, devem as instituições focar nos inúmeros resultados positivos que a sua implementação resultará, não apenas internamente (fazendo com que as instituições efetivamente conheçam seus clientes, se certifiquem que os mesmos não estão envolvidos em atividades ilícitas e identificando previamente os

¹² Ibid. p. 560.

¹³ Ibid. p. 548.

potenciais riscos atrelados a eles), como também externamente (contribuindo para uma boa imagem e reputação perante o mercado). Nas lições de Philip J. Ruce, “*knowing your customer does, it seems, have a bright side*”¹⁴.

Feitas estas considerações preliminares sobre o KYC, e compreendida sua importância não apenas para a segurança das próprias instituições, como também para o setor econômico como um todo, serão analisados, a seguir, os principais elementos de análise do KYC.

¹⁴ Ibid. p. 560.

2. PRINCIPAIS ELEMENTOS DE ANÁLISE DO KYC

Como previamente dito, não existem regras predeterminadas que sejam aplicáveis a todas as instituições durante o processo de KYC. Por mais que existam requisitos mínimos aplicáveis, como os dados cadastrais e documentos mínimos listados pelo Anexo B à Resolução CVM N° 50, de 31 de agosto de 2021, que dispõe sobre a prevenção à lavagem de dinheiro, ao financiamento do terrorismo e ao financiamento da proliferação de armas de destruição em massa – PLD/FTP no âmbito do mercado de valores mobiliários (que serão posteriormente listados), a abordagem do KYC pode se dar de diferentes formas.

Sendo assim, para que o KYC atenda a seus objetivos, cada instituição deve procurar estabelecer, de acordo com seus respectivos apetites de risco, as diretrizes que deverão seguir para buscar identificar a real identidade de todos os seus clientes e eventuais riscos a eles atrelados.

Para fins do presente trabalho, conforme se verá a seguir, os próximos subcapítulos consistirão na análise das medidas mais efetivas que tendem a ser levadas em consideração no processo de KYC. Apesar de não serem elementos que necessariamente todas as instituições utilizam, são os mais comuns e eficazes para que se possa buscar conhecer melhor os clientes. São eles a identificação (i) do cliente ou beneficiário final; (ii) de pessoas expostas politicamente (PEPs) ou organizações sem fins lucrativos; (iii) de notícias negativas; (iv) de processos relevantes; (v) de listas restritivas; e (vi) da origem dos recursos.

2.1. Identificação do Cliente ou Beneficiário Final

Inicialmente, cabe esclarecer que as instituições devem buscar identificar e verificar a real identidade de seus clientes ou beneficiários finais.

A despeito da definição de tais termos, por cliente¹⁵ pode-se entender a pessoa natural ou jurídica em nome da qual é aberta a conta e são efetuadas transações em determinada instituição e, por beneficiário final¹⁶, a pessoa natural ou pessoas naturais que, em conjunto, possuam, controlem ou influenciem significativamente, direta ou indiretamente, um cliente em nome do qual uma transação esteja sendo conduzida ou dela se beneficie.

Como já referido anteriormente, um primeiro passo para tanto é a solicitação de uma documentação mínima, como a relação de documentos listados no Anexo B à Resolução CVM N° 50. Em todo caso, podem as instituições estabelecer outros procedimentos e exigir demais informações ou documentos adicionais que devem ser observados quando do *onboarding* do cliente.

Quando se trata de clientes “diretos” – isto é, aqueles que notoriamente estão estabelecendo uma relação direta com a instituição –, devem ser solicitados e fornecidos documentos e informações básicas para que se possa comprovar sua identidade.

No entanto, as instituições devem adotar medidas igualmente razoáveis para identificar os beneficiários finais, visto que são os indivíduos que estão efetivamente por trás dos clientes diretos. Submetê-los ao mesmo nível de diligência que os clientes diretos se faz extremamente necessário, justamente pelo fato de serem as pessoas “*(i) who generally have ultimate control over such funds through ownership or other means and/or (ii) who are the ultimate source of funds for the account and whose source of wealth should be subject to due diligence*”¹⁷.

¹⁵ Guia AMBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo. Item 1.1.XIII, p. 4. Disponível em https://www.ambima.com.br/data/files/A9/63/A8/83/4B6EF710B2C98DF7882BA2A8/8.%20Guia%20ANBIMA%20PLDFT_02.10.20.pdf. Acessado em maio de 2022.

¹⁶ Ibid. p. 3.

¹⁷ Wolfsberg FAQs on Beneficial Ownership, p. 1. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/pdfs/faqs/19.%20Wolfsberg-FAQs-on-Beneficial-Ownership-May-2012.pdf>. Acessado em maio de 2022.

Nos casos em que se revela difícil ou até impossível de se identificar os clientes ou beneficiários finais, seja porque os mesmos hesitaram na hora de fornecer informações ou documentos e/ou forneceram dados inconsistentes ou incondizentes, deve a instituição ficar atenta. Apesar do KYC ser um mecanismo independente que as instituições podem utilizar para confirmar as informações transmitidas pelos clientes ou até encontrar, de forma autônoma, aquelas que não foram sequer disponibilizadas, deve a instituição documentar todas as providências que foram tomadas no limite de suas atribuições, para então decidir se não deve estabelecer a relação comercial, ou se deve dar prosseguimento e, paralelamente, atribuir um risco maior ao cliente.

Resta lógico que, caso o cliente se recuse ou não forneça as informações e documentos necessários para a identificação de sua própria pessoa e/ou do(s) beneficiário(s) final(is) da conta, é motivo suficiente para aumentar a classificação de risco do mesmo, visto que a não identificação pode configurar indício de ocorrência dos crimes previstos na Lei de Lavagem de Dinheiro ou com eles se relacionar.

Neste sentido, confirmam-se as lições de Dennis Cox:

One example is any cases where new business or personal customers are reluctant to provide information on their normal activities, location and directors. It must be emphasised that this does not mean the customer is money laundering; they may just have inappropriate concerns about sharing their personal information.

(...)

Another concern is new personal customers that supply incomplete, conflicting or incongruous information when establishing a relationship. Many customers will initially provide incomplete information; indeed, you have probably done so yourself. This would not be reason alone for enhanced due diligence to be conducted. However, if there are repeated problems, or information is regularly corrected, then this would raise additional awareness of the risks of inappropriate conduct¹⁸.

¹⁸ COX, Dennis. Op. cit. p. 171.

No mesmo sentido, são considerados *red flags*, de acordo com o Proximal Consulting, os seguintes eventos:

Beware of new business customers who are reluctant to provide information on their business activities, location and directors.

Beware of new personal customers who supply incomplete conflicting or incongruous information when establishing a relationship.

Be suspicious of customers who do not provide phone or fax numbers or of those for whom the numbers provided relate to serviced office/accommodation addresses.

Beware of camouflage passports.

Beware of diplomatic passports from obscure countries (...). Whilst the passport may be genuine (...), this does not mean that the holder is genuine or the name shown on the passport is the real one.

(...)

Beware of residential addresses provided by applicants that, in reality, are merely mail drop addresses (beware of ‘Suite’ numbers, home addresses in downtown business areas, and incomplete addresses). (...)

Do not accept photocopies. You must see the original and copy it yourself. Although this is obvious, it is surprising how many businesses are happy to do business on the strength of photocopies or faxes. Just because someone has a copy of a passport it does not mean it is theirs – photocopying technology is such that it is easy to put another ID photograph on a document and for it not to be obvious on the resulting copy.

It is doubtful whether one organization can rely on the due diligence/KYC checking done by another organisation. This is very relevant when clients are referred from one party to another. Check what the exact situation is in relation to your business operations. My advice is simple: it is you who will carry the can if and when it all goes wrong and thus relying on what others may or may not have done is foolish.

(...)

Be suspicious of businesses that present financial reporting that is at odds with similar sized businesses in the same industry sector.¹⁹

Em síntese, o ideal é que as instituições identifiquem as reais identidades de seus clientes ou beneficiários finais antes de dar prosseguimento à relação comercial com os mesmos. Afinal, “*the first and most essential step in effective customer due diligence is verifying the identity of the customer*”²⁰.

¹⁹ Proximal Consulting. Why You Must Know Your Customer. Disponível em <https://static1.squarespace.com/static/56699360dc5cb494f64d97f4/t/58079bbcd482e9eb1f5d2222/1476893632684/WP22.pdf>. Acessado em maio de 2022.

²⁰ Office of the Comptroller of the Currency. Money Laundering: A Banker’s Guide to Avoiding Problems, dez/2002, p. 10.

2.2. Pessoas Expostas Politicamente (PEPs) e Organizações Sem Fins Lucrativos

Além da devida identificação dos clientes e beneficiários finais, julga-se de extrema importância verificar se os mesmos são classificados como pessoas expostas politicamente, também conhecidas pela sigla “PEPs”, ou organizações sem fins lucrativos.

Apesar de não ser completamente impeditivo, fato é que dar prosseguimento ou manter um relacionamento comercial com tais figuras pode representar riscos para as instituições, visto que há maior probabilidade de PEPs e organizações sem fins lucrativos apresentarem riscos inerentes a eles atrelados.

Para ilustrar o disposto acima, a Resolução CVM N° 50 prevê que os riscos de lavagem de dinheiro, do financiamento do terrorismo e do financiamento da proliferação de armas de destruição em massa – LD/FTP inerentes às (i) pessoas expostas politicamente, bem como com seus familiares, estreitos colaboradores e pessoas jurídicas de que participem; e (ii) organizações sem fins lucrativos devem levar em consideração as respectivas peculiaridades e características de tais figuras²¹, além de ser objeto de tratamento específico dentro da Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Financiamento ao Terrorismo (doravante denominada Política de PLD/FT) de cada instituição e do processo periódico de avaliação interna de risco (tal ponto será posteriormente analisado no Capítulo 3).

Antes, porém, de abordar esta questão, deve-se discorrer um pouco sobre as pessoas expostas politicamente. Em resumo, são aquelas que

²¹ Art. 5º. § 2º Os riscos de LD/FTP inerentes às seguintes categorias de clientes devem considerar as suas respectivas peculiaridades e características, assim como ser objeto de tratamento específico dentro da política de PLD/FTP e do processo periódico da avaliação interna de risco: I – pessoas expostas politicamente, bem como com seus familiares, estreitos colaboradores e pessoas jurídicas de que participem, nos termos do Anexo A; e II – organizações sem fins lucrativos, nos termos da legislação específica.

ocupam cargos e funções públicas e, portanto, estão submetidas a um risco maior de suborno e corrupção em função da posição que ocupam.

Nesta linha, o Anexo A da Resolução CVM Nº 50 lista quem deve ser considerado PEP, conforme transcrito abaixo:

Art. 1º Para efeitos do disposto nesta Resolução, considera-se pessoas expostas politicamente:

I – os detentores de mandatos eletivos dos Poderes Executivo e Legislativo da União;

II – os ocupantes de cargo, no Poder Executivo da União, de:

a) Ministro de Estado ou equiparado;

b) Natureza Especial ou equivalente;

c) presidente, vice-presidente e diretor, ou equivalentes, de entidades da administração pública indireta; e

d) Grupo Direção e Assessoramento Superiores (DAS), nível 6, ou equivalente;

III – os membros do Conselho Nacional de Justiça, do Supremo Tribunal Federal, dos Tribunais Superiores, dos Tribunais Regionais Federais, dos Tribunais Regionais do Trabalho, dos Tribunais Regionais Eleitorais, do Conselho Superior da Justiça do Trabalho e do Conselho da Justiça Federal;

IV – os membros do Conselho Nacional do Ministério Público, o Procurador-Geral da República, o Vice-Procurador-Geral da República, o Procurador-Geral do Trabalho, o Procurador-Geral da Justiça Militar, os Subprocuradores-Gerais da República e os Procuradores-Gerais de Justiça dos Estados e do Distrito Federal;

V – os membros do Tribunal de Contas da União, o Procurador-Geral e os Subprocuradores-Gerais do Ministério Público junto ao Tribunal de Contas da União;

VI – os presidentes e os tesoureiros nacionais, ou equivalentes, de partidos políticos;

VII – os Governadores e os Secretários de Estado e do Distrito Federal, os Deputados Estaduais e Distritais, os presidentes, ou equivalentes, de entidades da administração pública indireta estadual e distrital e os presidentes de Tribunais de Justiça, Tribunais Militares, Tribunais de Contas ou equivalentes dos Estados e do Distrito Federal; e

VIII – os Prefeitos, os Vereadores, os Secretários Municipais, os presidentes, ou equivalentes, de entidades da administração pública indireta municipal e os Presidentes de Tribunais de Contas ou equivalentes dos Municípios.

Como supramencionado, *“with proper checks and balances, vigilance, and documented due diligence, it’s not necessary to avoid the PEP client group altogether. (...) firms should instead be asking three questions: (1) What is the risk that PEPs truly pose to our business? (2) How do we effectively mitigate that risk? (3) Are our current methods of documentation*

*and recordkeeping sufficient to prove that we have effectively mitigated the risk? ”.*²²

Não por outro motivo, apesar de os PEPs poderem, potencialmente, trazer consigo riscos, podem as instituições, mesmo assim, dar continuidade ao relacionamento comercial caso tenha realizado a devida diligência necessária. O importante é detectar de antemão o *status* de seu potencial cliente, bem como documentar toda a pesquisa realizada.

Em um primeiro momento, pode-se chegar a conclusão que os PEPs, em função da posição que ocupam ou já ocuparam, podem fazer (ou terem feito) mau uso de seu cargo, poder e influência para ganho ou vantagem pessoal. Toma-se praticamente como pressuposto, então, que os recursos dos PEPs possam ter sido gerados a partir de suborno, corrupção ou quaisquer outras práticas de abuso de poder. É por tal motivo que identificar a origem dos recursos (outro elemento que será posteriormente analisado) também é essencial, e elementos como o período que o potencial cliente PEP ocupou determinado cargo e sua renda mensal são extremamente importantes para fins de KYC.

Isto posto, resta claro que o KYC daqueles que são considerados PEPs ou ex-PEPs deve exigir uma maior diligência por parte das instituições e, conseqüentemente, um processo mais aprimorado.

A princípio, por serem pessoas expostas, os PEPs estão mais sujeitos à opiniões públicas negativas e controversas do que aqueles que não ocupam cargos públicos e/ou são pessoas públicas. Como bem indica o Wolfsberg Group²³, *“PEPs are also often the subject of intense public and media scrutiny, with the increased possibility of commensurate reputation risks for*

²² WESSEL, Rhea. *Know Your Client-Or Else. Are Politically Exposed Persons Too Risky To Take On As Clients?* 4ª ed. vol. 27. CFA Institute Magazine, 2016. p. 2.

²³ O Wolfsberg Group trata-se de uma associação não governamental dos bancos Banco Santander, Bank of America, Barclays, Citigroup, Credit Suisse, Deutsche Bank, Goldman Sachs, HSBC, J.P. Morgan Chase, MUFG Bank, Société Générale, Standard Chartered Bank e UBS, cujo objetivo é estabelecer diretrizes recomendáveis para que as instituições integrantes do setor financeiro adotem para conhecer seus clientes e, portanto, ajudar no combate da lavagem de dinheiro e crimes associados.

*FI*s [financial institutions] that maintain relationships with them”²⁴. Logo, há uma maior chance de as instituições encontrarem notícias que possam ser potencialmente negativas (apesar de nem sempre verdadeiras) relativas aos PEPs.

Além disso, a Resolução CVM N° 50 também prevê que os familiares²⁵ e estreitos colaboradores²⁶ devem, da mesma forma, demandar maior atenção em decorrência da relação que mantêm com os PEPs. Apesar de tais figuras não ocuparem necessariamente cargos públicos, pode-se presumir que os PEPs poderiam ter se utilizado de tais indivíduos para ocultar ativos que foram apropriados indevidamente. Não obstante, identificar aqueles que se enquadram como familiares ou estreitos colaboradores, bem como entender se os mesmos ainda mantêm um relacionamento próximo ao PEP, nem sempre é tão fácil quanto identificar o próprio PEP, uma vez que não necessariamente será algo aparente de imediato²⁷.

Ainda, a referida Resolução dispõe que são consideradas expostas politicamente as pessoas que, no exterior, sejam (i) chefes de estado ou de governo; (ii) políticos de escalões superiores; (iii) ocupantes de cargos governamentais de escalões superiores; (iv) oficiais-generais e membros de escalões superiores do Poder Judiciário; (v) executivos de escalões superiores de empresas públicas; ou (vi) dirigentes de partidos políticos²⁸. Tal motivo decorre da maior suspeita que as instituições precisam ter quando um cliente

²⁴ Wolfsberg Guidance on Politically Exposed Persons (PEPs), p. 3. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/Wolfsberg-Guidance-on-PEPs-May-2017.pdf>. Acessado em maio de 2022.

²⁵ Art. 6º. Para fins do disposto no inciso I, § 2º do art. 5º desta Resolução, são considerados: I – familiares: os parentes, na linha direta, até o segundo grau, o cônjuge, o companheiro, a companheira, o enteado e a enteada;

²⁶ Art. 6º. Para fins do disposto no inciso I, § 2º do art. 5º desta Resolução, são considerados: II – estreitos colaboradores: a) pessoas naturais que são conhecidas por terem sociedade ou propriedade conjunta em pessoas jurídicas de direito privado ou em arranjos sem personalidade jurídica, que figurem como mandatárias, ainda que por instrumento particular, ou possuam qualquer outro tipo de estreita relação de conhecimento público com uma pessoa exposta politicamente; e b) pessoas naturais que têm o controle de pessoas jurídicas de direito privado ou em arranjos sem personalidade jurídica, conhecidos por terem sido criados para o benefício de uma pessoa exposta politicamente.

²⁷ Wolfsberg Guidance on Politically Exposed Persons (PEPs). Op. cit., p. 5.

²⁸ Art. 2º do Anexo A à Resolução CVM N° 50.

internacional busca iniciar uma relação comercial em outra jurisdição que não a dele.

Ainda, importante ressaltar que, ao longo dos anos, o *status* de PEP daqueles que já são clientes pode ser alterado. A título de exemplo, o cliente pode deixar o cargo que ocupava ou se aposentar. Desta forma, resta nítida a relevância de realizar revisões periódicas para garantir que os elementos que classificam determinados clientes como PEPs permaneçam constantemente atualizados e o risco, devidamente apropriado.

Em todo caso, conforme se depreende da leitura do art. 5º da Resolução CVM Nº 50, a condição de pessoa exposta politicamente perdura até 5 (cinco) anos contados da data em que a pessoa deixou de se enquadrar como tal. Da leitura do artigo, pode-se interpretar que o prazo de 5 (cinco) anos decorre da possibilidade de o cliente, ainda que tenha deixado seu cargo, continuar em uma posição de adquirir recursos de forma ilícita.

Isto posto, resta clara a importância do KYC nos casos em que as instituições deem início a uma relação comercial com um PEP ou pessoa a ele ligada. Identificar previamente se o potencial cliente é ou não classificado como um PEP é essencial para que as devidas medidas de *due diligence* sejam aplicadas em tempo hábil. A esse respeito, Rhea Wessel ressalta:

Financial firms and others who serve private clients must be increasingly effective in identifying and monitoring the activities of their clients – especially those of politically exposed persons (PEPs). The potential liabilities are many. If an organization fails to comply with know-your-client (KYC) and due diligence requirements intended to uncover money laundering, bribes, and corruption, among other crimes, it could face lawsuits, loss of clients, reputational risk, share price drops, and crippling fines.

E prossegue:

PEPs and those close to PEPs are frequently stereotyped due to high-profile cases involving the affairs of particular individuals. Often, PEPs have the allure of being high-networth individuals, but their ability to influence state coffers can make them suspicious. The thinking among law enforcement officials is that, in theory, a PEP's influence could lead to more opportunities or temptation for wrongdoing than is available to other people.

But being a PEP doesn't automatically make a client one of the bad guys, according to Amber D. Scott, founder of Outlier Solutions, a consultancy based in Toronto that is focused on anti-money-laundering (AML) services and strategies. "They're just riskier as customers because they could be exposed to bribery or corruption, not because they necessarily have been," says Scott. "Many PEPs are ideal clients and used to answering the additional questions that come with being a PEP"²⁹.

De forma semelhante, a mesma atenção deve ser destinada aos clientes que são organizações sem fins lucrativos. Estes, por exercerem um importante papel socioeconômico perante a sociedade, devem buscar ter uma boa governança para que possa estabelecer regras claras e éticas quanto à gestão de recursos.

Recentemente, as organizações sem fins lucrativos buscaram aprimorar suas regras de governança para baseá-las em pilares como transparência, prestação de contas, equidade e conformidade legal. Tais medidas são essenciais para fazer com que o recebimento de seus recursos, a destinação e o correto uso dos mesmos estejam de acordo com a finalidade da entidade³⁰.

Tendo em vista que grande parte dos recursos das organizações sem fins lucrativos advém de doações feitas por pessoas físicas ou jurídicas, e que a maioria dos recursos são destinados ao atendimento de demandas sociais de acordo com o foco de cada organização, resta nítida a importância de as instituições demandarem um processo de KYC mais elaborado e aprofundado nos casos em que seus clientes se enquadram como organizações sem fins lucrativos.

Detalhes da origem dos recursos (como entender qual parcela dos mesmos advém de doações, arrecadações, dentre outros), bem como solicitar documentação adicional para comprovar o correto uso e destinação dos recursos é de extrema relevância. Tais evidências, em conjunto com o envio

²⁹ WESSEL, Rhea. Op. Cit., p. 1.

³⁰ DE CASTRO, Julia Maria Garcia. Apontamentos Sobre a Adoção das Boas Práticas de Governança nas Organizações do Terceiro Setor. Importância da Adoção de um Programa de Compliance Efetivo, À Luz da Lei Nº 12.846/2015: Revista Quaestio Iuris. Rio de Janeiro, n. 2, vol. 09, p. 1014, 2016.

e a devida análise da documentação societária (para identificar a figura dos sócios e administradores e, assim, saber quem está por trás da organização sem fins lucrativos, representando-a) e das demonstrações financeiras (para que se possa analisar o ativo, passivo e o faturamento das organizações), fazem com que a instituição conheça melhor seu cliente.

Em razão do risco atrelado aos PEPs e às organizações sem fins lucrativos, caso a instituição decida por iniciar ou manter a relação comercial, é de suma importância que tenha conhecimento e esteja ciente do risco envolvido na relação e a responsabilidade que passará a deter para fins de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

2.3 Notícias Negativas

A partir da análise dos elementos supracitados, que tratam-se de requisitos mínimos exigidos pela Resolução CVM N° 50 e pela Lei de Lavagem de Dinheiro, e, portanto, obrigatórios, passa-se a expor, a seguir, os elementos adicionais que, por mais que não se revistam de um caráter obrigatório, revelam-se de extra importância para o objetivo final de conhecer os clientes.

É o caso, por exemplo, da pesquisa de notícias na mídia. A partir de tal prática, pode-se fazer com que a instituição se depare com notícias negativas relacionadas ao cliente ou potencial cliente, que podem ser *red flags* e decisivas para a tomada de decisão e classificação do risco.

Apesar de existirem alguns desafios relacionados à pesquisa de notícias na mídia, o apontamento de notícias negativas é um mecanismo valioso, visto que não apenas deixa as instituições cientes de potenciais riscos que determinado cliente poderá apresentar, como também, alertas sobre o risco reputacional que estarão dispostas a tomar ao iniciar ou manter o relacionamento comercial com o cliente, que pode trazer riscos a ele atrelados.

Embora não exista um conceito específico do termo notícias negativas no âmbito do procedimento de KYC, para o propósito deste trabalho, podemos considerar como aquelas que estão disponíveis na mídia e que são consideradas relevantes para que as instituições possam previamente conhecer o potencial cliente antes de iniciar ou manter o relacionamento comercial e, conseqüentemente, determinar seu risco.

Isto posto, não é qualquer notícia que diz respeito ao cliente que é relevante para fins da presente etapa, mas sim aquelas que podem ser determinantes para a classificação de risco. Cada instituição deve, então, estabelecer padrões internos relativos à busca das notícias negativas para garantir que a pesquisa não apenas cumpra com seu dever de suporte e corroboração das informações fornecidas pelo potencial cliente, como também seja um mecanismo útil para a prévia identificação de *red flags*.

A pesquisa por notícias, em especial as negativas, mostra-se extremamente útil na prática, uma vez que se figura como uma ferramenta para não apenas conhecer o cliente e confirmar as informações por ele fornecidas, como também para ajudar as instituições a entenderem o risco reputacional a que podem estar expostas.

Não obstante, são consideradas relevantes somente aquelas que podem ser determinantes para a classificação do risco do cliente, especialmente quando a notícia diz respeito a algum crime financeiro. A título de exemplo, conforme ilustrado pelo Wolfsberg Group, serão relevantes aquelas notícias que possam revelar o envolvimento do cliente em atividade criminosa (que, inclusive, acarrete em uma diligência mais aprofundada), que forneçam contexto adicional sobre atividades potencialmente suspeitas (que podem ser desencadeadas inicialmente pela identificação de notícias negativas), que possam ajudar a identificar controvérsias em relação à origem dos recursos e que sejam determinantes para a classificação de seu risco³¹.

³¹ Wolfsberg Group Frequently Asked Questions (FAQs) on Negative News Screening, pp. 2-3. Disponível em <https://www.wolfsberg->

Além disso, outro ponto que as instituições devem levar em consideração na busca de notícias negativas é a credibilidade e qualidade da fonte da mesma. Tendo em vista que as notícias negativas podem ser encontradas em uma variedade de fontes disponíveis ao público pela mídia, a credibilidade das mesmas deverá ser fundamental para determinar se a notícia efetivamente poderá ser levada em consideração ou não. Fatores como se a fonte é respeitável e conhecida, conteúdo (isto é, se as informações e dados aparentam ser completos, precisos e coerentes) ou se somente aparenta ser baseada em uma opinião pessoal, podem ser *deal breakers*.

Por outro lado, deve-se igualmente levar em consideração o fato de que determinados clientes, como PEPs, organizações sem fins lucrativos, pessoas públicas e *high networth individuals*, serem mais propensos a ter um perfil público e, conseqüentemente, controverso. Noutras palavras, tais figuras provavelmente estão submetidas a um maior grau de exposição na mídia e, portanto, sujeitas a opiniões positivas e negativas.

Por fim, deve-se atentar ao fato de que as notícias relacionadas à crimes financeiros devem ser notoriamente diferenciadas daquelas que não são igualmente relevantes. É preciso que as instituições tenham senso crítico para diferenciar notícias que sejam pouco depreciativas para a imagem de seu cliente daquelas que, de fato, sejam impactantes para a sua reputação. Em todo caso, a análise do risco das notícias negativas deverá estar de acordo com os critérios de cada instituição e seus respectivos apetites de risco.

Sendo assim, embora não haja uma abordagem tida como única e correta quando se trata da pesquisa e análise das notícias negativas, as instituições devem traçar requisitos que devem ser levados em consideração no procedimento de KYC, como sobre quem pesquisar as notícias (isto é, pessoas físicas, pessoas jurídicas, beneficiários finais, partes relacionadas, dentre outros), o método de busca (internet, revistas, televisão ou outros

meios), a frequência do monitoramento (se diária, semanal, mensal, trimestral ou anualmente), características das notícias (se parecem ser confiáveis e verdadeiras) e se devem ser, de fato, consideradas relevantes a depender do ano em que determinada situação ocorreu³².

Em resumo, as notícias negativas são um controle valioso para as instituições quanto à previsão e gestão do risco dos potenciais clientes. Devem as instituições, portanto, traçar características que devem ser observadas quando da pesquisa das notícias negativas e determinar os elementos que devem ser levados em consideração durante a pesquisa – tais elementos devem estar em conformidade com o apetite de risco de cada instituição, visto que algumas estarão mais aptas a correr um risco reputacional do que outras. De qualquer forma, a adoção da pesquisa por notícias negativas é um excelente mecanismo de controle para que as instituições possam conhecer melhor o *background* de seus potenciais clientes antes de começar qualquer tipo de relação comercial e, conseqüentemente, estarem preparadas para lidar com os eventuais riscos atrelados a eles.

2.4. Processos Relevantes

Além da identificação da existência de notícias negativas, outro elemento que traz robustez ao KYC é a busca por processos judiciais relevantes. A partir dos resultados, as instituições estarão cientes dos riscos que o relacionamento com determinado cliente pode trazer para sua imagem e reputação, uma vez que podem contribuir para a classificação do risco.

De forma semelhante às notícias negativas, note-se que não será qualquer processo que será considerado significativo para a tomada de decisão e classificação de risco. A título de exemplo, caso a instituição identifique uma ação trabalhista no nome do potencial cliente, não deve tal

³² Ibid. p. 5.

processo ter o mesmo peso do que aquele que discorre sobre uma atividade criminosa, como a prática de lavagem de dinheiro. Da mesma forma, nos casos em que o potencial cliente tenha sido processado por não ter pago determinado imposto a tempo, mas tenha quitado sua dívida depois, fazendo com que o processo tenha sido arquivado, também não deve o processo ser considerado significativo.

Em todo caso, a consulta de processos relevantes nos tribunais (como Supremo Tribunal Federal - STF, Superior Tribunal de Justiça – STJ e os tribunais dos Estados em que os clientes residem) e autarquias (como a Comissão de Valores Mobiliários – CVM), além das penalidades aplicadas por entidades autorreguladoras (como a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais – ANBIMA) podem ajudar as instituições a conhecerem melhor seus potenciais clientes e identificarem previamente eventuais riscos decorrentes dos processos.

2.5. Listas Restritivas

Outro elemento de apoio ao mecanismo do KYC é a busca nas listas restritivas, que nada mais são do que listas preparadas por órgãos diretamente ligados à prevenção à lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo. A importância das listas é manifesta, visto que, a partir das mesmas, podem as instituições identificar se seus potenciais clientes já se envolveram com atividades ilícitas ou crimes, como lavagem de dinheiro, crimes ambientais, trabalho análogo à escravidão, financiamento ao terrorismo, entre outros.

Veja-se abaixo algumas listas restritivas, de acordo com o Guia ANBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo:

(...) aquelas publicadas pela Autoridade de Conduta Financeira do Reino Unido (FCA), pelo Escritório de Controle de Ativos Estrangeiros dos EUA (OFAC), pela Rede de Combate a Crimes Financeiros dos EUA (FINCEN), pela União Europeia (UE) e do Comitê contra a Lavagem de Dinheiro, Recursos Ilícitos e o Financiamento ao Terrorismo (MONEYVAL), pelo Banco Mundial, pelo

Conselho de Segurança das Nações Unidas, pela Rede de Informação Internacional sobre Lavagem de Dinheiro (IMOLIN), pelas agências de autoridade policial e regulatória de cada jurisdição local, das listas de trabalho escravo, de expulsões da administração federal (CEAF), de empresas inidôneas e suspeitas (CEIS), de embargos ambientais de origem de aquisição (IBAMA), de entidades sem fins lucrativos impedidas (CEPIM), de empresas punidas (CNEP), de devedores da PGFN, da INTERPOL, e de outros organismos de atuação internacional de PLD-FT³³.

Como se percebe, à semelhança do que já foi dito em relação aos PEPs, organizações sem fins lucrativos, notícias negativas e processos relevantes, por mais que não seja inteiramente impeditivo, fato é que prosseguir com a relação comercial com um cliente que conste em uma lista restritiva pode representar riscos não apenas para os negócios operacionais das instituições, como também para a sua imagem e reputação perante o mercado. As listas são uma ótima forma por meio da qual as instituições podem detectar tais riscos previamente e, se for o caso, tomar as medidas necessárias para mitigar eventuais danos.

Neste contexto, resta claro que a checagem das listas restritivas no processo de KYC é outro elemento que contribui imensamente para a transparência da relação entre as instituições e seus clientes, bem como para fins de detecção e prevenção dos crimes supramencionados.

2.6. Origem dos Recursos

Outra peça fundamental para conhecer a verdadeira identidade dos clientes – se não a principal – é entender a origem de seus recursos. De forma resumida, tal refere-se a uma descrição da(s) atividade(s) econômica(s) que geraram ou contribuíram significativamente para o patrimônio líquido geral do cliente.

Identificar a fonte dos recursos permite que as instituições não apenas possam entender o histórico financeiro do cliente (isto é, entender como e o

³³ Guia AMBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo. Op. Cit. pp. 26-27.

que levou o cliente a acumular seu patrimônio), como também identificar eventuais inconsistências e potenciais riscos ligados aos recursos.

Tal constatação mostra-se relevante, uma vez que os recursos podem ser decorrentes das mais diversas fontes, mas independente de qual seja, o importante é que as instituições estejam cientes do máximo de detalhes possível.

A título de exemplo, a origem dos recursos pode ser decorrente de doações. Aqui, importante não apenas solicitar o instrumento de doação, caso tenha sido feito, para identificar a data da mesma e o valor doado, mas, em especial, buscar identificar a origem dos recursos do próprio doador. O mesmo cuidado deve ser tomado quando os recursos são decorrentes de herança. Por mais que o cliente direto venha a ser aquele que efetivamente tenha recebido os recursos, é essencial buscar identificar como que o patrimônio do *de cujus* foi gerado.

Caso os recursos sejam oriundos da atividade econômica atual do cliente, elementos como valor do salário, dos bônus ou dividendos que já recebeu são igualmente relevantes para que se possa observar o cenário como um todo. Deve-se considerar o mesmo quando os recursos tenham sido acumulados ao longo da vida do cliente, isto é, buscar identificar seu histórico profissional, como os lugares em que já trabalhou, os cargos que já ocupou, a antiga renda mensal e/ou anual, o valor e periodicidade dos bônus ou dividendos, dentre outros aspectos.

Já quando o cliente for uma pessoa jurídica, é de extrema relevância saber detalhes relativos à atividade que a empresa exerce, principalmente os lucros gerados pelas atividades. Caso o lucro seja incompatível com o porte da empresa, por exemplo, tal fato pode ser um indício de suspeita, além de determinante para decidir o rumo da relação comercial.

Nos casos em que os recursos foram originados a partir da venda de uma empresa e/ou da participação que o cliente detinha em determinada sociedade, essencial saber a identidade do comprador, o ano da venda, o valor

da transação e aquele efetivamente recebido pelo cliente, o percentual que o cliente detinha no capital social da empresa, a função que exercia, dentre outros fatores.

Os recursos também podem ser decorrentes de outras fontes, como divórcio, aposentadoria, loteria, venda de propriedades residenciais e até venda de outros ativos, como obras de arte.

A compreensão dos elementos que caracterizam a origem dos recursos mostra-se de suma importância, visto que são a partir de tais aspectos que se, notadamente, pode conhecer a fundo o cliente.

Uma vez coletadas as informações referentes à origem dos recursos, as instituições podem, em certos casos, exigir comprovação das mesmas a partir do suporte de detalhes ou documentação adicional. Logo, a corroboração se faz eficaz quando ajuda a apoiar as informações de origem de recursos inicialmente fornecidas³⁴.

Fato é que, independentemente de qual seja a fonte dos recursos, o importante é que a análise feita pelas instituições consiga concluir se as informações relativas aos recursos parecem ser razoáveis, plausíveis e, em especial, condizentes com a realidade. Por mais que nem sempre todos os elementos possam ser levantados e que lacunas no histórico do cliente sejam inevitáveis³⁵, o essencial é que as instituições consigam obter um quadro geral.

Apesar disso, lacunas significativas ou inconsistências gritantes devem ser levadas em consideração na hora de classificar o risco do cliente. Nesses casos, podem as instituições solicitar maiores detalhes e/ou documentação adicional para esclarecer os pontos levantados. O importante é que todas as informações – sejam aquelas levantadas de maneira

³⁴ Wolfsberg Group Frequently Asked Questions (FAQs) Source of Wealth and Source of Funds, p. 3. Disponível em https://www.wolfsbergprinciples.com/sites/default/files/wb/Wolfsberg%20SoW%20and%20SoF%20FAQs%20August%202020%20%28FFP%29_1.pdf Acessado em maio de 2022.

³⁵ Ibid. p.3.

independente pelas instituições ou aquelas fornecidas pelos potenciais clientes – sejam suficientes para montar uma imagem clara e coerente do cliente e entender melhor o que levou à acumulação dos recursos.

Nas situações em que o cliente não tenha como comprovar seus recursos, como nos casos em que os mesmos forem decorrentes de herança recebida há décadas, deve cada instituição, de acordo com seu apetite de risco, decidir se deseja prosseguir o relacionamento com o potencial cliente ou se seria o caso de negá-lo. Independente da decisão, devem todas as informações – ou a respectiva falta das mesmas – serem devidamente documentadas e retidas para que a instituição consiga comprovar, sempre que necessário, que realizou a diligência e que fez tudo que pôde para obter o maior número de informações possíveis. Ou seja, deve a instituição ter todas as evidências do processo de tomada de decisão, isto é, se ao menos tentou solicitar maiores informações, se realizou sua devida diligência da melhor forma possível, os motivos pelos quais essas informações ou evidências não estão disponíveis, o motivo do porquê decidiu ou não prosseguir e/ou manter o relacionamento com determinado cliente e, caso prossiga com o *onboarding* do mesmo, mapear todas as medidas de mitigação e controle que devem ser observadas devido à insuficiência e incompletude das informações.

Da mesma forma, nos casos em que a instituição conseguiu obter todas, ou uma quantidade razoável, de informações sobre os recursos do cliente, deve a mesma manter todas as evidências salvas de forma adequada, para formalizar a realização da *due diligence* e o porquê de ter iniciado o relacionamento com o cliente.

Como previamente dito, todas as informações, dados, fatos e documentos coletados durante o processo de KYC devem ser suficientes para se montar um quadro geral sobre o perfil e histórico do cliente e, assim, conseguir classificar seu risco interno.

Ocorre que, a depender da origem dos recursos e do nível de informação disponível, o risco do cliente poderá mudar. A classificação de risco deve, pois, ser o mero resultado da quantidade de informações obtidas através do procedimento de KYC como um todo. De qualquer forma, diferentes tipos de cliente e de origem de recursos ensejarão em diferentes níveis de *due diligence*. A devida identificação da origem dos recursos do cliente pode impactar no risco do mesmo, o que resulta também na tomada de medidas que sejam adequadamente proporcionais.

Feitas estas considerações, uma vez que o KYC tenha sido feito e a devida *due diligence* relativa à origem dos recursos também, deve a instituição avaliar todos os elementos para então classificar o risco do cliente.

3. POLÍTICA DE PLD/FT

Feitas as considerações sobre os principais elementos de análise do KYC, essenciais à boa compreensão de sua importância, será analisado, a seguir, outro aspecto de extrema relevância, a saber a Política de PLD/FT.

A complexidade que assumem os elementos que envolvem e devem nortear o KYC passam a exigir que as instituições adotem mecanismos cada vez mais técnicos para estabelecer as diretrizes que as mesmas devem seguir.

Assim, conforme estabelecido na Resolução CVM Nº 50, (i) as pessoas naturais ou jurídicas que prestem no mercado de valores mobiliários, em caráter permanente ou eventual, os serviços relacionados à distribuição, custódia, intermediação, ou administração de carteiras; (ii) as entidades administradoras de mercados organizados e as entidades operadoras de infraestrutura do mercado financeiro; e (iii) as demais pessoas referidas em regulamentação específica que prestem serviços no mercado de valores mobiliários, incluindo os escrituradores, os consultores de valores mobiliários, as agências de classificação de risco, os representantes de investidores não residentes e as companhias securitizadoras³⁶, devem elaborar e implementar uma Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro, ao Financiamento do Terrorismo e ao Financiamento da Proliferação de Armas de Destruição em Massa que estabeleça as diretrizes mínimas para prevenção, detecção, análise e reporte de eventos atípicos de tais crimes.

Para fins deste trabalho, analisaremos a seguir os principais pontos relacionados ao processo de KYC que devem nortear a Política de PLD/FT, a saber, o cadastro dos clientes, a abordagem baseada em risco, também conhecida como ABR, e a descrição da atualização cadastral e monitoramento para que a instituição ativamente continue conhecendo seus clientes.

³⁶ Art. 3º da Resolução CVM Nº 50.

3.1. Cadastro

Um dos elementos que precisam constar na Política de PLD/FT de cada instituição é o processo de cadastro de seus clientes. Por cadastro deve-se entender o “registro, em meio físico ou eletrônico, das informações e dos documentos de identificação de clientes com os quais a instituição mantém relacionamento direto em função da prestação de serviços no mercado de valores mobiliários”³⁷. O cadastro se revela importante não apenas para corroborar as informações levantadas durante o processo de KYC, como também para verificar se as informações fornecidas pelos clientes estão condizentes com a realidade.

Conforme previsto no Anexo B à Resolução CVM N° 50, o cadastro deve conter, no mínimo, os seguintes dados cadastrais:

Se o cliente for pessoa física, exige-se³⁸ (a) nome completo; (b) data de nascimento; (c) naturalidade; (d) nacionalidade; (e) estado civil; (f) nome da mãe; (g) número do documento de identificação e órgão expedidor; (h) número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF/MF; (i) nome e respectivo número do CPF/MF do cônjuge ou companheiro, se for o caso; (j) local de residência e número de telefone; (k) endereço eletrônico para correspondência; (l) ocupação profissional; (m) nome da entidade, com respectiva inscrição no CNPJ, para a qual trabalha, quando aplicável; (n) informações atualizadas sobre os rendimentos e a situação patrimonial; (o) informações sobre o perfil do cliente; (p) se o cliente opera por conta de terceiros, no caso dos administradores de fundos de investimento e de carteiras administradas; (q) se o cliente autoriza ou não a transmissão de ordens por procurador; (r) local de residência dos procuradores, se houver, bem como registro se eles são considerados pessoas expostas politicamente, se for o caso; (s) qualificação dos procuradores e descrição de seus poderes, se houver; (t) datas das atualizações do cadastro; (u) assinatura do cliente; (v)

³⁷ Art. 2º, IV, da Resolução CVM N° 50.

³⁸ Art. 1º, I, do Anexo B à Resolução CVM N° 50.

se o cliente é considerado pessoa exposta politicamente; (w) cópia do documento de identidade e comprovante de residência ou domicílio; e (x) cópias da procuração e documento de identidade dos procuradores e respectivo número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF/MF, se for o caso.

Nos casos em que o cliente for uma pessoa jurídica que não emite valores mobiliários negociados em mercado organizado, exige-se³⁹ (a) denominação ou nome empresarial; (b) nomes e CPF/MF dos controladores diretos ou nome empresarial e inscrição no CNPJ dos controladores diretos, com a indicação se eles são pessoas expostas politicamente; (c) nomes e CPF/MF dos administradores; (d) nomes e CPF/MF dos procuradores, se couber; (e) inscrição no CNPJ; (f) endereço completo; (g) número de telefone; (h) endereço eletrônico para correspondência; (i) informações atualizadas sobre o faturamento médio mensal dos últimos 12 (doze) meses e a respectiva situação patrimonial; (j) informações sobre o perfil do cliente; (k) denominação ou razão social, bem como respectiva inscrição no CNPJ de pessoas jurídicas controladoras, controladas ou coligadas, quando aplicável, observado que na hipótese de a controladora, controlada ou coligada ter domicílio ou sede no exterior e não ter CNPJ no Brasil, deverá ser informada a razão social e o número de identificação ou de registro em seu país de origem; (l) se o cliente opera por conta de terceiros, no caso dos gestores de fundos de investimento e de carteiras administradas; (m) se o cliente autoriza ou não a transmissão de ordens por representante ou procurador; (n) qualificação dos representantes ou procuradores, se couber e descrição de seus poderes; (o) datas das atualizações do cadastro; (p) assinatura do cliente; (q) cópia do documento de constituição da pessoa jurídica devidamente atualizado e registrado no órgão competente e atos societários que indiquem os administradores da pessoa jurídica, se for o caso; (r) cópia da procuração e documento de identidade dos procuradores e respectivo número de

³⁹ Art. 1º, II, do Anexo B à Resolução CVM Nº 50.

inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF/MF, se for o caso; e (s) endereço completo dos procuradores, se houver, bem como registro se ele é considerado pessoa exposta politicamente.

Já nos casos em que o cliente for pessoa jurídica com valores mobiliários de sua emissão admitidos à negociação em mercado organizado, exige-se⁴⁰ (a) denominação ou razão social; (b) nomes e número do CPF/MF de seus administradores; (c) inscrição no CNPJ; (d) endereço completo; (e) número de telefone; (f) endereço eletrônico para correspondência; (g) datas das atualizações do cadastro; e (h) concordância do cliente com as informações.

Caso o cliente seja um fundo de investimento registrado na Comissão de Valores Mobiliários, exige-se⁴¹, então, (a) a denominação; (b) inscrição no CNPJ; (c) identificação completa do seu administrador fiduciário e do seu gestor, conforme aplicável; e (d) datas das atualizações do cadastro.

Por fim, caso o cliente não se enquadre em nenhuma das categorias acima, ainda assim exige-se⁴² (a) a identificação completa dos clientes; (b) a identificação completa de seus representantes e administradores, conforme aplicável; (c) informações atualizadas sobre a situação financeira e patrimonial; (d) informações sobre perfil do cliente; (e) se o cliente opera por conta de terceiros, no caso dos administradores de fundos de investimento e de carteiras administradas; (f) datas das atualizações do cadastro; e (g) assinatura do cliente.

Acrescente-se, ainda, que também deve constar, no cadastro, declaração datada e assinada pelo cliente inferindo que as informações e documentos fornecidos são verdadeiros, que se compromete a informar quaisquer alterações que vierem a ocorrer em seus dados cadastrais, que não está impedido de operar no mercado de valores mobiliários, dentre outras

⁴⁰ Art. 1º, III, do Anexo B à Resolução CVM Nº 50.

⁴¹ Art. 1º, IV, do Anexo B à Resolução CVM Nº 50.

⁴² Art. 1º, V, do Anexo B à Resolução CVM Nº 50.

declarações listadas nos incisos do art. 2º do Anexo B da Resolução CVM N° 50⁴³.

A Lei de Lavagem de Dinheiro também dispõe que as informações de cadastro deverão ser conservadas durante o período mínimo de 5 (cinco) anos a partir do encerramento da conta, podendo o prazo ser estendido por autoridade competente⁴⁴.

Assim, o aconselhável é que as instituições apenas prossigam com o relacionamento comercial com o cliente após o recebimento dos dados cadastrais e da documentação mínima exigida. Ainda, poderão as instituições, conforme seu melhor julgamento, exigir critérios ou determinar providências adicionais em relação ao cliente durante o processo de cadastramento, em especial quando se tratam de clientes de alto risco. Em todo caso, assim como disposto tanto pela Lei de Lavagem de Dinheiro, quanto pela Resolução CVM N° 50, devem as instituições sempre manter o cadastro de seus clientes atualizados, como se verá adiante.

3.2. Abordagem Baseada em Risco (ABR)

Outro aspecto que deve ser abordado na Política de PLD/FT é a adoção de uma abordagem baseada em risco para garantir que as medidas de prevenção e mitigação sejam proporcionais aos riscos identificados nos respectivos clientes das instituições.

⁴³ Art. 2º. Do cadastro deve constar declaração, datada e assinada pelo investidor: I – de que são verdadeiras as informações fornecidas para o preenchimento do cadastro; II – de que se compromete a informar, no prazo de 10 (dez) dias, quaisquer alterações que vierem a ocorrer nos seus dados cadastrais, inclusive eventual revogação de mandato, caso exista procurador; III – de que é pessoa vinculada ao intermediário, quando aplicável; IV – de que não está impedido de operar no mercado de valores mobiliários; V – informando os meios pelos quais suas ordens devem ser transmitidas; e VI – de que autoriza os intermediários, caso existam débitos pendentes em seu nome, a liquidar os contratos, direitos e ativos adquiridos por sua conta e ordem, bem como a executar bens e direitos dados em garantia de suas operações ou que estejam em poder do intermediário, aplicando o produto da venda no pagamento dos débitos pendentes, independentemente de notificação judicial ou extrajudicial, quando aplicável.

⁴⁴ Art. 10º, § 2º, da Lei de Lavagem de Dinheiro.

Bem como infere o Guia ANBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo, a “*ABR é, com certeza, o eixo central das normas de PLD-FT (...). A adoção da ABR é um convite ao mercado para mudança de cultura, em que as normas saem de uma condição prescritiva para uma visão mais principiológica*”⁴⁵. Sendo assim, devem as instituições, no limite de suas atribuições, analisar, identificar, compreender e mitigar os riscos de tais crimes inerentes às suas atividades a partir da adoção de uma ABR.

Desta forma, cada instituição deve elaborar sua metodologia de ABR de acordo com seus próprios critérios que devem ser levados em consideração para, então, classificar seus clientes em “baixo”, “médio” ou “alto” risco, em conformidade com suas particularidades e características.

A título de exemplo, poderão ser classificados como baixo risco aqueles clientes que forneceram devidamente todos os documentos solicitados e cujas informações disponibilizadas estavam condizentes com aquelas que foram encontradas de forma independente pela instituição no processo de KYC. Da mesma forma, elementos como a inexistência de notícias negativas ou processos relevantes no nome do cliente, o fato de não constar em nenhuma lista restritiva, bem como não ser qualificado como PEP ou organização sem fins lucrativos, contribui para a atribuição de um grau menor de risco, tendo em vista que nenhuma *red flag* foi encontrada.

Já a classificação do cliente como médio risco pode ocorrer nos casos em que, embora não existam inconsistências relevantes em seu cadastro, o mesmo não tenha fornecido integralmente a documentação e dados solicitados, apesar de ter fornecido grande parte. Também pode ser motivo para se atribuir um grau maior o fato de o cliente exercer, por exemplo, determinada atividade que possa ser considerada mais sujeita ao envolvimento com crimes, a localização geográfica em que se encontra, a

⁴⁵ Guia ANBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo. Op. Cit. p. 14.

identificação de relacionamento do cliente com um PEP ou organização sem fins lucrativos, ou até a existência de uma notícia desabonadora na mídia que seja passível de maior atenção e acompanhamento. Novamente, os critérios deverão sempre estar de acordo com o apetite de risco da instituição, podendo algumas serem mais rigorosas do que outras.

Por fim, podem ser classificados como alto risco aqueles clientes (i) que são identificados como PEPs ou organização sem fins lucrativos; (ii) que foram acusados ou condenados em processo judicial relevante para fins de LD-FT ou processos que sejam considerados igualmente graves pela instituição; (iii) a existência de um grande número de notícias negativas na mídia que evidenciem a possibilidade de envolvimento com atividade ilegal; (iv) o fato de o cliente ter se recusado ou hesitado em fornecer determinadas informações e/ou documentos; ou (v) caso sejam identificadas inconsistências ou lacunas significativas nos dados e fatos alegados pelo cliente, dentre outros.

Quaisquer que sejam os parâmetros de risco de cada instituição, devem estes estar devidamente descritos na Política de PLD/FT para nortear a tomada de decisão da instituição quando do *onboarding* de um novo cliente e/ou quando da realização do monitoramento contínuo. Afinal, a classificação dos clientes por grau de risco tem a finalidade de destinar maior atenção àqueles que demonstrem maior probabilidade de apresentar envolvimento com LD-FT.

Nesse sentido, veja-se as considerações feitas pelo Wolfsberg Group no tocante ao tema:

A reasonably designed risk based approach is one by which institutions identify the criteria to measure potential money laundering risks. Identification of the money laundering risks of customers (...) will allow institutions to determine and implement proportionate measures and controls to mitigate these risks.

(...)

The weight given to these risk categories (...) in assessing the overall risk of potential money laundering is discretionary with each institution. There clearly is

not one single methodology to apply to these risk categories, and the application of these risk categories is intended to provide a strategy for managing potential money laundering risks associated with potentially high risk customers.

(...)

Some degree of judgement is involved in determining the level of risk a particular client represents to an institution. An institution's risk based approach methodology may therefore also take into account additional risk variables, specific to any particular customer (...). These variables may increase or decrease the perceived risk posed by a particular customer (...).

(...)

Financial institutions should design and implement appropriate measures and controls to mitigate the potential money laundering risks of those customers that are determined to be higher risk as the result of the institution's risk assessment process.

(...)

Each institution needs to assess, based on its own criteria, whether a particular customer poses a higher risk of money laundering and whether mitigating factors may lead to a determination that customers engaged in such activities do not pose a higher risk of money laundering. Application of the risk variables described above plays an important part in this determination. There is no universal consensus as to which customers pose a higher risk (...)⁴⁶.

Além dos critérios de risco, a Política de PLD/FT também pode descrever os casos em que a instituição não deve, de forma alguma, prosseguir com o relacionamento com determinado cliente, como por exemplo nos casos em que determinado cliente consta em uma lista restritiva.

Desta maneira, a ABR implica na adoção de sistemas e critérios compatíveis com os riscos específicos de LD-FT que as instituições possam eventualmente se deparar. A partir da adoção de parâmetros de risco, a

⁴⁶ Wolfsberg Statement – Guidance on a Risk Based Approach for Managing Money Laundering Risks, pp. 2-5. Disponível em https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/pdfs/wolfsberg-standards/15.%20Wolfsberg_RBA_Guidance_%282006%29.pdf. Acessado em maio de 2022.

instituição estará apta a tomar medidas proporcionais e estabelecer controles para mitigar, de forma eficaz, potenciais situações de risco.

3.3. Atualização Cadastral e Monitoramento Contínuo

A Resolução CVM Nº 50 também dispõe que a Política de PLD/FT deve conter regras para que as instituições, de forma contínua, conheçam seus clientes e atualizem seus respectivos cadastros. Eis o que dispõe o art. 4º:

Art. 4º As pessoas jurídicas mencionadas nos incisos I a III do art. 3º desta Resolução devem elaborar e implementar política de PLD/FTP contendo, no mínimo:

(...)

II – a descrição da metodologia para tratamento e mitigação dos riscos identificados, a qual deve amparar os parâmetros estabelecidos na avaliação interna de risco, contemplando o detalhamento das diretrizes:

(...)

b) para continuamente conhecer:

1. os clientes ativos, incluindo procedimentos de verificação, coleta, validação e atualização de informações cadastrais, bem como demais diligências aplicáveis, de acordo com os arts. 11 e 17;

(...)

III – definição dos critérios e periodicidade para atualização dos cadastros dos clientes ativos, de acordo com o art. 11, observando-se o intervalo máximo de 5 (cinco) anos;

Fato é que a evolução dos relacionamentos que as instituições mantêm com seus clientes deve ser devidamente acompanhada, atualizada e monitorada de forma contínua. Afinal, mais importante do que conhecer seu cliente apenas quando do *onboarding* do mesmo, é continuamente conhecê-lo.

Conclui-se, assim, que nada impede que, uma vez classificado o risco, o mesmo não possa ser futuramente alterado em razão de novos acontecimentos. É preciso que as instituições estejam atentas, visto que as condições dos clientes podem mudar na medida em que o tempo passa. É o caso, por exemplo, de um cliente classificado como baixo risco no início do relacionamento comercial com determinada instituição ter, eventualmente,

passado a exercer um cargo público, tornando-o PEP. Logo, sua classificação de risco precisaria ser alterada.

Outras situações, que podem ser estabelecidas a critério de cada instituição e previstas na Política de PLD/FT, podem ser norteadoras para que, ao continuamente monitorar e atualizar os dados cadastrais dos clientes, as instituições possam decidir em manter ou, se for o caso, alterar a classificação originalmente atribuída.

O monitoramento contínuo serve não apenas para que a instituição possa observar fatores externos que possam influenciar no risco, como o surgimento de notícias desabonadoras na mídia que sejam relevantes para fins de LD-FT e surjam ao decorrer do relacionamento, como também para que sejam observados fatores internos que possam ensejar em maior atenção, como transações feitas com volumes e valores significativos e incompatíveis com a ocupação profissional, os rendimentos ou a situação patrimonial ou financeira declarada.

O importante é que as instituições estejam sempre atentas às condições relativas aos clientes que podem, eventualmente, ser alteradas. Tais condições podem fazer com que seja necessária uma reavaliação do risco, seja para diminuí-lo, aumentá-lo ou mantê-lo.

Ocorre que a classificação do risco do cliente acaba por influenciar a periodicidade de seu respectivo monitoramento. De acordo com a redação do inciso III acima, as instituições podem adotar seus próprios critérios para definir a frequência das atualizações cadastrais, devendo apenas observar o intervalo máximo de 5 (cinco) anos.

Apesar de o cronograma referente às atualizações cadastrais ser estabelecido de acordo com os critérios de cada instituição, o aconselhável – e mais lógico – é que se atribua um menor intervalo de tempo entre as atualizações cadastrais daqueles clientes classificados como alto risco.

Ao contrário, no caso dos clientes de baixo risco, que não apresentaram nenhum, ou praticamente nenhum, fator de risco quando da realização do KYC, pode a frequência da atualização cadastral ser maior, contanto que não ultrapasse o intervalo máximo previsto na lei.

A periodicidade deve ser proporcional ao risco atribuído ao cliente. Afinal, a intenção de estabelecer um intervalo menor para os clientes de alto risco é justamente destinar especial atenção aos mesmos. Estes devem ser monitorados de maneira diferenciada daqueles que não apresentam fatores de risco tão significativos.

4. CONCLUSÃO

O presente trabalho buscou descrever a importância do KYC como mecanismo de defesa das instituições para efetivamente conhecerem seus clientes, protegerem sua imagem e reputação e não cooperarem com recursos que tenham sido ilegalmente obtidos.

É neste contexto, e diante da falta de material nacional discorrendo aprofundadamente sobre os aspectos e elementos que envolvem o KYC, que se mostra relevante trazer a discussão sobre tal mecanismo.

Os meios e procedimentos para tanto devem ficar de acordo com os critérios de cada instituição, mas os mais comuns e efetivos, que foram objeto de análise do presente trabalho, são, resumidamente, os seguintes:

O primeiro passo é justamente buscar identificar e verificar a real identidade dos clientes e/ou beneficiários finais antes de dar prosseguimento à relação comercial com os mesmos. Além disso, é essencial que as instituições estejam cientes se tais figuras são classificadas como PEPs ou organizações sem fins lucrativos, que naturalmente traz um pressuposto de maior risco. Por mais que não se possa assumir que a origem dos recursos de tais figuras seja duvidosa, fato é que tais atividades naturalmente fazem com que o cliente possa ter potencialmente usado seu *status* para praticar atividades ilícitas, como a lavagem de dinheiro.

Para além da identificação de sua identidade, a instituição também precisa buscar conhecer quem seu cliente efetivamente é, através da análise de seu *background* por meio do KYC. Um valioso mecanismo para a identificação de potenciais riscos atrelados aos clientes é a pesquisa por notícias negativas que sejam relevantes para fins de LD-FT. Desta forma, as instituições podem não apenas conhecer melhor o *background* do cliente, como também ficar cientes dos riscos que podem estar sujeitos caso iniciem o relacionamento comercial com o mesmo.

Além das notícias negativas, é de suma importância a instituição fazer uma busca por processos para identificar casos em que estes podem ser relevantes para fins de LD-FT.

Outro importante fator de análise é a checagem de listas restritivas para que a instituição tenha conhecimento caso seus clientes constem em alguma delas e o porquê. Neste caso, tal fato pode ser determinante para a classificação interna do risco e, às vezes, para a decisão de não prosseguir com o relacionamento com determinado cliente, uma vez que se relacionar com pessoas que constam em listas restritivas pode influenciar a imagem e reputação da instituição.

Por último, mas não menos importante, o presente trabalho buscou descrever a importância de as instituições buscarem conhecer a real origem dos recursos de seus clientes. Para tanto, o ideal é que o cliente forneça e/ou a instituição obtenha de forma independente o maior número de detalhes possível que, juntos, sejam suficientes para justificar os recursos de determinado cliente. As atividades e acontecimentos que levaram os clientes a acumular seus respectivos patrimônios podem ser decorrentes das mais diversas fontes. O importante é apenas que as instituições consigam identificar se os dados e fatos alegados e levantados são razoáveis, plausíveis e condizentes com o montante em questão.

Ademais, o presente trabalho expôs a importância da elaboração e implementação de uma Política de PLD/FT que determine todas as mínimas diretrizes que as instituições devem seguir para prevenir, detectar, analisar e, se for o caso, reportar eventos atípicos relacionados à lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo, bem como outras atividades ilícitas.

Antes de tudo, a instituição deve obedecer às regras mínimas de cadastro previstas pela Resolução CVM Nº 50, uma vez que a correta aplicação do processo de cadastro corrobora todas as informações levantadas através do KYC e valida a real identidade de um cliente. Além do mesmo fornecer a relação de documentos que, teoricamente, seria suficiente para

comprovar sua identidade, deve também declarar que todas as informações e documentos são verdadeiros e que se compromete a informar quaisquer alterações que venham a ocorrer na documentação, para que esta esteja sempre devidamente atualizada e a instituição possa continuamente conhecer a pessoa com quem está se relacionando.

A Política de PLD/FT também deve estabelecer a abordagem baseada em risco que a instituição irá seguir. Esta é essencial para que a instituição possa estabelecer sua própria metodologia, de acordo com seus critérios particulares, para nortear a classificação de risco dos clientes.

Por fim, a Política de PLD/FT também deve descrever a metodologia que a instituição irá seguir para continuamente conhecer os clientes ativos e definir os critérios e o intervalo de tempo para a atualização dos cadastros dos mesmos. Tais medidas devem ser proporcionais ao risco de cada cliente, visto que alguns, em razão do grau de risco, devem ser acompanhados em uma periodicidade menor. A partir da adoção de tais medidas, a instituição estará tomando providências relativas ao *ongoing* do relacionamento que mantêm com seus clientes, que são igualmente importantes àquelas que são tomadas quando do *onboarding*. Afinal, é ideal que as instituições estejam cientes dos riscos que apresentam seus clientes tanto no início do relacionamento, quanto no decorrer dele.

Isto posto, resta nítida a extrema importância do KYC como mecanismo para prevenir, ou ao menos mitigar, a chance de as instituições iniciarem ou manterem relações comerciais com clientes que estejam potencialmente envolvidos com atividades ilícitas, em especial a lavagem de dinheiro. É dever das instituições atuarem de forma ativa para não cooperar com crimes como este, e a adoção do processo de KYC é um excelente método para tanto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COX, Dennis. **Handbook of Anti Money Laundering**. 1ª ed. New York: Wiley, 2014. pp. 169-171.

DE CASTRO, Julia Maria Garcia. **Apontamentos Sobre a Adoção das Boas Práticas de Governança nas Organizações do Terceiro Setor. Importância da Adoção de um Programa de Compliance Efetivo, À Luz da Lei Nº 12.846/2015**. Revista Quaestio Iuris. Rio de Janeiro, n. 2, vol. 09, p. 1014, 2016.

DOS SANTOS, Léa Marta Geaquinto. **O desafio do combate à lavagem de dinheiro**. Revista de Informação Legislativa. Brasília, n. 166, p. 222, abr./jun. 2005.

GONZÁLEZ, Mariana. **Qual a importância de fortalecer o processo de KYC?**. Disponível em <https://kycbrasil.com/conceito/>. Acessado em 9 jun. 2022.

Guia AMBIMA de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo, pp. 4-27. Disponível em https://www.anbima.com.br/data/files/A9/63/A8/83/4B6EF710B2C98DF7882BA2A8/8.%20Guia%20ANBIMA%20PLDFT_02.10.20.pdf . Acessado em maio de 2022.

Office of the Comptroller of the Currency. **Money Laundering: A Banker's Guide to Avoiding Problems**, dez/2002, p. 10.

PROXIMAL CONSULTING WHITE PAPER 22. **Why You Must Know Your Customer**. Disponível em <https://static1.squarespace.com/static/56699360dc5cb494f64d97f4/t/58079bbcd482e9eb1f5d2222/1476893632684/WP22.pdf>. Acessado em maio de 2022.

RUCE, Philip J. **Anti-Money Laundering: The Challenges of Know Your Customer Legislation for Private Bankers and the Hidden Benefits for Relationship Management (“The Bright Side of Knowing Your Customer”)**. The Banking Law Journal, vol. 128, n. 6. Washington, pp. 549-560, jun. 2011.

THE WOLFSBERG GROUP. **Negative News Screening FAQs The Wolfsberg Group Frequently Asked Questions (FAQs) on Negative News Screening**. 2022. Disponível em <<https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/Negative%20News%20Screening%20FAQs%20%282022%29.pdf>>. Acessado em maio de 2022.

THE WOLFSBERG GROUP. **The Wolfsberg AML Principles Frequently Asked Questions with Regard to Beneficial Ownership in the Context of Private Banking**. 2012. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/pdfs/faqs/19.%20Wolfsberg-FAQs-on-Beneficial-Ownership-May-2012.pdf>. Acessado em maio de 2022.

THE WOLFSBERG GROUP. **Wolfsberg Group Frequently Asked Questions (FAQs) Source of Wealth and Source of Funds**, p. 3. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/Wolfsberg%20SoW%20and%20SoF%20FAQs%20August%202020%20%28FFP%29_1.pdf>. Acessado em maio de 2022.

THE WOLFSBERG GROUP. **Wolfsberg Guidance on Politically Exposed Persons (PEPs)**, 2017. pp. 3-5. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/Wolfsberg-Guidance-on-PEPs-May-2017.pdf>. Acessado em maio de 2022.

THE WOLFSBERG GROUP. **Wolfsberg Statement Guidance on a Risk Based Approach for Managing Money Laundering Risks**, 2006. Disponível em <https://www.wolfsberg-principles.com/sites/default/files/wb/pdfs/wolfsberg-standards/15.%20Wolfsberg_RBA_Guidance_%282006%29.pdf>. Acessado em maio de 2022.

WESSEL, Rhea. **Know Your Client-Or Else. Are Politically Exposed Persons Too Risky To Take On As Clients?** 4^a ed. vol. 27. CFA Institute Magazine, 2016. pp. 1-2.

A autora deste trabalho declara para todos os fins de Direito ser este um trabalho inédito, feito integralmente por esta autora e autoriza o Departamento de Direito da PUC-Rio a divulgá-lo, no todo ou em parte, resguardados os direitos autorais conforme legislação vigente