

Opinião do GLOBO

STF acertou ao garantir acesso a relatórios do Coaf

Corte reiterou que polícia e MP não precisam de ordem judicial para solicitar e obter dados financeiros

O Brasil criou o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf) no final da década de 1990. Na época, um dos principais focos das agências de inteligência financeira espalhadas pelo mundo era o tráfico de drogas. Depois do 11 de Setembro, a atenção recaiu sobre o terrorismo. No Brasil, o Coaf sempre teve relevância por desmascarar a lavagem de dinheiro oriundo do crime organizado e da corrupção, com destaque para as operações Lava-Jato e Greenfield. Foi também do Coaf que partiu o relatório que originou acusações de "rachadinha" contra o ex-Bolsonaro.

Dada essa importância em tantos casos de repercussão, o Supremo Tribunal Federal (STF) foi instado a dirimir uma dúvida sobre os procedimentos usados para obter dados financeiros: podem polícia e Ministério Público (MP) solicitar relatórios diretamente ao Coaf, sem autorização prévia da Justiça? Por unanimidade, a Primeira Turma do STF respondeu que sim. Os ministros Flávio Dino, Luiz Fux, Carmen Lúcia e Alexandre de Moraes referendaram a liminar do ministro Cristiano Zanin que derrubou uma decisão do

Superior Tribunal de Justiça (STJ) de 2019 e a Seta Turma do STJ em 2023. A necessidade de comunicação ágil entre investigadores e Coaf é óbvia. Na última avaliação realizada pelo governo com base em metodologia internacional, o Brasil aparece como país com risco baixo de financiar o terrorismo, mas médio em lavagem de dinheiro. "A corrupção se revela a modalidade de crime antecedente da lavagem de dinheiro mais perniciosa no país", afirma o relatório Avaliação Nacional de Riscos. A vasta capilaridade das organizações criminosas torna um desafio identificar os caminhos usados para lavar ativos. O tráfico de drogas e armas é hoje realizado por grupos com atuação internacional e estruturas sofisticadas para legalizar seus recursos.

O Coaf é um instrumento poderoso à disposição do Estado. O Brasil integra o Grupo de Ação Financeira (Gaf), organização de 40 países cujos objetivos incluem estabelecer alto padrão de investigação, cooperação e conduta no combate aos crimes financeiros. Esse compromisso é imprescindível para o aperfeiçoamento do ambiente de negócios brasileiro. O uso da inteligência financeira presuppõe responsabilidade, mas também agilidade.

2019 e a Seta Turma do STJ em 2023. A necessidade de comunicação ágil entre investigadores e Coaf é óbvia. Na última avaliação realizada pelo governo com base em metodologia internacional, o Brasil aparece como país com risco baixo de financiar o terrorismo, mas médio em lavagem de dinheiro. "A corrupção se revela a modalidade de crime antecedente da lavagem de dinheiro mais perniciosa no país", afirma o relatório Avaliação Nacional de Riscos. A vasta capilaridade das organizações criminosas torna um desafio identificar os caminhos usados para lavar ativos. O tráfico de drogas e armas é hoje realizado por grupos com atuação internacional e estruturas sofisticadas para legalizar seus recursos.

O Coaf é um instrumento poderoso à disposição do Estado. O Brasil integra o Grupo de Ação Financeira (Gaf), organização de 40 países cujos objetivos incluem estabelecer alto padrão de investigação, cooperação e conduta no combate aos crimes financeiros. Esse compromisso é imprescindível para o aperfeiçoamento do ambiente de negócios brasileiro. O uso da inteligência financeira presuppõe responsabilidade, mas também agilidade.

Artigos

opinioes.globo.com/coluna/mervalpereira

MERVAL PEREIRA

Blog opinioes.globo.com/mervalpereira
coluna.opinioes.globo.com.br



O espaço político

Há vários temas sendo analisados ao mesmo tempo pelo Supremo Tribunal Federal (STF) e pelo Congresso Nacional, dois deles importantes do ponto de vista da modernização de nossos hábitos e costumes, e esse fato, naturalmente, leva a atritos institucionais.

Ainda não chegamos à descriminalização do uso recreativo da maconha, como têm feito diversos países, o mais recente a Alemanha. Mas o Supremo está a um voto de declarar inconstitucional a definição de crime para o porte de maconha para uso pessoal, o que já é um passo na direção certa.

Outro tema importante, tanto política quanto socialmente, é a definição do que seja foro privilegiado. Em ambos os casos, os dois Poderes divergem. Sobre a maconha, o Congresso é bem mais restritivo que o Supremo, enquanto na questão do foro privilegiado o Supremo quer ser mais abrangente que o Congresso (este quer restringi-lo ao máximo). Ambos têm motivações políticas para suas posições.

O Congresso quer restringir o foro privilegiado, deixando apenas para os chefes de Poderes, com a intenção de reduzir o poder político do Supremo. Antes do mensalão, o foro por prerrogativa de função no Supremo era mesmo um privilégio. Historicamente, o Supremo nunca havia condenado um político até o julgamento do mensalão. A partir dele, o foro do Supremo passou a ser um pesadelo para os políticos, mesmo que ultimamente eles tenham sido beneficiados por decisões, muitas vezes monocráticas, que travaram processos, anularam provas ou transferiram a tribunais eleitorais denúncias de corrupção que, aos olhos de ministros, transformaram-se em simples operação de caixa do dia na campanha eleitoral.

Agora mesmo, com a prisão do deputado federal Chiquinho Brazão, voltou o receio de prisão por boa parte de parlamentares, por isso há o movimento para resistir à autorização para prendê-lo. Há nessa disputa também a busca de espaços políticos próprios. Os parlamentares consideram que o Supremo quer tê-los sob seu domínio, podendo apertar ou alargar o laço de acordo com o interesse pessoal de cada ministro. Querem se ver livres dessa tutela abrindo mão do foro privilegiado, que hoje já não é tão privilegiado assim.

ver livres dessa tutela abrindo mão do foro privilegiado, que hoje já não é tão privilegiado assim. Ao mesmo tempo, vingue-se do Supremo retirando de seus ministros o poder de decidir sobre seus destinos. No caso da maconha, a decisão é ideológica. No foro privilegiado, é uma posição política transitória. Chega a ser ridícula a situação de ver ministros da mais alta Corte judicial do país discutindo quantos gramas de maconha devem ser considerados "para uso pessoal".

Nos dois casos, o Supremo deveria deixar para o Congresso a decisão, mesmo que este tenha posições distintas da maioria dos ministros. Foro privilegiado é uma decisão do Congresso, que define o alcance que queira ter. Não vejo por que o STF deve decidir quem ele próprio julgará. É possível que, depois, alguma entidade que não concorde e tenha condições de recorrer ao STF para discutir a inconstitucionalidade da decisão. Só assim o STF deveria entrar nela.

É uma definição que precisamos ter, porque o STF muda decisões a seu bel-prazer, de acordo com interesses próprios. Várias delas são revistas rapidamente, cinco, seis anos depois. Isso não deveria acontecer.

O embate entre Congresso e STF na questão do porte de drogas é inevitável. É uma disputa de condições ideológicas distintas. Por isso, se confirmada a informação de que o ministro Dias Toffoli abrirá uma divergência, propondo que a questão das drogas seja definida pela Anvisa e pelo Congresso, teremos uma boa solução técnica para sair desse conflito político. STF só deveria entrar em questões como essas quando o Congresso evita decidir.

Contrato com empresa de fertilizantes exigia mais cautela da Petrobras

TCU estimou que operação para vender gás à Unigel trará prejuízo de quase meio bilhão à estatal

Um relatório da área técnica do Tribunal de Contas da União (TCU) prevê prejuízo de R\$ 487 milhões para a Petrobras se a empresa mantiver um contrato de venda de gás à fabricante de fertilizantes Unigel, que arrenda duas fábricas da Petrobras, na Bahia e em Sergipe. O contrato foi assinado em 29 de dezembro de 2023 numa tentativa de dar fôlego financeiro à empresa, que acumula dívidas de R\$ 90 milhões com a estatal e está em recuperação extrajudicial. Diante de uma operação que exigiria toda a cautela, a Petrobras resolveu seguir adiante.

De acordo com os técnicos do TCU, a diretoria atropelou as regras de governança da Petrobras para salvar a Unigel. O blog do colunista Malu Gaspar no GLOBO revelou que o canal de compliance da petroleira recebeu denúncias de que integrantes da equipe do presidente da estatal, Jean Paul

Prates, pressionavam para o fechamento do negócio, mesmo sem o aval da área técnica. A Petrobras informou ter aberto uma averiguação interna, confiscado celulares de dois diretores e não ter encontrado nenhuma irregularidade. Garantia ainda que o sistema de governança foi "integralmente respeitado". Mas não é essa a conclusão que se extrai do relatório elaborado pela área de auditoria do TCU especializada em petróleo, gás natural e mineração. O documento foi entregue ao relator, ministro Benjamin Zylberstein.

Não é função da Petrobras ajudar na recuperação de qualquer empresa, privada ou estatal. Alémdisso, vai contra os interesses de seus acionistas, entre eles a União, atuar como "hospital de empresas" amparando o negócio da Unigel num momento em que o fertilizante está em baixa, e seu insumo, o gás natural, em alta. O prejuízo inevitável é uma das razões por que o relatório do TCU afirma que

as análises de risco da estatal foram "evidentemente imprecisas, inertas e incompletas".

Pelo histórico da Petrobras, a diretoria deveria ser mais cautelosa com esse tipo de operação. Em 2006, a estatal comprou por US\$ 1,24 bilhão uma refinaria em Pasadena, no Texas, que havia sido vendida sete anos antes por US\$ 42,5 milhões — negócio sem nenhuma relação com o plano estratégico de internacionalização da companhia, que causou o final prejuízo de US\$ 792 milhões, de acordo com o TCU. Também não se pode esquecer a profusão de contratos superfaturados da Petrobras com empreiteiras, fonte de financiamento dos esquemas de corrupção que desmascaramos pela Operação Lava-Jato no escândalo do petróleo. A cultura corporativa da empresa já deveria ter criado defesas contra operações duvidosas que levantam suspeitas, como o contrato com a Unigel analisado pelo TCU.

GRUPO GLOBO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Joo Roberto Moreira
VICE-PRESIDENTES: Joo Roberto Moreira e Roberto Inno, Moreira

O GLOBO

apresentado por Joo Roberto Moreira
DIRETOR GERAL: Frederico Zupiani Kallit
DIRETOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS: Roberto Inno, Moreira
DIRETOR DE MARKETING: Roberto Inno, Moreira
DIRETOR DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
DIRETOR DE Operações: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA de Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

Princípios editoriais do Grupo Globo: <http://globo.com/pt-br/pt-br>

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Operações: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA DE Marketing: Roberto Inno, Moreira
ESTRUTURA de Relações Institucionais: Roberto Inno, Moreira

ESTRUTURA DE Vendas: Roberto Inno, Moreira
ESTRUT