TOP XVI

PROGRAMA DE TREINAMENTO DE PROFESSORES

CODIM – Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Haroldo R. Levy Neto

Coordenador

30/07/2015

COMITÊ CONSULTIVO DE EDUCAÇÃO

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

O CODIM

Instituído em 2005, o CODIM – Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado **completa 10 anos**.

Congrega **12 entidades** e tem a **CVM -** Comissão de Valores Mobiliários na qualidade de membro observador.

O CODIM tem como **objetivo discutir e sugerir a utilização das melhores formas de divulgação de informações das companhias abertas** para os seus mais **diferentes usuários**, através da elaboração de **pronunciamentos de orientação** a serem **disseminados e demandados por todas as entidades de mercado.**

Os pronunciamentos devem **alinhar as melhores práticas de divulgação** do Brasil e do exterior, **estabelecendo princípios básicos** e a **utilização de recursos tecnológicos compatíveis com as necessidades dos agentes de mercado.**

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Entidades Membro

ABRAPP	Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar
ABRASCA	Associação Brasileira das Companhias Abertas
AMEC	Associação de Investidores no Mercado de Capitais
ANBIMA	Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais
ANEFAC	Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade
ANCORD	Associação Nacional das Corretoras e Distribuidoras de Títulos e Valores, Câmbio e Mercadorias
APIMEC	Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais
BM&FBOVESPA	Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa
IBRACON	Instituto dos Auditores Independentes do Brasil
IBRI	Instituto Brasileiro de Relações com Investidores

Participa ainda do CODIM, na qualidade de membro observador, a
CVM – Comissão de Valores Mobiliários

COORDENAÇÃO | SISTEMÁTICA

Haroldo R. Levy Neto
Subcoordenadora:
Ligia S.L. Montagnani

Helmut Bossert
Subcoordenador:
Hélio Garcia

- **Os membros do CODIM definem os temas relevantes a serem debatidos**
- **Cada tema em questão é discutido pelos membros do CODIM, tendo dois relatores de entidades diferentes;**
- **Os relatores elaboram a minuta do Pronunciamento de Orientação (P.O.) que é discutida pelos membros do CODIM;**
- **O P.O. é colocado em Audiência Restrita entre os membros das entidades participantes do CODIM (30 dias)**
- **Volta ao CODIM que avalia as considerações e, após consenso, coloca em Audiência Pública (30 dias)**
- **Por fim, o CODIM analisa as sugestões da Audiência Pública e, após consenso do texto final do "Pronunciamento de Orientação", ocorre a divulgação e Coletiva de Imprensa**

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Entidades-Membro e Representantes

abrasca – Associação Brasileira das Companhi	Renata Lima Yara Piaulino
ANBIMA	Erika Lacreta Isabel Cunha
ANEFAC	Cecília Geron Marcus Vinicius Beszile
BM&FBOVESPA – A Nova Bolsa	Flávia Mouta Patricia Pellini
IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa	Alberto Whitaker Lélio Lauretii
ABRAPP	Adriana de Carvalho Vieira Emílio Mayrink
ANCORD – A NOVA ASSOCIAÇÃO DO MERCADO DE CAPITAIS	Ana Paula Tomé Vinícius Correa
amec – associação d no mercado	Daniela Zolko Renato Vetere
CFC	Gardênia Braga Rogério Vieira de Andrade
IBRACON – INSTITUTO DOS AUDITORES INDEPENDENTES DO BRASIL	Jairo Soares Marco A. Muzilli

Membro observador:

CVM	Gustavo dos Santos Mulé

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Relatorias

TEMA	ENTIDADES RELATORAS		DATA DO PRONUNCIAMENTO	CARTAS DE ORIENTAÇÃO
Teleconferências	IBRI APIMEC	Geraldo Soares Haroldo Levy	P.O. n° 01 de 05 /out/2005	09 Enviadas
Apresentações Públicas	APIMEC ANCORD	Ligia Montgnani Eduardo Fonseca	P.O. n° 02 de 13 /jul/2007	
Reuniões Restritas	IBRI ABRASCA	Helio Garcia Edina Biava	P.O. n° 03 de 26 /nov/2007	
Guidance	IBRI BM&FBOVESPA	Geraldo Soares Edna Holanda	P.O. n° 04 de 17 /abr/2008	
Ato ou Fato Relevante	AMEC IBRACON	Edison Garcia Marcos Sanches	P.O. n° 05 de 27 /nov/2008	
Release	IBRI CFC	Hélio Garcia Alexandre Oliveira	P.O. n° 06 de 05 /mar/2009	01 Enviada

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Relatorias

TEMA	ENTIDADES RELATORAS		DATA DO PRONUNCIAMENTO	CARTAS DE ORIENTAÇÃO
Período de Silêncio antes da Divulgação das Demonstrações Contábeis	APIMEC IBRACON	Haroldo Levy Marco Muzili	P.O. nº 07 22 /set/2009	43 Enviadas–Correção 06 - Elogios
Melhores Práticas de Divulgação de Resultados Periódicos	APIMEC CFC	Ligia Montagnani Alexandre Oliveira	P.O. n°08 12/fev/2011	
Instruções Preparativas para o Formulário de Referência	IBGC APIMEC	Charles Holland Haroldo Levy	P.O n°09 27/abr/2011	
Comunicação Eletrônica – *Website* de RI	IBRI AMEC	Helio Garcia Edison Garcia	P.O n°10 de 05/out/2011	
Período de Silêncio em Ofertas Públicas de Distribuição – Manifestação na Mídia	BM&FBOVESPA ANBIMA	Carlos Rebello João Carlos Gonçalves	P.O n° 11 11/jan/2012	

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Relatorias

TEMA	ENTIDADES RELATORAS		DATA DO PRONUNCIAMENTO	CARTAS DE ORIENTAÇÃO
Comunicação Eletrônica – *E-mail*	IBRI AMEC	Helio Garcia Edison Garcia	P.O n° 12 17/mai/2012	
Melhores Práticas para Elaboração e Divulgação do Relatório Anual	ABRASCA IBRACON	Edina Biava Marco Muzilli	P.O n° 13 15/jun/2012	
Melhores Práticas de Divulgação de Informações sobre Sustentabilidade	IBRI APIMEC	Geraldo Soares Haroldo Levy	P.O n° 14 04/set/2012	
Código de Conduta das Companhias	BM&FBOVESPA IBGC	Carlos Rebello Alberto Whitaker	P.O n°15 14/nov/2012	
Informação Relevante não Divulgada ao Mercado	IBRI ANBIMA	Geraldo Soares João Carlos Gonçalves	P.O n°16 30/nov/2013	

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Relatorias

TEMA	ENTIDADES RELATORAS		DATA DO PRONUNCIAMENTO	CARTAS DE ORIENTAÇÃO
Relacionamento da Companhia com a Imprensa	IBRI BM&FBOVESPA	Helio Garcia Patrícia Pellini	P.O n° 17 02/jun/2014	

Pronunciamentos em Elaboração

- **Simultaneidade na Divulgação de Informações – VOLTANDO DE AUDIÊNCIA PÚBLICA**
- **Segmentação da Comunicação do público dentro do Mercado de Capitais, como atender?**
- **Melhores Práticas de Divulgação de Notas Explicativas das Demonstrações Contábeis**
- **Melhores Práticas para Participação em Assembleias**
- **Relato Integrado**
- **Mídias Sociais**
- **Estimativas Contábeis**
- **Visitas às Companhias**
- **Importância dos Intangíveis**

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Relatorias por Entidade

	POs Divulgados	POs a Realizar
IBRI	09	03
APIMEC	06	03
AMEC	03	02
BM&FBOVESPA	04	00
IBRACON	03	02
ABRASCA	02	00
CFC	02	02
ANBIMA	02	00
IBGC	02	02
ANCORD	01	02
ABRAPP	00	01
ANEFAC	00	01

91 Reuniões realizadas!

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Outras Realizações e Participações

Seminário CODIM	Melhores Praticas de Divulgação de Informações ao Mercado: Setembro 2010 e 2012
Publicações	INFORME CODIM – a partir de maio/2015 Livreto CODIM - Atividades e Pronunciamentos – Setembro/2010 e 2012
Workshop	Período de Silêncio: Maio 2006
Participações	Temos participado de eventos do mercado e de reuniões com gestores de entidades e com a CVM

PO Nº 1 - Teleconferências

(Fonte: CODIM)

- TELECONFERÊNCIA DE COMPANHIA ABERTA BRASILEIRA, NEGOCIADA NA BM&FBOVESPA, FEITA **SOMENTE EM INGLÊS?**
- COM **RESTRIÇÃO DO TIPO DE PÚBLICO?**
- UMA TELECONFERÊNCIA **SEM TEMPO PARA PERGUNTAS?**
- OU COM FILTROS PARA **DEIXAR DE RESPONDER PERGUNTAS INDESEJADAS?**

PO Nº 2 - Apresentações Públicas Periódicas

(Fonte: CODIM)

- São aquelas realizadas com base em um cronograma prévio determinado pelas companhias, com o objetivo de divulgar e esclarecer o mercado acerca de suas informações periódicas, fora do contexto de uma oferta pública.

- **É uma das formas mais eficientes de prestação de contas ao mercado** sobre sua performance passada e, **principalmente, sobre suas perspectivas**, bem como para **receberem informações sobre as principais demandas dos seus públicos estratégicos**, demonstrando assim, o seu comprometimento com a transparência e interação com o mercado.

- Elas podem ser direcionadas para públicos específicos privilegiando a tempestividade, equidade e transparência das informações.

PO Nº 3 - Reuniões Restritas

(Fonte: CODIM)

- **UMA COMPANHIA PROMOVER REUNIÕES COM ALGUMAS PESSOAS, ONDE SÃO COMENTADAS INFORMAÇÕES RELEVANTES AINDA NÃO DIVULGADAS DE FORMA AMPLA.**
- **QUE RISCOS ESTE PROSSEDIMENTO PODE TRAZER?**

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- VÁRIAS COMPANHIAS INFORMAM O MERCADO SOBRE O QUE ESPERAM QUE OCORRA COM OS SEUS NEGÓCIOS NO FUTURO?
- ISTO É BOM OU É RUIM?

PO Nº 5 - Ato ou Fato Relevante

(Fonte: CODIM)

- **ATO OU FATO RELEVANTE DEVE SER DIVULGADO IMEDIATAMENTE DE FORMA AMPLA – É OBRIGAÇÃO LEGAL**
- O propósito deste Pronunciamento de Orientação é o de contribuir para a **melhor e mais eficiente divulgação das informações** aos participantes do mercado e de **evitar a assimetria informacional, a divulgação seletiva ou fracionada e/ou a não-divulgação de informações relevantes**, controlar eventuais "vazamentos", bem como **coibir práticas não equitativas e uso irregular de informações privilegiadas**.

PO Nº 6 - Release

(Fonte: CODIM)

- É um veículo de divulgação por escrito, para ser usado como ferramenta **auxiliar na disseminação de quaisquer informações**, sejam elas obrigatórias (Ato ou Fato Relevante) ou não (Comunicados ao Mercado), entre a Área de RI e os públicos estratégicos, por intermédio dos mais variados meios de comunicação e, portanto, **não deve ser confundido, nem deve substituir os procedimentos de publicação e arquivamento de informações na forma exigida pela legislação e regulamentação existentes, que deverão ser sempre executados antes da divulgação do release.**

- **Release tem a função de chamar a atenção para informações** que a Companhia considera que **deva haver melhor compreensão**, disseminando de **forma ampla, rápida e em linguagem acessível para evitar a assimetria da informação e ajustar os interesses de todos os públicos estratégicos.**

SERÁ QUE REALMENTE EXISTE PERÍODO DE SILÊNCIO?

- **PORQUE MUITAS COMPANHIAS USAVAM, E VÁRIAS AINDA USAM, ESTE ARGUMENTO PARA NÃO FALAR COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DA COMPANHIA DURANTE O PERÍODO DE PREPARAÇÃO E APROVAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS?**

É BOM OU É RUIM INFORMAR O MERCADO DE FORMA CONSTANTE?

NO QUE ISTO AFETA A EMPRESA E OS USUÁRIOS DAS SUAS INFORMAÇÕES?

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- O Formulário de Referência com suas respectivas regras de elaboração têm como seu principal objetivo **melhorar a inserção das companhias abertas no mercado mundial de capitais, promovendo a harmonização com as melhores práticas de prestação de contas das companhias** abertas hoje praticadas em países com bolsas de valores maduras.

- Outro importante objetivo do Formulário **é assegurar uniformidade entre as informações regularmente prestadas pelas companhias e aquelas que são ocasionalmente divulgadas** quando da oferta de distribuição de valores mobiliários, permitindo uma maior agilidade nos processos de registro de ofertas de distribuição, dado que as informações prestadas em bases periódicas tendem a minimizar o risco de incongruências em relação ao prospecto.

PO Nº 10 – Comunicação Eletrônica – Website de Relações com Investidores

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- O **Website de Ri é hoje a maneira mais confiável e eficiente das companhias se comunicarem de forma ampla** com seus acionistas, investidores, profissionais de investimento, analistas e outros públicos estratégicos.
- **Nossa orientação visa garantir que a comunicação com os investidores seja clara e eficaz.**

PO Nº 11 – Período de Silêncio em Ofertas Públicas de Distribuição de Valores Mobiliários – Manifestação na Mídia

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- Neste caso o termo "Período de Silêncio" refere-se exclusivamente à **restrição aplicável às instituições e pessoas envolvidas na realização de OPAS de se manifestarem junto à mídia quanto à divulgação de informações sobre a emissora, a oferta e o ofertante.**

Estão excetuadas de tal vedação as informações habitualmente divulgadas pela companhia, no curso normal das suas atividades.

- Ao determinar o Período de Silêncio, **a regra estabelecida pela CVM procura direcionar o público investidor para a leitura do prospecto, que é o documento que deve conter, direta ou indiretamente através de referência, todas as informações necessárias à tomada de decisão por parte do investidor e não parte dela, ou ainda, direcionamentos equivocados.**

PO Nº 12 – Comunicação Eletrônica – E-mail

(Fonte: CODIM)

- Um **eficiente sistema de distribuição de e-mail é peça fundamental na Política de Divulgação** pública de uma companhia e **revela-se decisiva para o êxito de uma estratégia adequada de comunicação e prestação de contas** entre a Área de RI e seus públicos estratégicos devendo ser utilizado como ação **complementar**.

- O propósito deste Pronunciamento de Orientação é o de **identificar as melhores práticas e procedimentos nas ações de comunicação das companhias pela utilização de e-mail,** valendo-se do meio digital da Internet.

PO Nº 13 – Melhores Práticas para a Elaboração e Divulgação do Relatório Anual

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- Este PO procura orientar sobre procedimentos para preparação de relatório anual, como forma de **contribuir para a adoção de boas práticas de divulgação de informações de forma clara e precisa, prestando contas e atendendo a boa governança corporativa.**

- **O Relatório Anual é uma das principais fontes de informações relevantes da companhia** para seus acionistas e demais públicos estratégicos, envolvendo **os aspectos econômico-financeiro, social e ambiental além de promover uma visão aprofundada das perspectivas de curto, médio e longo prazos para a companhia.**

PO Nº 14 – Melhores Práticas de Divulgação de Informações sobre Sustentabilidade

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- **A discussão sobre as questões que levam à sustentabilidade dos negócios das companhias, e delas mesmas, é uma realidade.**

- O propósito deste Pronunciamento de Orientação é **induzir as companhias a divulgar as estratégias, as ações e os fatos decorrentes da interação e de seus compromissos socioambientais e com o desenvolvimento sustentável, envolvendo os seus colaboradores, investidores, acionistas, clientes, fornecedores e demais públicos estratégicos, de forma ampla, transparente e integrada, colaborando para uma melhor percepção do futuro dessas companhias.**

PO Nº 15 – Código de Conduta das Companhias

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- Este Pronunciamento tem como objetivo **orientar as companhias na elaboração, atualização e divulgação de um Código de Conduta**, que, pautado em valores, materialize os seus princípios e compromissos, administre conflitos de interesse, discipline a competição interna e externa e proteja sua reputação, **orientando o relacionamento entre a sociedade, acionistas, conselheiros, diretores, colaboradores, consumidores, fornecedores, governo, mídia, concorrência e os outros públicos estratégicos.**

PO Nº 16 – Informação Relevante não Divulgada ao Mercado

(Fonte: CODIM)

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- **A INFORMAÇÃO RELEVANTE e a INFORMAÇÃO PRIVILEGIADA** são usuais para a companhia aberta, pois contemplam assuntos estratégicos, operacionais e financeiros significativos para que a organização atinja seus objetivos.

- **Para que se fomente a confiança na eficiência do mercado, deve-se buscar um ambiente transparente, pautado na divulgação de informações de forma tempestiva, abrangente, equitativa e simultânea.** Nesse sentido, **o sigilo das informações relevantes** ainda não divulgadas ao mercado **deve ser preservado**, até a consumação dos atos e a sua divulgação de forma ampla e irrestrita a todos os públicos estratégicos.

- **Este Pronunciamento tem o propósito de orientar as companhias na criação de estruturas internas de controle que evitem riscos de vazamento de informações privilegiadas e, portanto, que combatam a prática do INSIDER TRADING.**

PO Nº 17 – Relacionamento da Companhia com a Imprensa

(Fonte: CODIM

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

- **A aproximação da companhia com jornalistas** e outros profissionais da mídia especializada com a finalidade de ampliar o seu conhecimento sobre a companhia e seus negócios **é primordial,** pois **a imprensa é muito relevante no esforço de alcançar os públicos estratégicos e na manutenção da reputação da companhia.**

- **Companhias abertas** são alvo de acompanhamento sistemático da Imprensa e **não devem privilegiar um meio de comunicação em detrimento de outro.**

- **Entrevistas exclusivas podem ser utilizadas para se aprofundar aspectos de informações anteriormente divulgadas.**

- **A rotina no relacionamento com a Imprensa deve ter continuidade mesmo nos chamados períodos de silêncio, sobre as informações já divulgadas**.

TOP XVI

CODIM
Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

OBRIGADO!

Para acessar os Pronunciamentos completos e outras informações do CODIM, acesse o nosso site **www.codim.org.br**

- **Dê sua sugestão:** **codim@codim.org.br**