

I Encontro Mackenzie de Controladoria

Aprimorando a Comunicação entre a Academia e as Empresas

Haroldo R. Levy Neto

Coordenador do CODIM

Vice-coordenador de Relações Institucionais do CPC

18/agosto/2010

Tema debatido: Aprimorando a comunicação entre a academia e as empresas.

Desenvolvimento do tema: este tema foi inspirado na carta da presidente do EAA Alieen Pierce, que pôde ser sintetizado nos seguintes questionamentos:

- a) A comunidade acadêmica faz os esforços suficientes para comunicar a implicação de suas pesquisas para o público não acadêmico?
- b) A comunidade acadêmica demonstra de forma suficiente como os resultados de suas pesquisas se conectam com a prática e isso pode ser aprimorado?
- c) A comunidade acadêmica pode reportar os resultados de sua pesquisa de uma forma mais compreensível do que a atualmente praticada para a comunidade não acadêmica?

O debate foi mediado pelas Profs. Dra. Maria Luisa Mendes Teixeira, Coordenadora de pesquisa do CCSA e a Profa. Dra. Maria Thereza Pompa Antunes, Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, ambas do Mackenzie.

Além do **Coordenador do CODIM, Haroldo R. Levy Neto**, estiveram também como palestrantes e debatedores: a Profa. Dra. Ilse Maria Beuren, Presidente da ANPCONT, o Prof. Dr. Reinaldo Guerreiro, Professor e Diretor da FEA/USP e o Prof. Dr. Marcos Rizolli, Coordenador Geral da Pós-Graduação do Mackenzie.

APRESENTAÇÃO

1. CODIM

2. CPC

**3. Idéias para aproximar Academia /
Empresas / Mercado**

CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Criado em 2005 para auxiliar no aperfeiçoamento do mercado de capitais.

Compromisso: discutir e sugerir às companhias abertas a utilização das melhores formas de divulgação de informações para um público diversificado que exige maior qualidade, transparência, tempestividade, acessibilidade e detalhamento desses dados.

Missão: inclui a elaboração de **Pronunciamentos de Orientação** que devem alinhar as **Melhores Práticas de Divulgação**, estabelecendo princípios básicos e a utilização de recursos tecnológicos compatíveis com as necessidades dos agentes do mercado de capitais.



CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Entidades Coordenadoras:



Entidades Participantes:



Membro Observador:



Sistemática

- 1) *Membros do CODIM definem os temas relevantes a serem debatidos;*
- 2) *Escolhido o tema em questão, é discutido pelos membros do CODIM, sob responsabilidade dos relatores (com eventual pesquisa de campo para embasamento);*
- 3) *Elaborada a minuta do Pronunciamento, é feita audiência restrita entre os membros das entidades participantes do CODIM;*
- 4) *Volta ao CODIM que re-analisa e, após consenso, coloca em Audiência Pública;*
- 5) *Discussão e elaboração do texto final do “Pronunciamento de Orientação”, com conseqüente divulgação.*

TEMAS JÁ DISCUTIDOS

Tema	Relatores		Data do Pronunciamento	Cartas de Orientação
Teleconferências	IBRI Apimec	Geraldo Haroldo	P.O. n° 01 de 05 /out /2005	08 Enviadas
Apresentações Públicas	Apimec Ancor	Lígia Eduardo	P.O. n° 02 de 13 /jul/2007	
Reuniões Restritas	IBRI Abrasca	Helio Edina Biava	P.O. n° 03 de 26 /nov/2007	
Guidance	IBRI BM&FBovespa	Geraldo Edna Holanda	P.O. n° 04 de 17 /abr /2008	
Ato e Fato Relevante	Amec Ibracon	Edison Marcos	P.O. n° 05 de 27 /nov/2008	
Release	IBRI CFC	Hélio Alexandre	P.O. n° 06 de 05 /mar/2009	01 Enviada

TEMAS JÁ DISCUTIDOS

Tema	Relatores		Data do Pronunciamento	Cartas de Orientação
Período de Silêncio antes das Demonstrações Contábeis	Apimec Ibracon	Haroldo Muzili	P.O. nº 07 de 22 de set de 2009	43 Enviadas – Correção 06 - Elogios
Ofertas Públicas de Distribuição	BM&Fbovespa Anbima	Edna Mara	Em elaboração	
Remuneração de Executivos	Apimec IBGC	Haroldo Alberto	Temporariamente suspensa	
Melhores Práticas de Divulgação de Resultados	Apimec CFC	Ligia Alexandre	Em fase final para emissão	

TEMAS A DISCUTIR

1. Segmentação de Públicos dentro do Mercado de Capitais – Como atender?
2. Comunicação Eletrônica (Website, E-mail)
3. Visitas às empresas
4. Comunicação com os Stakeholders – Técnica x Linguagem simples
5. Insider Information
6. Conciliação de normas nacionais e internacionais
7. Melhores Práticas na Elaboração e Divulgação de Relatório Anual
8. Preparação da Equipe de RI / Atualização de informações e ferramentas para o RI
9. Comunicação com os órgãos reguladores
10. Código de Conduta das empresas
11. O relacionamento cotidiano da empresa com a imprensa
12. Instruções Preparativas para o Formulário de Referência



O que fazemos

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 de pronunciamentos de orientação a serem produzidos e ou disseminados no mercado por todas as entidades participantes direta ou indiretamente deste comitê.

Destaques

- **Lorm losum Sorem**
Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das
- **Lorm losum Sorem**
Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das

+ veja mais

Pronunciamentos

Elaborados

- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das Demonstrações Contábeis
- **Release** – Pronunciamento de Orientação nº 06 – divulgado em 05/Mar/2009
- **Ato ou Fato Relevante** – Pronunciamento de Orientação nº 05 – divulgado em 27/Nov/2008

Em Audiência Pública

- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das Demonstrações Contábeis
- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas

Em Elaboração

- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das Demonstrações Contábeis
- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas

A Discutir

- **Pronunciamento de Orientação 07** – Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das Demonstrações

Notícias

- **Pronunciamento de Orientação 07**
Período de Silêncio antes das Divulgações Públicas das Demonstrações Contábeisantes das Divulgações Públicas das

Apoios

- **Manual Abrasca de Controle e Divulgação de Informações Relevantes**



CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Site do CODIM – www.codim.org.br

E-mail: codim@codim.org.br



- Criação do CPC – 2005 (antes da Lei 11.638/07)
 - CPC emite Pronunciamentos, Interpretações e Orientações
 - Órgãos reguladores aprovam e implantam
- Cronograma
 - 2008 – Para implantação das duas Leis em 2008
 - 2009 - Emissão para vigência em 2010
 - 2010 – “full IFRS” – balanços consolidados das companhias abertas, bancos e seguradoras, independentemente do estágio dos balanços individuais
- Memorando de Entendimentos com o IASB
- FACPC – Fundação de Apoio ao CPC



Membros Fundadores

- ABRASCA – Associação Brasileira das Companhias Abertas
- APIMEC NACIONAL – Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais
- BM&FBOVESPA – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros
- CFC – Conselho Federal de Contabilidade
- FIPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras
- IBRACON – Instituto dos Auditores Independentes do Brasil



Membros Convidados

- Permanentes:
 - **Governo**
 - **CVM** – Comissão de Valores Mobiliários
 - **BACEN** – Banco Central do Brasil
 - **SUSEP** – Superintendência dos Seguros Privados
 - **RFB** – Secretaria da Receita Federal do Brasil
 - **Entidades Privadas**
 - **FEBRABAN** – Federação Brasileira de Bancos
 - **CNI** – Confederação Nacional da Indústria
- Outras entidades ou especialistas podem ser convidados



Sistemática

- **Membros do CPC definem o CRONOGRAMA de trabalho;**
- **É elaborado uma primeira minuta por membros, grupos de trabalho e/ou profissionais contratados e encaminhada para a discussão pelos membros do CPC, sob responsabilidade da Coordenadoria Técnica;**
- **Após a primeira discussão, se faz os ajustes necessários para a aprovação;**
- **Aprovada, é colocada em Audiência Pública;**
- **Finalizada a Audiência Pública, as sugestões são analisadas e incorporadas ou não, na minuta que volta aos membros do CPC para aprovação do texto final do documento;**
- **Aprovada para emissão, é feita uma última revisão e, a seguir a divulgação.**



- **Pronunciamentos aprovados – 44**
- **Interpretações aprovadas – 15**
- **Orientações aprovadas – 3**
- **Revisões Feitas – 1**
- **Documentos em Andamento – 10**
- **Sugestões Enviadas ao IASB – 7**



**CONSULTE SEMPRE OS SITES
WWW.CPC.ORG.BR
WWW.CVM.GOV.BR**

BOLETIM ELETRÔNICO DO CPC

Receba regularmente, enviando uma mensagem para boletim.cpc@cpc.org.br autorizando a inclusão de seu e-mail em nosso mailing.

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

- a) A comunidade acadêmica faz os esforços suficientes para comunicar a implicação de suas pesquisas para o público não acadêmico?
- Do lado do usuário das informações, eu sinto que ele é que acaba tendo que procurar material para embasar as suas análises e avaliações e/ou ele próprio acaba fazendo os seus próprios estudos. O ideal seria juntar as pontas – academia e profissional de investimentos – para trabalharem juntos. O mesmo acontece em relação a empresas e entidades do mercado. Todos têm esta necessidade e acabam por desenvolverem trabalhos separados e nem sempre divulgados, pelo menos de maneira ampla.

SUGESTÃO

Maior integração entre os pesquisadores – entidades de mercado e setoriais – imprensa especializada – empresas e provedores de fundos para estes trabalhos.

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

- b) A comunidade acadêmica demonstra de forma suficiente como os resultados de suas pesquisas se conectam com a prática e isso pode ser aprimorado?
- Acredito que não tem sido o suficiente.

SUGESTÃO

Eventos conjuntos – entidades e academia – são a forma mais rápida e eficiente de mostrar estas conexões, ampliando a divulgação, que na maioria das vezes atrai a imprensa especializadas. Existem várias entidades trabalhando desta forma, e algumas até têm áreas específicas dedicadas à pesquisa, além de concursos sobre temas específicos de cada uma dessas entidades.

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

- c) A comunidade acadêmica pode reportar os resultados de sua pesquisa de uma forma mais compreensível do que a atualmente praticada para a comunidade não acadêmica?
- A linguagem estritamente técnica, na maioria das vezes não atinge de forma adequada a comunidade não acadêmica que busca a visão mais prática das coisas.

SUGESTÃO

Assim como tentamos fazer no CODIM, a linguagem mais clara e simples pode deixar mais interessante e trazer mais profissionais para a leitura, entendimento e utilização de estudos acadêmicos.

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Mercado

(todas têm acesso constante à mídia especializada)

- **ABRASCA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS CIAS ABERTAS**
- Eventos com foco nos assuntos que estão na pauta das principais empresas abertas e contato com seus executivos
- **AMEC - ASSOCIAÇÃO DE INVESTIDORES DO MERCADO DE CAPITAIS**
- Eventos com foco nos assuntos que estão na pauta dos investidores de grande porte e contato com os executivos das principais instituições do mercado de capitais

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Mercado

- **ANBIMA – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS ENTIDADES DOS MERCADOS FINANCEIRO E DE CAPITAIS**
 - Eventos com foco nos assuntos que estão na pauta das principais instituições financeiras e contato com os seus executivos
 - Prêmio ANBIMA de Mercado de Capitais
 - Prêmio ANBIMA de Renda Fixa
- **ANEFAC - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE EXECUTIVOS FINANCEIROS, ADMINISTRADORES E CONTABILISTAS**
 - Eventos com foco nos assuntos que estão na pauta das empresas e contato com os seus executivos dessas três áreas
 - MBA Controller com a FIPECAFI
 - Publicação de Pesquisas e Artigos Técnicos
 - Certificações Profissionais em conjunto com entidades acadêmicas

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Mercado

- **APIMEC – ASSOCIAÇÃO DOS ANALISTAS E PROFISSIONAIS DE INVESTIMENTO E DO MERCADO DE CAPITAIS**
 - Cursos curtos conjuntos com a academia
 - MBA Mercado de Capitais com a FIPECAFI
 - Congressos com apresentação e publicações de trabalhos técnicos focados no Mercado de Capitais
 - Certificações Profissionais com entidades acadêmicas
 - Publicação de Pesquisas, Teses, Monografias e Artigos Técnicos
 - Reunião com empresas com foco na forma e no tipo de informação que elas estão divulgando e na demanda dos profissionais de investimentos brasileiros e estrangeiros, além do contato com os executivos das principais empresas abertas
 - Apresentações Setoriais e outros eventos com foco em mercado de capitais

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Mercado

- **IBGC - INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA**
 - Eventos no Brasil e no exterior com foco no que há de mais atual no mundo sobre este assunto, e contato com executivos e conselheiros das principais empresas do país apresentando as suas experiências
 - Centro de Conhecimento que reúne e disponibiliza estudos e fontes de conhecimento sobre GC, atuando na vanguarda, contribuindo para a disseminação dos valores e para o desenvolvimento das boas práticas de Governança no País.
 - Projeto piloto de publicação de artigos para informar aos associados, de forma adaptada, os temas da GC em discussão no ambiente acadêmico
 - Faz pesquisas e lança livros, em geral com parcerias
 - Prêmio IBGC Itaú Academia e Imprensa
 - Certificação de Conselheiros de Administração e Fiscais com parcerias acadêmicas para produção de material de estudos e de exames

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Mercado

- **IBEF SP – INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE FINANÇAS**
 - Eventos com foco em questões que atinjam executivos financeiros no desempenho profissional, procurando discutir com profundidade as controvérsias, novidades e medidas legais com repercussões para o mercado e para as empresas.
 - Prêmio Revelação em Finanças IBEF SP/KPMG
 - Divulgação de Artigos
- **IBRI - INSTITUTO BRASILEIRO DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES**
 - Eventos com foco em questões que atinjam os profissionais de RI e contato com estes executivos.
 - MBA – IBRI / FIPECAFI
 - Curso de Formação em RI – IBRI / Saint Paul
 - Revista RI
 - Faz pesquisas, em geral com parcerias
 - Publica Artigos Acadêmicos

Idéias para aproximar Academia / Empresas / Mercado

Entidades de Contabilidade

- **CFC - CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE**
- **IBRACON – INSTITUTO DOS AUDITORES INDEPENDENTES**

Outras

- **BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros**
- **CVM – Comissão de Valores Mobiliários**
- **BCB – Banco Central do Brasil**
- **SUSEP – Superintendência de Seguros Privados**
- **Entidades Setoriais**

**Idéias para aproximar
Academia / Empresas / Mercado**

OBRI GADO!