

Coletiva de Imprensa

Pronunciamento de Orientação CODIM 08 *Melhores Práticas de Divulgação de Resultados Periódicos*

Relatores: Ligia Silva Leite Montagnani
Alexandre Queiroz de Oliveira

17/fevereiro/2011

CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

Criado com o objetivo de ser uma nova e eficiente ferramenta de trabalho para o 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.


A missão do **CODIM** 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.

Estrutura do Comitê

Coordenadores



Geraldo Soares
Sub-coordenador:
Hélio Garcia



Haroldo R. Levy Neto
Sub-coordenadora:
Lígia Montagnani

Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais
Membro da Association of Certified International Investment Analysts - ACIIA

Sistemática:

- 1) *Membros do CODIM definem os temas relevantes a serem debatidos;*
- 2) *Escolhido o tema em questão, o mesmo é discutido pelos membros do CODIM, sob responsabilidade dos relatores;*
- 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.*

Entidades-Membro e Representantes



Edina Biava / Jurema Mellone



Edison Garcia / Walter Albertoni



Luiz Macahyba / Erika Lacreta



Carlos A. Rebello / Patrícia B. Pellini



Carlos Alberto de Souza Barros



Charles Holland / Alberto Whitaker



*Alexandre Oliveira /
José Aparecido Maion*



Marco A. Muzilli / Marcos Sanches

Membros observadores: Elizabeth Machado / Cláudia Hasler



PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO CODIM 08, de 17 de fevereiro de 2011.

As **Melhores Práticas de Divulgação de Resultados Periódicos** é um conjunto de procedimentos e ferramentas utilizados na divulgação e disseminação das informações pelas companhias visando à melhoria contínua da **qualidade das informações**, à **uniformidade**, à **maior abrangência** e à **equidade** na divulgação e **transmissão das informações a todos** os públicos estratégicos em sintonia com a legislação e regulamentação vigentes e orientações de cunho voluntário, como as emitidas pelo **CODIM**.

A **comunicação** revela-se **ferramenta fundamental** para uma prática mais transparente e responsável. A **adequada transparência resulta em confiança entre a companhia e os diversos públicos estratégicos**.

PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO CODIM 08, de 17 de fevereiro de 2011.

A companhia deve adotar **procedimentos de controle das informações não públicas** e deve **promover a conscientização de todos os colaboradores que lidam com informações privilegiadas**, de forma a sedimentar a **conscientização do caráter confidencial dessas informações** e preservar valiosos princípios norteadores do mercado de valores mobiliários, com o objetivo de que todos os públicos estratégicos tenham acesso à mesma informação e no mesmo momento, e que **o dever de lealdade dos administradores perante os acionistas** e a companhia seja observado.

A companhia também deve-se atentar para o **horário da divulgação de resultados periódicos**.

Consideram-se materiais ou ferramentas utilizados na divulgação de resultados periódicos:

- Calendário anual de eventos corporativos;
- Convite;
- Formulário cadastral;
- Formulário de referência;
- Demonstrações financeiras, formulário de demonstrações financeiras padronizadas - DFP e formulário de informações trimestrais – ITR;
- Releases de resultados;
- Teleconferências sobre os resultados (apresentações, transcrições e áudios);
- Apresentações públicas;
- Reuniões restritas;
- Planilhas interativas, entre outros.

Calendário anual de eventos corporativos:

Deve ser elaborado e divulgado, no mês de dezembro, o **calendário anual de eventos corporativos para o ano civil seguinte**, informando **todos os eventos programados** — atos e eventos societários, das reuniões públicas com profissionais de investimentos e quaisquer outros interessados e da divulgação das informações financeiras programadas. **Eventuais alterações** subsequentes **deverão ser incorporadas** ao calendário, cuja versão atualizada deverá ser enviada e divulgada da mesma forma como o foi em dezembro.

Demonstrações financeiras devem ser acompanhadas:

- Relatório da administração;
- Parecer do auditor independente;
- Parecer do conselho fiscal ou órgão equivalente, se houver, acompanhado de eventuais votos dissidentes;
- Proposta de orçamento de capital preparada pela administração, se houver;
- Declaração dos diretores de que revisaram, discutiram e concordam com as opiniões expressas no parecer dos auditores independentes, informando as razões, em caso de discordância; e,
- Declaração dos diretores de que reviram, discutiram e concordam com as demonstrações financeiras.

Releases de resultados:

Tem a função de informar, assegurar a compreensão e disseminar o desempenho da companhia no período a todos os públicos estratégicos, de forma clara, sintética e consistente, além de recomendar a leitura das informações periódicas previstas na Instrução CVM n. 480.

Além das orientações do órgão regulador sobre o assunto, são consideradas fontes importantes para a elaboração e divulgação do release: Pronunciamentos de Orientação do CODIM n. 6 - “Release”, e n. 7 - “Período de Silêncio Antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis”.

Teleconferências sobre resultados (apresentações, transcrições e áudios):

A teleconferência sobre os resultados é composta por duas partes: a apresentação inicial e a sessão de perguntas e respostas. Na primeira parte, a companhia deve apresentar os destaques operacionais e econômico-financeiros e deixar maior tempo para a sessão de perguntas e respostas, com o objetivo de permitir interatividade entre os palestrantes e os participantes.

Além das orientações acima citadas sobre o assunto, o Pronunciamento de Orientação do CODIM n. 1 — “Teleconferências”, deve ser adotado como garantia do procedimento adequado a ser realizado.

Apresentações públicas e reuniões restritas:

As apresentações públicas e reuniões restritas são realizadas depois da divulgação dos resultados e têm como objetivo apresentar informações ao mercado e prestar esclarecimentos sobre o desempenho operacional e econômico-financeiro passado, as perspectivas, bem como as informações demandadas pelos diversos públicos estratégicos. A entrega da apresentação aos participantes deve dar-se antes do início dos eventos, e ser disponibilizada no website de relações com investidores, em lugar de fácil acesso.

Além das orientações acima citadas sobre o assunto, os Pronunciamentos de Orientação do CODIM n. 2 — “Apresentações Públicas Periódicas”, e o n. 3 — “Reuniões Restritas”, devem ser adotados como garantia do procedimento adequado a ser realizado.

Apresentações públicas e reuniões restritas (cont.):

Destacam-se as seguintes recomendações desses Pronunciamentos de Orientação:

- A companhia deve realizar ao menos uma Apresentação Pública em cada exercício social, devendo envidar seus melhores esforços para realizar apresentações em diferentes localidades, sendo sempre representada pelos seus mais altos executivos, e em ao menos uma delas ter a presença de seu principal executivo;
- As apresentações, mesmo quando direcionadas a um público específico, sempre se revestirão do caráter de abertas ao público em geral e se restringirão à divulgação, explicação ou abordagem de fatos previamente comunicados aos órgãos reguladores e autorreguladores. A companhia deve, ainda, disponibilizar, concomitantemente, a apresentação dos slides utilizados nas apresentações, em seu inteiro teor, no seu website;

Apresentações públicas e reuniões restritas (cont.):

- Nas reuniões, os comentários sobre a performance e/ou projeções da companhia devem se basear nos relatórios sobre os trimestres anteriores, já devidamente arquivados nos órgãos reguladores e amplamente divulgados, e devem procurar focar o longo prazo;
- Deve sempre participar das Reuniões Restritas o Diretor de Relações com Investidores da companhia ou alguém designado da Equipe de RI, inteiramente familiarizado com os materiais arquivados previamente pela companhia, bem como com sua Política de Divulgação, sem prejuízo da participação conjunta de outros executivos preparados para esta tarefa; e,
- Durante Reuniões Restritas a companhia deve se abster de comentar rumores de mercado ou notícias infundadas.

Planilhas interativas ou balanços e indicadores interativos trimestrais:

Devem estar disponíveis no website de relações com investidores, apresentando o histórico de pelo menos três anos, com o objetivo de, periodicamente, facilitar a análise e a percepção do desempenho operacional da companhia a todos os públicos estratégicos, além de permitir a seleção dos parâmetros e das contas que lhes interessem, aumentando as possibilidades de análise.

Política de divulgação de informações ao mercado:

Como boa prática, toda companhia de capital aberto deve inserir em sua Política de Divulgação de Informações ao Mercado os procedimentos e as ferramentas de comunicação utilizados na Divulgação de Resultados Periódicos.

Temas já Realizados

- **PO1 - Teleconferências;**
- **PO2 - Apresentações Públicas Periódicas;**
- **PO3 - Reuniões Restritas;**
- **PO4 - *Guidance*;**
- **PO5 - Ato ou Fato Relevante;**
- **PO6 – *Release*;**
- ***PO7 – Período de Silêncio antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis; e***
- ***PO8 - Melhores Práticas de Divulgação de Resultados Periódicos.***

Temas em Elaboração

- **Instruções Preparativas para o Formulário de Referência (finalizada a audiência restrita);**
- **Período de Silêncio (*Quiet Period*);**
 - Ofertas Iniciais
 - Ofertas Secundárias
- **Insider Information;**
- **Comunicação Eletrônica ; e**
- **Formulação e Utilização do Código de Conduta das Empresas**

Temas a Discutir

- **Segmentação de Públicos dentro do Mercado de Capitais – Como Atender.**
- **O relacionamento cotidiano da empresa com a imprensa;**
- **Código de Conduta das empresas;**
- **Visitas às empresas;**
- **Conciliação de normas nacionais e internacionais**
- **Melhores Práticas na Elaboração e Divulgação de Relatório Anual ; e**
- **Comunicação com os Stakeholders – Técnica x Linguagem simples.**

Site do CODIM

- www.codim.org.br
- E-mail: codim@codim.org.br
- Temas já analisados, em elaboração e a elaborar.
- Estrutura do Comitê, Regulamento Interno, Participantes, Temas, FAQ, Mailing, Fale Conosco, *Downloads*.