

RECOMENDAÇÕES CODIM Nº01 – 21/03/2018

O **CODIM - Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado** informa que detectou determinadas práticas de divulgação de informações utilizadas por algumas Companhias Abertas, não aderentes às demandas dos seus Públicos Estratégicos.

O **CODIM** acredita que tais práticas não estão adequadas às recomendações de seus Pronunciamentos de Orientação (POs), produzidos e apoiados por suas Entidades-membro: ABRAPP – AMEC – ANBIMA – ANCORD – ANEFAC – APIMEC – B3 – CFC – IBGC – IBRACON – IBRI.

Desta forma, o **CODIM** publica as “**RECOMENDAÇÕES CODIM Nº1**”, apresentando a seguir algumas dessas situações e reforçando alguns trechos de nossos Pronunciamentos de Orientação¹ com alguns comentários, de forma a colaborar com as Companhias para que possam melhor atender aos seus Públicos Estratégicos:

Situação 1: Companhias que não anunciam em seus sites de RI as datas de divulgação de resultados trimestrais nem de teleconferências ou, quando divulgam, o fazem na última hora / Companhias que não observam as regras de publicação e atualização do Calendário Anual de Eventos Corporativos.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº01 - TELECONFERÊNCIAS de 05 de outubro de 2005 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Item 2. Toda Teleconferência deve ser pública, anunciada com antecedência e de maneira ampla, permitindo o acesso e a interatividade de todos os públicos estratégicos da Companhia. A Companhia deve divulgar amplamente uma linha telefônica e/ou e-mail (webcast - internet);

Item 3. A Companhia aberta deve também utilizar os sistemas de comunicação formais dos órgãos reguladores e autorreguladores para ampliar a divulgação da realização da Teleconferência, bem como disponibilizar links do webcast para entidades, instituições e portais econômico-financeiros.

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº08 - MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS de 17 de fevereiro de 2011 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Objetivo

1. Este Pronunciamento de Orientação tem o propósito de instruir as Companhias sobre as Melhores Práticas e Procedimentos de Divulgação e Disseminação de Informações relacionadas aos seus Resultados Periódicos, visando a uniformidade, a maior abrangência e a equidade na divulgação e transmissão das informações a todos os públicos estratégicos. A qualidade das informações na divulgação é ponto primordial, e neste sentido 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. Consideram-se materiais ou ferramentas utilizadas na divulgação de resultados periódicos:

¹ Sugerimos a leitura completa dos Pronunciamentos de Orientação apresentados neste documento, todos disponíveis em <http://www.codim.org.br>.

a) Calendário anual de eventos corporativos, convite, Formulário Cadastral, Formulário de Referência, Demonstrações Contábeis, Formulário de Demonstrações Financeiras padronizadas – DFP, Formulário de Informações Trimestrais – ITR, Releases de resultados, Teleconferências (apresentações, transcrições e áudios), Apresentações Públicas, Reuniões Restritas, e planilhas interativas, entre outros.

COMENTÁRIOS:

O site de RI da Companhia é uma das principais fontes de informação procuradas pelos seus Públicos Estratégicos, portanto, não pode ser relegado a segundo plano quando se trata de informar bem a todos.

O Calendário Anual de Eventos Corporativos publicado pela Companhia é fundamental para que todos os interessados se programem para participar ativamente desses eventos.

Situação 2: Companhias que só realizam teleconferência em inglês, ou realizam em inglês antes de fazerem em português.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº01 – TELECONFERÊNCIAS de 05 de outubro de 2005 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Item 9. A Companhia deve sempre realizar a Teleconferência para o mercado brasileiro em português e, especificamente naquela sobre divulgação de resultados, seguindo a legislação societária brasileira. A Companhia que fizer Teleconferência em quaisquer outros idiomas deve disponibilizar em seu website, o mais breve possível, a transcrição completa da apresentação, incluindo a sessão de perguntas e respostas traduzidas para os idiomas utilizados, de maneira a dar acesso a todos os públicos estratégicos;

COMENTÁRIOS:

Se a Companhia é negociada no Brasil, e principalmente, se for brasileira, é primordial que fale o idioma local, complementando com outros idiomas para atender os seus públicos internacionais.

Situação 3: Companhias que realizam a teleconferência logo após terem divulgado os resultados na CVM, o que não permite tempo suficiente para que os interessados possam avaliar as demonstrações contábeis e se preparar para debater os resultados e questionar a administração de forma fundamentada (este problema afeta a todos os Públicos Estratégicos e, no caso específico de jornalistas, tem ocorrido com maior constância).

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº01 - TELECONFERÊNCIAS de 05 de outubro de 2005 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Item 7. Para que seja produtiva a todos os interessados, a Teleconferência sobre a divulgação de resultados deve ser realizada em até 3 (três) dias úteis após a disponibilização das demonstrações contábeis aos órgãos reguladores;

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº17 - RELACIONAMENTO DA COMPANHIA COM A IMPRENSA, de 02 de junho de 2014 - REVISÃO R1 de 10 de setembro de 2015.

Item 23. Informações desfavoráveis relevantes, especialmente as contidas em press releases, devem ser divulgadas com a mesma presteza e franqueza que as informações favoráveis, sob pena de comprometer a transparência e a credibilidade junto aos meios de comunicação e aos públicos estratégicos em geral.

a) Em momentos de divulgação de resultados, trimestral e anual, ou de outros fatos de grande relevância para o mercado, a Companhia deverá, em razão da utilização de linguagem usualmente distinta, realizar teleconferências com jornalistas e outros profissionais dos meios de comunicação e com analistas, investidores e demais interessados, sem prejuízo de eventual realização de Coletiva de Imprensa. Recomenda-se que, nas teleconferências com analistas, investidores e demais interessados, seja permitida a participação de jornalistas e outros profissionais dos meios de comunicação, sendo que a Companhia deverá manter sua Área de Comunicação ou de Relações com Investidores preparada para receber e encaminhar eventuais questionamentos sobre assuntos não relacionados aos assuntos da teleconferência.

COMENTÁRIOS:

A Companhia deve se organizar para responder as perguntas logo que seus resultados forem publicados, mas somente fazer a Reunião Pública e/ou Teleconferência, após dar tempo suficiente para os seus públicos conseguirem analisar as informações, evitando também demorar muito, para não beneficiar uma minoria em detrimento da maioria.

Situação 4: Companhias que não dão a devida transparência ou destaque a números vitais do balanço, como lucro/prejuízo, dívida e outros.

ORIENTAÇÕES:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº08 - MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS, de 17 de fevereiro de 2011 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Objetivo

1. Este Pronunciamento de Orientação tem o propósito A qualidade das informações na divulgação é ponto primordial, e neste sentido 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.

COMENTÁRIOS:

As informações mais relevantes relativas aos negócios da Companhia, devem ser divulgadas com destaque e, não podem se misturar com informações não relevantes, o que pode confundir e muitas vezes passar despercebidas, dada a enorme quantidade de informações que têm que ser digeridas pelos seus Públicos Estratégicos.

Situação 5: Companhias brasileiras que, mesmo no Brasil, só realizam apresentações em inglês.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº08 - MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS de 17 de fevereiro de 2011 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Procedimentos para Divulgação de Resultados Periódicos por Todas as Companhias

Item 4. A Companhia deve enviar e disponibilizar os materiais utilizados na divulgação dos resultados periódicos concomitantemente, da seguinte forma:

a) Enviar à CVM, por meio de sistema disponível na página da CVM na rede mundial de computadores, às bolsas de valores ou às entidades do mercado de balcão em que a Companhia Aberta negocia os seus valores mobiliários, em

português. Adicionalmente, os materiais devem ser disponibilizados em inglês e eventualmente em outros idiomas, de acordo com a representatividade internacional da base acionária da Companhia;

COMENTÁRIOS:

É inconcebível que Companhias brasileiras e estrangeiras com negócios no Brasil, façam suas apresentações aqui somente em outro idioma que não o português.

Situação 6: Companhias que não realizam Reunião Pública com Analistas e Investidores.

ORIENTAÇÃO:

- PRONÚNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº02 - APRESENTAÇÕES PÚBLICAS PERIÓDICAS SOBRE A COMPANHIA de 13 de julho de 2007 - REVISÃO R1 de 8 de outubro de 2015.

Item 4. A Companhia deve realizar ao menos uma Apresentação Pública durante 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.

COMENTÁRIOS:

Companhias Abertas, têm que se comunicar adequadamente com os seus Públicos Estratégicos. Reuniões Públicas são essenciais dentro de um bom Programa de Divulgação de Informações ao Mercado, proporcionando contato pessoal, que é de extrema relevância para a necessária confiança dos profissionais de investimentos e investidores.

Situação 7: Companhias que atrasam o envio de Demonstrações Contábeis Trimestrais e/ou Anuais.

ORIENTAÇÃO:

- PRONÚNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº08 - MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS PERIÓDICOS de 17 de fevereiro de 2011 - REVISÃO R1 de 12 de novembro de 2015.

Item 4. A Companhia deve enviar e disponibilizar os materiais utilizados na divulgação dos resultados periódicos concomitantemente, da seguinte forma:

- a) Enviar à CVM, por meio de sistema disponível na página da CVM na rede mundial de computadores, às bolsas de valores ou às entidades do mercado de balcão em que a Companhia Aberta negocia os seus valores mobiliários, em português. Adicionalmente, os materiais devem ser disponibilizados em inglês e eventualmente em outros idiomas, de acordo com a representatividade internacional da base acionária da Companhia;
- b) Para órgãos reguladores e autorreguladores no exterior, quando aplicável;
- c) No seu website de Relações com Investidores, em diversos formatos de arquivo, inclusive para download, mantendo-os disponíveis por um período não inferior a três anos, contados da data de divulgação; e
- d) Envidar seus melhores esforços no sentido de divulgar e disseminar os dados com abrangência e simultaneidade, pelos meios de comunicação disponíveis, tais como portais de notícias, agências de notícias e imprensa em geral, sistemas wire, correio eletrônico (e-mail) e mídias sociais, todos sempre consistentes entre si.

Item 5. Deve-se atentar para o horário da divulgação de resultados periódicos. Este deve ser, sempre que possível, antes do início ou depois do encerramento dos negócios nos mercados em que os valores mobiliários da Companhia forem listados, prevalecendo o horário de funcionamento do mercado brasileiro em caso de incompatibilidade.

COMENTÁRIOS:

É uma obrigação, mas também uma responsabilidade muito relevante, a entrega das Demonstrações Contábeis dentro e até antes do período legal, para gerar e manter a confiança na administração da Companhia.

Situação 8: Companhias que atrasam o envio do Formulário de Referência e/ou o enviam incompleto, com erros e/ou inconsistências.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº09 - INSTRUÇÕES PREPARATIVAS PARA O FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA de 27 de abril de 2011 - REVISÃO R1 de 10 de setembro de 2015.

Conceituação

O Formulário de Referência é o principal informe de comunicação e de prestação de contas da Companhia a todos os públicos alvos, uma vez que nele estão reunidas informações relevantes para a compreensão e avaliação da Companhia e dos valores mobiliários por ela emitidos, tais como, atividades desenvolvidas, estrutura de controle, fatores de risco, dados econômico-financeiros, comentários dos administradores sobre o desempenho, políticas e práticas de governança corporativa, transações com partes relacionadas, composição de comitês e descrição da composição e da remuneração de sua administração.

Ele deve ser visto pela alta administração como um documento estratégico e dinâmico que deve ser cuidadosamente elaborado e permanentemente monitorado e atualizado sempre que ocorrerem mudanças que afetem o seu conteúdo, notadamente nos casos previstos na regulamentação específica.

Qualidade das Informações a Serem Inseridas no Formulário de Referência

Item 5. A regulamentação societária prevê determinados procedimentos na elaboração e divulgação de informações que devem ser cumpridas por todos, para garantir a qualidade das informações prestadas, resumidas a seguir:

- a) As informações devem ser verdadeiras, completas, consistentes e não devem induzir o investidor a erro;
- b) Todas as informações divulgadas pela Companhia devem ser escritas em linguagem simples, clara, objetiva e concisa;
- c) Através do Formulário de Referência, todo o mercado recebe informações padronizadas de forma abrangente, equitativa e simultânea;
- d) As informações fornecidas pela Companhia devem ser úteis à avaliação dos valores mobiliários por ela emitidos;
- e) Sempre que a informação divulgada pela Companhia for válida por um prazo determinável, tal prazo deve ser indicado;
- f) As informações factuais devem ser diferenciadas de interpretações, opiniões, projeções e estimativas; e
- g) Sempre que possível e adequado, informações factuais devem vir acompanhadas da indicação de suas fontes.

Item 6. Os conceitos acima precisam ser sempre bem compreendidos, enfatizados e aplicados por todos os envolvidos no processo de preparo e elaboração do Formulário de Referência da Companhia.

Processo de Preparo do Formulário de Referência

Item 7. O Formulário de Referência foi concebido para servir como um retrato da Companhia em seus diferentes aspectos. Por esse motivo, as informações nele requisitadas se originam de diferentes áreas, que por vezes devem ser apresentadas e comentadas de forma inter-relacionada.

Item 8. As melhores práticas indicam que a Companhia deva desenvolver e instituir um processo estruturado para a elaboração do Formulário de Referência. Dado o amplo escopo e diversidade das informações que devem ser divulgadas no Formulário, recomenda-se que esse processo inclua necessariamente as seguintes etapas:

- a) Formalização de um Comitê de Divulgação atuante;
- b) Análise e identificação das informações que deverão estar presentes no documento;
- c) Identificação das áreas e profissionais da Companhia que deverão estar envolvidos no preparo e elaboração do Formulário. Recomenda-se a formação de um grupo multidisciplinar, coordenado pelo Comitê de Divulgação ou pelo Diretor de Relações com Investidores;
- d) Definição das pessoas responsáveis pela elaboração, revisão e aprovação do Formulário, em todas as suas seções e subseções. Os responsáveis pela revisão e aprovação devem necessariamente ser integrantes da alta administração da Companhia;
- e) Definição do funcionamento do processo de revisão antes da entrega do Formulário;
- f) Planejamento e estabelecimento de um cronograma realístico;
- g) Acompanhamento e envolvimento efetivo do Presidente e do Diretor de Relações com Investidores, que são as pessoas diretamente responsáveis pelo conteúdo do Formulário, de acordo com a regulamentação específica, no processo de preparo, elaboração, revisão crítica e aprovação final do documento; e
- h) Envolvimento do Conselho de Administração e seus respectivos Comitês, assim como do Conselho Fiscal e do Auditor Independente.

COMENTÁRIOS:

O Formulário de Referência é um documento que ajuda muito os usuários para se atualizar sobre uma série de informações que devem ser lá colocadas de forma ágil. Se isso não ocorre, os usuários são prejudicados no acompanhamento de informações relevantes da Companhia.

Situação 9: Companhias que divulgam *Guidance* de Resultados/Lucros Líquido e/ou de EBITDA.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº04 - MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE ORIENTAÇÃO DO DESEMPENHO FUTURO DA COMPANHIA – *GUIDANCE* de 17 de abril de 2008 - REVISÃO R1 de 10 de setembro de 2015.

O uso do *Guidance* deve ser revestido de significativa prudência, de modo a não gerar expectativas indevidas dos investidores, bem como responsabilização junto a órgãos reguladores. Sua utilização por parte das Companhias é opcional, mas, uma vez utilizado, estas deverão sempre assegurar a observância de equidade, consistência, frequência e simultaneidade.

Item 5. O CODIM recomenda para aquelas Companhias que tiverem dúvidas sobre se devem informar um Guidance ou não ao mercado, e que consideram que uma orientação antecipada do seu desempenho é necessária, que façam uma indicação de longo prazo da sua estratégia e dos fundamentos e condições do seu negócio.

Item 10. O Guidance deverá ser bem fundamentado, contendo as premissas que o originaram, conforme exigido pela regulamentação vigente, abrangendo questões de mercado, macroeconômicas, regulatórias e setoriais de cada Companhia, sempre utilizando fonte de informações idôneas para se resguardar.

Responsabilidades na Divulgação de Informações ao Mercado

Item 17. A Administração e a Área de Relações com Investidores devem, ao divulgar Guidance, estar cientes da responsabilidade legal da Administração, conforme previsto na legislação vigente, bem como das implicações quanto à reputação, imagem e credibilidade da Companhia. A Administração responde perante a Companhia e os acionistas pelos danos que lhes causarem decorrente da divulgação de informações sobre o desempenho futuro não consistente com o desempenho efetivamente atingido pela Companhia, salvo na ocorrência de fatores que não poderiam ser razoavelmente esperados, controlados ou previstos pela Companhia.

Item 18. A responsabilidade pode ser maior ainda quando se tratar de projeção financeira, seja um fluxo de caixa ou uma informação pontual (como Lucro por Ação - LPA e *EBITDA*), em função das implicações legais que tais projeções podem acarretar à Companhia, que pode ser questionada pelos órgãos reguladores em que seus valores mobiliários estão listados. A Companhia que tomar a decisão de fornecer essas informações deverá efetuar uma análise criteriosa dos benefícios dessa divulgação.

COMENTÁRIOS:

Dada a quantidade de variáveis envolvidas nas projeções de Lucro Líquido e mesmo do *EBITDA*, o risco de se mudar a direção do *Guidance* durante um ano, seja para baixo ou para cima, e prejudicar investidores que tomam as suas decisões com base nesses Guidances, é grande e preocupa muito, podendo gerar no momento seguinte, desconfiança na administração da Companhia.

Situação 10: Companhias que fazem o Período de Silêncio antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis sobre todas as suas informações.

ORIENTAÇÃO:

- PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº07 - PERÍODO DE SILÊNCIO ANTES DA DIVULGAÇÃO PÚBLICA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS de 22 de setembro de 2009 - REVISÃO R1 de 10 de setembro de 2015.

Conceituação

O Período de Silêncio antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis é a conduta que deve ser utilizada pelas Companhias, conforme legislação e regulamentação vigentes, de não divulgar informações privilegiadas sobre seus resultados, a pessoas fora do âmbito dos profissionais envolvidos, durante o período de preparo e aprovação dessas demonstrações contábeis pela Diretoria e Conselho de Administração e que antecede a entrega dessas informações à CVM e às Bolsas de Valores e sua divulgação pública.

Objetivo

Item 1. Este Pronunciamento de Orientação de conduta tem o propósito de instruir as Companhias sobre as melhores práticas concernentes ao Período de Silêncio objeto

deste Pronunciamento, para não prejudicar o acompanhamento de suas atividades e visando a equidade na transmissão dessas informações a todos os públicos estratégicos.

Procedimentos antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis

Item 2. Divulgar ao mercado e colocar no seu *website*, em lugar de fácil acesso, se usa ou não o Período de Silêncio antes da Divulgação Pública das Demonstrações Contábeis e quais as suas características.

Item 3. Quando a Companhia enviar comunicados sobre a divulgação de resultados e/ou sobre a realização de teleconferências sobre este assunto, deve informar claramente se utiliza ou não, o Período de Silêncio e qual será a sua duração, alertando ainda se continua atendendo para questionamentos sobre outros assuntos neste período antes desta divulgação.

Item 4. As informações usuais, que não dizem respeito diretamente às demonstrações contábeis ainda não divulgadas devem continuar a ser divulgadas normalmente ao mercado.

COMENTÁRIOS:

Tem que ficar muito claro que não existe “Período de Silêncio” para a divulgação de informações, o que existe é Informação “Não Pública” que, portanto, não pode ser dada a ninguém, enquanto não houver a sua divulgação de forma adequada, equânime e pelos veículos formais e oficiais.

Haroldo R. Levy Neto

Helmut Bossert

Coordenadores do CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado

www.codim.org.br / codim@codim.org.br

CODIM

Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado