



Princípios Éticos e Código de Conduta Profissional Relações com Investidores



**Código de Conduta:
Ferramenta de Credibilidade**

Caro profissional de RI,

O IBRI (Instituto Brasileiro de Relações com Investidores) alcançou em 2008 onze anos de trabalho em defesa da atividade de RI, e é um sinal indiscutível de responsabilidade a grande demanda revelada pelo Código de Conduta, o que exigiu sua segunda reimpressão.

Lançado pelo IBRI em 2006, o Código de Conduta veio oferecer uma ferramenta indispensável para orientar e fornecer parâmetros profissionais diante da nova realidade vivida pelo mercado de capitais brasileiro e da evolução permanente que tem marcado a atividade de RI.

Lembramos que o Brasil vive uma etapa acelerada de transformações em seu Mercado de Capitais, caminhando em busca da democratização do acesso e da pulverização do capital das empresas entre um número muito mais expressivo de investidores, de todos os portes e características.

Ao mesmo tempo, o investidor internacional ajusta seu foco de atenção nos papéis de empresas brasileiras, e nesse cenário não basta que as empresas incorporem as melhores práticas de governança e ética: elas devem, obrigatoriamente, saber articular e comunicar essas práticas, ouvindo as demandas do mercado e reagindo a elas com eficiência e agilidade.

As exigências crescentes de excelência em comunicação e atendimento conferem ao trabalho do Profissional de RI um papel cada vez mais estratégico. Para produzir os resultados esperados, entretanto, esse trabalho deve seguir normas rigorosas de conduta, o que é essencial para a credibilidade das mensagens que serão transmitidas pela empresa.

Nesse sentido, o IBRI elaborou o Código de Conduta com o máximo de rigor e atualização profissional.

Sua leitura e adoção no dia-a-dia podem contribuir para que o profissional de RI defina exatamente suas atribuições dentro da empresa, identificando melhor sua responsabilidade perante a companhia e todos os seus públicos estratégicos (*stakeholders*).

O Código oferece uma ferramenta nova, rica em conteúdo e objetiva em sua linguagem, como apoio indispensável ao exercício ético da atividade de RI.

A necessidade de reimprimir o Código para atender a uma forte demanda dos profissionais confirma sua importância como referencial para todos aqueles que pretendem atingir e manter o nível de excelência em sua conduta profissional.

Fazemos agradecimento a todos os que colaboraram na elaboração deste Código.

Outubro de 2008.

Cordialmente,

João Pinheiro Nogueira Batista
Presidente do Conselho de Administração

Geraldo Soares
Presidente Executivo

O Instituto Brasileiro de Relações com Investidores – IBRI – tem por missão valorizar o papel da comunidade de profissionais de Relações com Investidores no Mercado de Capitais brasileiro, e contribuir para seu fortalecimento e aperfeiçoamento, com ações voltadas à formação de profissionais e fortalecimento da função.

Fundado em 5 de junho de 1997, o IBRI é uma entidade de direito privado, sem fins econômicos. Congrega associados em todo o Brasil, dividindo-se em cinco regionais: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Nordeste e Sul.

Índice

| | |
|---|----|
| Introdução | 5 |
| Apresentação | 6 |
| 1. Transparência | 8 |
| 2. Eqüidade | 10 |
| 3. Franqueza e Independência | 11 |
| 4. Integridade e Responsabilidade | 13 |
| Gerenciamento do Código..... | 15 |



Introdução

O que é o **Profissional de Relações com Investidores (RI)**? O que é a atividade de relações com investidores?

As relações com investidores podem ser definidas como parte da administração estratégica de uma empresa, pois envolvem atividades em que a comunicação contribua positivamente para uma justa avaliação da empresa. Conhecimentos e atividades ligadas às finanças, contabilidade, marketing financeiro e não-financeiro, comunicação e direito societário ou legislação ligada ao mercado de capitais e à emissão de títulos e valores mobiliários, sejam de dívida ou de ações, são necessários para o RI atingir as suas metas de comunicação com os públicos interessados.

O executivo de RI é responsável pela comunicação de mão dupla, pois fornece para o mercado e entidades legisladoras / fiscalizadoras (comunidade financeira e não-financeira), informações sobre dados históricos e perspectivas da empresa, utilizando as principais ferramentas de RI, e informa à alta administração (Conselho de Administração e Diretoria Executiva) a percepção e as demandas das partes interessadas sobre a companhia. O profissional de RI, para ter um elevado grau de eficiência, deve acompanhar a evolução estratégica da companhia e do setor em que atua, pois deve saber informar o mercado com responsabilidade e credibilidade.

Apresentação

Responsável por zelar pela transparência, o **Profissional de Relações com Investidores** representa o mais adequado e eficaz canal de comunicação entre a empresa e o mercado de capitais, alcançando níveis sempre mais altos de qualificação profissional e de posicionamento corporativo, e, nessa direção, podemos orgulhar-nos de ter o Brasil em sintonia com o que acontece de melhor nas economias mais avançadas.

Considerando-se que milhares de Profissionais de Relações com Investidores (RI) em todo o mundo desempenham atividades que, direta e/ou indiretamente, podem afetar a vida de milhares de pessoas, o que se caracteriza como importante fator de responsabilidade social, o Instituto Brasileiro de Relações com Investidores preparou este Código de Conduta Profissional a partir de Princípios Éticos por ele defendidos.

Reconhecemos que o objeto da Ética é o ato humano, voluntário e livre, e que se trata de critérios para determinar o bem e o mal moral. Mas, para que se possa julgar o aspecto moral dos atos humanos, é preciso eleger critérios, princípios e normas. Nesse sentido, o nosso Código de Conduta está baseado em quatro princípios éticos inter-relacionados, aplicáveis a qualquer profissional de RI em todo o mundo. Esses princípios deverão pautar o comportamento em todas as iniciativas e decisões dos profissionais de RI, das mais simples às mais complexas e estratégicas.

Os princípios éticos adotados pelo IBRI são:

1. Transparência
2. Equidade
3. Franqueza e Independência
4. Integridade e Responsabilidade

É extremamente importante que todos analisem esses princípios e que os incorporem em suas atitudes diárias. Os princípios devem valer tanto perante o público externo, como nas atividades cotidianas dentro da companhia, uma vez que o profissional de RI deve ser responsável por prover inteligência de mercado para a alta administração, mantendo-a informada: (a) sobre o que é divulgado ao público, para que todos estejam em sintonia com a consistência, tempestividade e melhores práticas, e (b) sobre o que o mercado pensa da empresa em relação a cada um dos itens a seguir.

1. TRANSPARÊNCIA

A prática da transparência é indispensável para que se construa um clima de confiança no mercado de capitais. Ela é um traço bastante distintivo da cultura da empresa, quando tem o caráter de espontaneidade e continuidade. Sua matéria-prima são todas as informações – financeiras e não-financeiras – relacionadas à empresa e à sua atividade, a serem divulgadas para permitir que o investidor tenha um entendimento e faça uma avaliação bem fundamentada sobre a empresa. O profissional de RI é, em primeiro lugar, um guardião da transparência. Portanto, é seu dever conhecer em profundidade a organização à qual está vinculado, bem como o setor econômico, visando esclarecer as dúvidas de todos os agentes do mercado de capitais.

Deveres do profissional de RI segundo o princípio da transparência:

- Conhecer em profundidade a organização e o setor em que atua;
- Manter uma comunicação aberta, clara e compreensível entre a companhia, o público interno e o público externo (com todas as obrigações de informar, corrigir e atualizar);
- Zelar pela exatidão, consistência e tempestividade na divulgação de informações, financeiras ou não-financeiras, de maneira a permitir ao investidor uma avaliação bem fundamentada de risco;
- Assegurar-se de que todas as informações e registros de que tome conhecimento e os documentos que lhes dão suporte descrevam e reflitam fielmente as transações havidas, sempre com base em critérios definidos que identifiquem o que é passível de divulgação, sem colocar em risco a estratégia e a operação da empresa;

- Cuidar para que os controles e procedimentos de informação e comunicação sejam apropriados e passíveis de verificação e avaliação externa e independente;
- Empenhar-se em um diálogo aberto com todas as partes interessadas, mas ter o máximo cuidado com as informações que envolvam projeções de resultados, solicitando da Empresa uma posição muito clara e explícita sobre esse tipo de comunicação.

2. EQÜIDADE

A disseminação de informações deve observar, além dos requisitos de clareza, amplitude e atualidade, o princípio básico da eqüidade, segundo o qual nenhum usuário de informação (seja no âmbito interno da empresa, seja no mercado) possa ser beneficiado por tratamento privilegiado. Cabe ao profissional de RI assegurar-se, por todos os meios a seu alcance, de que qualquer informação seja disponibilizada ao mesmo tempo a todos os públicos interessados.

Deveres do profissional de RI segundo o princípio da eqüidade:

- Zelar pela tempestividade e agilidade das informações, respeitando o princípio da eqüidade, buscando evitar que qualquer usuário externo tenha acesso a informação privilegiada ou que qualquer usuário interno ou externo dela faça uso indevido;
- Recomendar à empresa a adoção de Política de Negociação com Ações de Própria Emissão, definindo a *insider information* e a lista de pessoas que devem assinar o Termo de Adesão, além de difundir internamente a política para a conscientização dos colaboradores e pessoas relacionadas, das diversas áreas da empresa, sobre eventual divulgação de informação privilegiada e seus efeitos no mercado;
- Ampliar a acessibilidade, utilizando soluções tecnológicas que viabilizem e assegurem a simetria na comunicação, tais como disponibilizar informações em *websites* de RI, enviando mensagens de alerta (*e-mails alerts*);
- Zelar para que as informações cheguem aos acionistas/investidores/órgãos fiscalizadores/mercado, não só no prazo legal, mas de forma clara, objetiva, consistente e equânime, e nas versões de idiomas necessários para atender a todos os mercados em que a empresa possua títulos e valores mobiliários (ações ou dívida) registrados e negociados.

3. FRANQUEZA E INDEPENDÊNCIA

O profissional de RI deve zelar pela veracidade da informação que distribui, para que seja completa e confiável, sem meias-verdades ou distorções que enfatizem o lado positivo do fato ou evento e soneguem ou atenuem os aspectos menos favoráveis. Deve estar convicto de que a informação completa e sincera só trabalha em favor da reputação da Empresa, fortalecendo a credibilidade da organização e do profissional. Em sentido inverso, deve o RI levar para a administração da empresa todas as informações, críticas e avaliações que conseguir captar no mercado, para que sirvam de ferramenta no processo decisório. Deve ter, ademais, no exercício de suas funções, a independência necessária para comunicar aos demais órgãos da Empresa, notadamente à Diretoria e ao Conselho de Administração, qualquer descumprimento de disposições previstas em lei, na regulamentação da CVM ou mesmo da política interna.

Deveres do profissional de RI segundo o princípio da franqueza e independência:

- Empenhar-se para que a franqueza seja parte integrante da cultura da empresa, na certeza e na defesa de que todos têm a ganhar com um ambiente de confiança mútua, e de construção da credibilidade;
- Criar na empresa a convicção de que a franqueza – mesmo nas situações, como as de crise, em que o silêncio parece mais cômodo – é fator de peso na construção de uma sólida imagem interna e externa da organização, que é um de seus mais importantes valores intangíveis;
- Zelar pela veracidade de qualquer informação que distribua, sob pena de tornar-se co-responsável por distorções que venham a afetar o mercado;

- Assegurar-se de que sejam confiáveis as fontes das informações que venha a colher no mercado sobre a empresa a que está vinculado. Se não tiver essa segurança, mesmo assim deverá fazer chegar a informação à Administração, com ressalvas quanto à idoneidade das fontes, se for o caso;
- Promover a cultura empresarial para que o relacionamento Empresa/Mercado seja construído sobre o fundamento da franqueza, o que envolve a comunicação dos aspectos positivos ou negativos, favoráveis ou desfavoráveis, sem omissões ou meias-verdades, no tempo devido;
- Acreditar firmemente que só terá benefícios em trabalhar numa empresa que tenha conquistado uma reputação de plena credibilidade;
- Preservar um nível de independência profissional que lhe permita levar ao conhecimento dos demais órgãos da Companhia, notadamente à Diretoria e ao Conselho de Administração, eventual descumprimento de regras emanadas da lei, da regulamentação dos órgãos reguladores e auto-reguladores ou mesmo da política interna.

4. INTEGRIDADE E RESPONSABILIDADE

O primeiro princípio a ser observado pelo RI é o respeito total pelas leis do país e pela regulamentação oriunda dos órgãos que disciplinam seu mercado de trabalho (CVM, Banco Central, Bolsa de Valores, etc.). Nenhuma ação deve ser iniciada antes que a indagação sobre legalidade tenha sido respondida afirmativamente. O uso de qualquer informação, para vantagem pessoal, configura transgressão grave desse princípio. Embora profissionalmente vinculado à organização, o RI é o maior responsável pelo seu próprio conceito profissional, o que equivale a dizer que, em eventual situação de conflito – ainda que aparente – entre os interesses da organização e sua reputação profissional, deve prevalecer esta última.

Deveres do profissional de RI segundo o princípio da integridade e responsabilidade:

- Cumprir e fazer cumprir todas as normas legais e regulamentares que incidem sobre a atividade da companhia, especialmente aquelas que tratam da elaboração e disseminação de informações sobre os negócios sociais, zelando para que os demais colaboradores da companhia façam o mesmo;
- Ficar atento às situações que possam afetar a integridade da informação, ato ou fato relevante ocorrido, zelando para que a mesma, redigida de modo claro e preciso, seja elaborada em tempo hábil para divulgá-la e comunicá-la aos órgãos fiscalizadores e ao mercado, sempre que possível antes do início ou após o encerramento dos negócios em bolsa ou balcão, seja no mercado doméstico ou no internacional. Em caso de incompatibilidade de horários, deverá prevalecer o horário de funcionamento do mercado brasileiro;
- Solicitar, sempre simultaneamente às bolsas de valores e entidades do mercado de balcão organizado, nacionais e estrangeiras, em que os valores mobiliários de emissão da companhia sejam admitidos à negociação, a suspensão da negociação dos valores mobiliários de emissão da companhia aberta, ou a eles referenciados, pelo tempo necessário à adequada disseminação da informação relevante;

- Manter-se permanentemente informado e em contato com os participantes dos demais órgãos da companhia (acionistas controladores, diretores, membros do conselho de administração, do conselho fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas) sobre a existência de fatos relevantes que devam ser objeto de divulgação;
- Manter rigoroso sigilo quanto à informação (ainda que incompleta ou em formação) sobre os negócios da companhia, sendo-lhe terminantemente vedado utilizar, ou permitir que terceiros utilizem, informação que ainda não tenha sido divulgada ao público;
- Evitar que ele próprio, integrante de sua equipe, ou outro colaborador da companhia, venha a oferecer vantagem de qualquer natureza a terceiros;
- Recusar-se a receber de terceiros vantagem de qualquer natureza, zelando para que os integrantes de sua equipe adotem idêntico procedimento;
- Zelar para que sejam observadas, pelos integrantes dos diversos órgãos da companhia, a política de divulgação de ato ou fato relevante e de negociação que tiver sido adotada por deliberação do Conselho de Administração;
- Reportar para a alta administração se suspeitar ou reconhecer atos ilegais ou fraudulentos na companhia;
- Esclarecer as dúvidas dos agentes do mercado; portanto, nunca induzir a tomada de decisão do interlocutor;
- Zelar pela sua própria reputação profissional até o ponto de fazê-la prevalecer, em qualquer decisão, caso se configure conflito de interesse entre seus deveres e os interesses da empresa.

Gerenciamento do Código

Caberá ao Comitê de Ética do IBRI determinar a constante atualização e adequação deste Código, promover sua divulgação para todos os interessados internos e externos. Será de sua atribuição, ademais, dirimir questões de interpretação de qualquer das disposições deste normativo, bem como tomar conhecimento e julgar os casos de violação, em consonância com o disposto no artigo 47 do Estatuto Social e artigo 8 do Regulamento Interno do IBRI. O processo de apresentação de sugestões de nossos associados, bem como o de oferecimento de denúncias de violação do Código, deverá ser divulgado pelo Comitê de Ética, ouvido o Conselho de Administração do Instituto.

Comitê de Ética

Alfredo Egydio Setubal

José Luiz Acar Pedro

Lélio Lauretti (Presidente)

Luiz Leonardo Cantidiano

Mauro Cunha

Raymundo Magliano Filho

(Conforme as melhores práticas de governança corporativa, o Comitê de Ética do IBRI é estatutário.)

Créditos

Comissão de Ética

(Responsável pela elaboração do presente Código)

Coordenador

Lélio Lauretti

Membros

Breno Júlio de Melo Milton

Doris Wilhelm

Luiz Leonardo Cantidiano

Valter Faria

Projeto Gráfico: TheMediaGroup

1ª Impressão – Março de 2006 (Tiragem: 3 mil)

2ª Impressão – Maio de 2007 (Tiragem: 3 mil)

3ª Impressão – Outubro de 2008 (Tiragem: 3 mil)