



CODIM divulga orientação sobre Guidance

O CODIM (Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado) divulgou Pronunciamento (número 4) sobre as Práticas de Guidance (www.codim.org.br) no dia 17 de abril de 2008. Geraldo Soares, presidente executivo do IBRI e coordenador do Comitê, e Edna Holanda, analista de Desenvolvimento de Empresas da Bovespa, foram os relatores do pronunciamento.

No pronunciamento a definição de Guidance é entendida como qualquer informação prospectiva de natureza quantitativa ou qualitativa, fornecida pelas companhias abertas sobre seus resultados futuros. O CODIM orienta que o Guidance seja opcional, no entanto, caso a companhia deseje utilizá-lo deve seguir as premissas estabelecidas no pronunciamento, tais como: frequência pré-determinada, definição de tipo qualitativo ou quantitativo, período a que se refere, além da necessidade de informar se há restrições impostas pelo período de silêncio e o prazo desse impedimento. “A companhia aberta deve criar uma Política de Guidance, e essa deve ser incluída na Política de Divulgação de ato e fato relevante e deverá ser amplamente divulgada ao mercado”, ressalta o presidente do IBRI.

Para Edna Holanda, a frequência do Guidance é muito importante. “Acreditamos que o mais adequado seja 12 meses. Caso haja a necessidade de mudar a frequência, deve-se avisar ao mercado”, explica. Os relatores do pronunciamento ressaltaram a importância das companhias

utilizarem fontes idôneas e embasamentos teóricos fundamentados. “A responsabilidade é ainda maior quando a previsão é financeira. O cuidado deve ser redobrado quando for divulgar algum número não auditado”, finaliza Edna Holanda.

Segue o pronunciamento na íntegra:

CODIM

COMITÊ DE ORIENTAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES AO MERCADO

(ABRASCA – AMEC – ANBID – ANCOR – APIMEC – BOVESPA – CFC – IBGC – IBRACON – IBRI)

PRONUNCIAMENTO DE ORIENTAÇÃO Nº 04, de 17 de ABRIL de 2008.

EMENTA: MELHORES PRÁTICAS DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE O DESEMPENHO FUTURO DA COMPANHIA – GUIDANCE. NECESSIDADE DE PADRONIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO, COMO FORMA DE CONTRIBUIR PARA A ADOÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES E GOVERNANÇA CORPORATIVA. O Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado – CODIM –, com base em sua competência, torna público que, após submeter a matéria à audiência pública, aprovou, por decisão de seus membros em reunião realizada no dia 03 de abril de 2008, o presente Pronunciamento de Orientação, o que faz mediante os seguintes termos:

Conceituação

Neste instrumento os termos a seguir devem ser entendidos como:

- a. website: o endereço eletrônico da companhia ou entidade na internet;
- b. internet: a rede mundial de computadores;
- c. financial releases: informações financeiras divulgadas na mídia e prestadas pelas companhias;
- d. EBITDA: lucro líquido antes do imposto de renda e da contribuição social, do resultado financeiro líquido, das despesas de depreciação e amortização (sem ajustes), e do resultado não operacional;
- e. companhia: aquela constituída sob a forma de ações, nos termos da Lei 6.404/76.

A palavra inglesa guidance não encontra semelhante na língua portuguesa e sua tradução literal mais próxima seria “orientação”. Na língua inglesa, mais especificamente nos mercados financeiro e de capitais norte-americanos, a palavra guidance é usada como uma abreviação para earnings guidance, que consiste em orientação sobre o resultado financeiro, muitas vezes divulgada através do indicador earnings per share (lucro por ação). Neste pronunciamento, guidance deverá ser compreendido como: “qualquer informação prospectiva de natureza quantitativa ou qualitativa, fornecida pela companhia, sobre seu desempenho futuro”.

A prática do guidance é utilizada pelas companhias com o objetivo de:

- a) aproximar a realidade experimentada por elas à expectativa do mercado; e,
- b) orientar públicos específicos, tais como acionistas, investidores, profissionais da mídia, analistas e outros profissionais de investimentos, dentre outros.

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 empresas é opcional mas, uma vez utilizado, estas deverão sempre assegurar a observância de equidade, consistência e frequência.

As diretrizes a seguir foram elaboradas com o objetivo de orientar as companhias que optarem por adotar essa prática de governança corporativa de forma a atingir o fim precípua da informação de qualidade.

1. Política de Guidance

- a) A companhia deve informar ao mercado que pretende divulgar seu guidance, sendo que deverá explicitar, pelo menos: i) a frequência a ser adotada, se anual, trimestral e/ou outra periodicidade; ii) qual tipo de guidance será fornecido habitualmente, qualitativo e/ou quantitativo; iii) o período contemplado nas informações sobre o desempenho futuro apresentadas; iv) se há restrição quanto à divulgação de guidance em determinados momentos, como por exemplo, no período de silêncio que antecede a divulgação de resultados trimestrais/anual ou de fato relevante; v) qual o prazo dessa restrição;
- b) Essa Política de Guidance deverá ser incluída na Política de Divulgação de Ato e Fato Relevante adotada pela companhia, pois, conforme previsto na regulamentação vigente, a divulgação ou a modificação de projeções divulgadas pela companhia classifica-se como Fato Relevante.
- c) A política adotada pela companhia deverá ser amplamente divulgada ao mercado, pelo menos quando da primeira comunicação do guidance da empresa, devendo ser atualizada sempre que venha a sofrer alteração de quaisquer dos itens descritos acima.

2. Eqüidade

- a) A companhia deverá divulgar sua Política de Guidance, o seu guidance, bem como todas as atualizações, de forma ampla, equânime e simultânea para todos os agentes do mercado, devendo, para tanto, disponibilizar tais informações utilizando os meios previstos na regulamentação vigente tais como sistema IPE – Informações Periódicas e Eventuais e pelo Sistema IAN, DFP, ITR. Outras ferramentas adicionais que possam ajudar na disseminação dessas informações também devem ser utilizadas, tais como, entre outras, o website da companhia e financial releases,
- b) Para a companhia que possui valores mobiliários emitidos em outros países, essas informações deverão igualmente ser comunicadas aos órgãos reguladores locais, além de utilizar os demais meios de comunicação disponíveis.
- c) Caso alguma informação relevante sobre a perspectiva da companhia seja divulgada sem a devida eqüidade, caberá ao responsável pela área de Relações com Investidores garantir a sua imediata disseminação a todos os agentes do mercado através das ferramentas acima mencionadas.

3. Forma e Consistência

- a) A companhia deverá manter os parâmetros utilizados para divulgar as perspectivas futuras com o objetivo de dar consistência a informação e facilitar o entendimento dos participantes do mercado.
- b) O guidance deverá ser bem fundamentado, contendo as premissas que o originaram, conforme exigido pela regulamentação vigente, abrangendo questões de mercado, macro-econômicas, regulatórias e setoriais de cada companhia, sempre utilizando fonte de informações idôneas para se resguardar.
- c) A companhia deverá inserir no comunicado em que divulgar o guidance uma advertência de que o guidance contém declarações prospectivas, as quais estão sujeitas a riscos e incertezas, pois foram baseadas em crenças e premissas da administração e em informações disponíveis no mercado naquele momento. Os agentes do mercado deverão ser alertados que os resultados futuros podem ser substancialmente diferentes daqueles expressos no guidance.

4. Freqüência

- a) A companhia deverá apresentar, de acordo com a regulamentação vigente, junto às demonstrações financeiras trimestrais, o confronto entre o realizado e o projetado indicando os motivos que levaram ao desvio, caso houver.
- b) Objetivando e privilegiando a análise de longo prazo, o guidance deve compreender, sempre que possível, um período de, no mínimo, 12 meses, devendo a companhia realizar revisões sempre que achar necessário.
- c) Caso tenha que alterar a freqüência de divulgação ou do período projetado para o guidance, a companhia deve justificar esta mudança.

5. Alteração

- a) Quando do acontecimento de fatos ou eventos extraordinários, e que impactem de modo direto nas atividades ou resultados da companhia, esta deverá dar plena publicidade ao fato, por meio de divulgação de fato relevante, corrigindo as premissas do guidance, explicitando os principais motivos para a alteração do guidance, conforme exigência da regulamentação vigente.
- b) A companhia deve apresentar correções de seu guidance em qualquer momento que notar divergência significativa entre as informações sobre o desempenho futuro apresentadas e a realidade atual da companhia, equalizando assim as expectativas de todos os usuários das informações (guidance negativo), de acordo com o previsto na regulamentação vigente.

6. Responsabilidades na divulgação de informações ao mercado

- a) A Administração e a Área de Relações com Investidores devem, ao divulgar guidance, estar cientes da responsabilidade legal da Administração, conforme previsto no artigo 157, parágrafo 4 da Lei 6404/76, 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 atingidos pela companhia, salvo na ocorrência de fatores que não poderiam ser razoavelmente esperados, controlados ou previstos pela companhia.
- b) A responsabilidade pode ser maior ainda quando se tratar de projeção financeira, seja um fluxo de caixa ou uma informação pontual (tal 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 resolver fornecer essas informações deverá efetuar uma análise criteriosa dos benefícios dessa divulgação.
- c) A companhia deve ter cuidado especial ao divulgar antecipadamente informações sobre seu desempenho ainda não auditadas ou revisadas por auditores independentes.

São Paulo, 17 de Abril de 2008.

Geraldo Soares
Coordenadores

Haroldo Reginaldo Levy Neto