



Perguntas e Respostas

Código de Distribuição de Produtos de Investimento

Data: 11/11/2019

Versão: 01/19

Sumário

Perguntas e Respostas	3
I. Abrangência.....	3
II. Regras e Procedimentos	4
III. Qualificação e treinamento	5
IV. Contratação de Terceiros.....	5
V. Publicidade/Informações	6
VI. Atividade de Distribuição	8
VII. Suitability	8
VIII. Canais Digitais.....	10

Perguntas e Respostas

I. Abrangência

1. O Código de Distribuição se aplica às gestoras de recursos que distribuem seus próprios fundos de investimento?

Sim. As instituições que distribuem seus próprios fundos de investimentos, nos termos permitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”), e que sejam aderentes ao Código de Administração de Recursos de Terceiros (“Código de ART”), devem observar as regras do Código de Distribuição. Embora as gestoras de recursos não precisem aderir formalmente ao Código de Distribuição, elas devem observar e cumprir integralmente suas regras quando distribuírem seus próprios fundos de investimento.

2. Planos de previdência, aberta ou fechada, estão no escopo do Código de Distribuição?

Não. Conforme disposto no Código de Distribuição, os produtos de investimento por ele abarcados são os valores mobiliários e os ativos financeiros definidos pela CVM e/ou pelo Banco Central do Brasil (“BCB”), respectivamente. Entretanto, vale ressaltar, que os fundos de investimento classificados como previdenciários não estão dispensados do Código de ART, devendo, portanto, observar as regras lá previstas, como por exemplo, mas não se limitando, as regras de materiais publicitários ou técnicos.

3. O Código de Distribuição tem sua aplicabilidade afastada na distribuição para clientes *middle* e *corporate*. Pode-se considerar que a distribuição para institucionais (como por exemplo, fundações, Regimes Próprios de Previdência Social (“RPPS”)) também está contida nessa exceção?

Não. Conforme previsto no artigo 3º do Código de Distribuição destacado a seguir, não estão sujeitos ao código os clientes classificados no segmento *middle*, *corporate*, União, Estados e Municípios. No entanto, essa dispensa não se aplica aos RPPS, bem como, não abrange clientes institucionais.

Artigo 3º (...)

§5º. As Instituições Participantes estão dispensadas de observar o disposto neste Código na Distribuição de:

I. Produtos de investimento para:

- a. União, Estados, Municípios e Distrito Federal, observado o parágrafo 6º deste artigo; e*
- b. Pessoa jurídica dos segmentos classificados como middle e corporate, segundo critérios estabelecidos pela própria Instituição Participante;*

§6º. Os Regimes Próprios de Previdência Social (RPPS) não estão incluídos na dispensa de que trata o inciso I, alínea “a” do parágrafo acima.

4. Com relação a dispensa da aplicabilidade do Código de Distribuição para pessoas jurídicas do segmento *middle* e *corporate*, qual seria o porte financeiro dessas empresas?

A ANBIMA não estabelece critérios para definição de segmentos e classificação dos clientes *middle* ou *corporate*, devendo cada instituição estabelecer seus próprios procedimentos no que diz respeito a este assunto.

5. Os agentes autônomos de investimento devem aderir ao Código de Distribuição?

Não. Os agentes autônomos de investimento não estão no escopo de atuação da ANBIMA. Cabe destacar que as instituições aderentes ao Código de Distribuição que contratarem esses profissionais como prepostos deverão seguir regras específicas relativas à contratação e supervisão das atividades por eles desempenhadas.

6. O Código de Distribuição se sobrepõe ao Código de ART? Ou o Código de ART é independente do Código de Distribuição?

Os Códigos de ART e de Distribuição são independentes entre si e tratam de atividades distintas. O Código de ART autorregula as atividades de administração fiduciária e de gestão de recursos de terceiros, enquanto o Código de Distribuição autorregula a atividade de distribuição. Caso os gestores de recursos ou administradores fiduciários participantes do Código de ART realizarem, também, a distribuição de cotas de seus próprios fundos de investimento, nos termos permitidos pela Instrução CVM nº 558, estes devem observar as regras estabelecidas pelo Código de Distribuição no que concerne à atividade de distribuição desempenhada.

II. Regras e Procedimentos

7. A segregação e independência de atividades de gestão de recursos e de distribuição deve ser física em uma asset? Como ficaria esta segregação em uma empresa de pequeno porte?

A segregação física entre as atividades de gestão de recursos e de distribuição é obrigatória independentemente do porte da instituição. A única exceção a esta regra consta do artigo 12, §4º do Código de ART.

8. É obrigatório constar no site a divulgação de informações do diretor estatutário responsável pela distribuição de uma asset, considerando as instituições que devem apenas observar o Código de Distribuição?

A instituição deve atribuir a responsabilidade pela distribuição de produtos de investimento a um diretor estatutário ou equivalente. Tal obrigatoriedade também se aplica aos gestores de recursos que realizarem a distribuição de seus próprios fundos, uma vez que, embora não aderentes, devem observar o Código de Distribuição. Destacamos, contudo, que não é obrigatória a divulgação de informações sobre o diretor em questão no site da instituição.

III. Qualificação e treinamento

9. No Código de Distribuição não é mencionado no artigo 17 o conteúdo dos programas de treinamento dos profissionais. Haverá uma relação de temas que serão supervisionados?

As regras relativas às certificações e atualizações estão previstas no Código de Certificação. O artigo 11 do referido código dispõe que as instituições devem empenhar-se permanentemente para o aperfeiçoamento de seus profissionais, capacitando-os e fornecendo constante atualização sobre as regras e normas aplicáveis às suas atividades.

Não há atualmente regras específicas a respeito do conteúdo para os treinamentos, mas espera-se que a instituição mantenha os profissionais atualizados sobre as políticas da instituição relativas aos processos relacionados à atividade de distribuição, código de ética, novos produtos de investimento, alterações regulatórias, entre outros temas relevantes aplicáveis à atividade de distribuição.

IV. Contratação de Terceiros

10. O artigo 28, §2º do Código de Distribuição, estabelece que caso a divulgação de um material publicitário ou técnico seja feito por um terceiro contratado, este deve obter, previamente à divulgação, aprovação expressa da instituição participante. Uma instituição participante emissora de um produto de investimento, como por exemplo um Certificado de Operações Estruturadas (“COE”), que contrate um terceiro integrante do sistema de distribuição para distribuir esse produto para seus clientes deve aprovar todos os materiais publicitários elaborados por esse terceiro?

Não. A regra estabelecida pelo artigo 28, §2º do Código de Distribuição, bem como as regras relacionadas à contratação de terceiros, dispostas em seu capítulo VII, são aplicáveis apenas se a instituição participante, na qualidade de distribuidora, contratar o terceiro para auxiliá-la na atividade de distribuição para a própria base de clientes da contratante. Se a instituição participante, na qualidade de emissora de um produto de investimento, está contratando esse terceiro para que realize a distribuição para seus próprios clientes (cadastro não pertence à contratante, mas ao contratado), as regras em questão não serão aplicáveis.

11. O relatório anual de terceiros contratados, prevista no artigo 21 do Código de Distribuição, deve considerar apenas os contratados para distribuição, ou também os contratados para atividades acessórias (ex. cadastro)?

O relatório de terceiros contratados deve abarcar todos aqueles contratados para auxiliar na atividade de distribuição de produtos de investimento da base de clientes da própria instituição participante contratante. Deverão ser incluídos no relatório os terceiros contratados para oferecer produtos de investimento para clientes que possuam o cadastro na instituição participante, os

agentes autônomos de investimento, bem como os terceiros contratados para dar suporte ao distribuidor em atividades acessórias à distribuição, como por exemplo, o cadastro.

12. Sobre o questionário de due diligence para contratação de terceiros para a atividade de distribuição, existe a possibilidade de cada instituição na qualidade de distribuidor deixar apenas um questionário na ANBIMA como depositária para acesso das demais instituições?

Não. Cada instituição participante deverá ser responsável pela aplicação e pela guarda de seu questionário.

13. O inciso VIII do artigo 19 dispõe que o distribuidor deve prever contratualmente a aprovação expressa de todos os materiais publicitários e técnicos utilizados pelos terceiros contratados. O artigo 20, inciso III, por sua vez, dispõe que deve existir um processo de controle para verificar se os materiais dos distribuidores estão corretos. Em relação a esses dois dispositivos, o distribuidor deve aprovar cada material antes que ele seja divulgado, ou basta ter um processo e supervisão desses materiais visando encontrar erros depois que eles já foram divulgados?

As instituições participantes que, na qualidade de distribuidores, contratarem terceiros para realização da atividade de distribuição para sua própria base de clientes devem aprovar previamente os materiais publicitários e técnicos utilizados por esse terceiro e, adicionalmente, supervisionar a divulgação no site desses contratados. Tal supervisão tem, entre outros objetivos, assegurar que todo material disponibilizado esteja em conformidade com o Código de Distribuição. Ressaltamos que essas regras são aplicáveis apenas quando a instituição participante, na qualidade de distribuidora, contrata um terceiro para distribuir produtos para sua base de clientes (cadastro do cliente pertence ao contratante).

V. Publicidade/Informações

14. *Pitchbook* demonstrando os principais produtos e serviços de uma instituição é considerado material publicitário?

Conforme previsto no artigo 29, inciso VI do Código de Distribuição, não são considerados materiais publicitários ou materiais técnicos, dentre outros, a propaganda de empresas do conglomerado ou grupo econômico da instituição participante que apenas faça menção a investimentos de forma geral, a departamentos e/ou empresas que realizam a distribuição de produtos de investimento em conjunto com os outros departamentos ou empresas que desenvolvam outros negócios do conglomerado ou grupo econômico.

15. O Documento de Informações Essenciais (“DIE”) do COE pode ser considerado material técnico desse produto de investimento?

Sim. Nesse caso, a instituição deve garantir que todo o conteúdo mínimo e avisos obrigatórios estabelecidos pelo Código de Distribuição para materiais técnicos estejam contidos no DIE.

16. No que diz respeito a divulgação de lista de todos os fundos de investimento distribuídos em website, no Código de ART anterior (Código de Fundos) existia a opção de não incluir o fundo caso este fosse destinado a público alvo reservado. Hoje, mesmo nessa condição, o fundo deve obrigatoriamente ser divulgado em website?

Não. Conforme previsto no §3º, artigo 2º do anexo I do Código de Distribuição, destacado a seguir, a obrigatoriedade se aplica a fundos abertos e fundos que não sejam exclusivos e/ou reservados.

ANEXO I – DISTRIBUIÇÃO DE FUNDOS DE INVESTIMENTO

Artigo 2º. As Instituições Participantes devem disponibilizar seção exclusiva em seus sites na internet, observado o artigo 41 do Código, sobre os Fundos de Investimento distribuídos, contendo, no mínimo, as seguintes informações:

(...)

§3º. O disposto no caput aplica-se aos Fundos:

- I. Constituídos sob a forma de condomínio aberto, cuja distribuição de cotas independe de prévio registro na Comissão de Valores Mobiliários, nos termos da Regulação vigente; e*
- II. Que não sejam Exclusivos e/ou Reservado, e que não sejam objeto de oferta pública pela Instituição Participante.*

17. Caso o material publicitário conste as informações mínimas exigidas pelo material técnico, é necessária a inclusão do link para o material técnico?

Se o material publicitário contém todas as informações exigidas pelo material técnico, o material publicitário passa a ser considerado, necessariamente, material técnico, não sendo necessário incluir link.

18. Em relação ao artigo 57, que trata dos selos ANBIMA, a Associação disponibilizará alguma deliberação ou anexo ao Código de Distribuição com o novo modelo dos selos?

Não. O modelo dos novos selos ANBIMA estão disponíveis no SSM (Sistema de Supervisão de Mercados)¹, disponível no site da ANBIMA na internet.

Para acessá-los, entre no site da ANBIMA, sistema SSM, clique em “Habilitação CVM e Adesão/Associação ANBIMA” > no final da página haverá a lista dos Códigos dos quais a instituição é participante. Selecione o Código e clique em “Administrar”. Na página individual do Código clique em: Selo do Código e faça o download.

19. Os atuais selos possuem dizeres obrigatórios? Devemos incluir os dizeres dos selos anteriores?

Não. Os atuais selos não possuem dizeres obrigatórios e não devem ser inclusos os dizeres dos selos anteriores. O uso obrigatório é, apenas, da logomarca.

¹ Acesso ao SSM por meio de login e senha.

VI. Atividade de Distribuição

20. Conceitualmente, o que seria uma seção exclusiva no site para divulgação de produtos de investimento?

As instituições participantes devem possuir, em seus sites, uma área dedicada à apresentação dos produtos de investimentos distribuídos, observando o conteúdo mínimo exigido no artigo 41 do Código de Distribuição para produtos de investimento em geral. Adicionalmente, para fundos de investimento, deve ser observado o exigido no artigo 2º do anexo I do Código de Distribuição.

21. Em relação as regras de conheça seu cliente, estas devem, obrigatoriamente, constar na política interna de distribuição da instituição, ou basta possuir tais regras em um outro documento?

O Código de Distribuição não exige uma política de distribuição, contudo, exige em diversas ocasiões a manutenção, por escrito, de regras e procedimentos relacionados a assuntos pertinentes à atividade de distribuição. Tais documentos podem ser intitulados pelas instituições participantes como políticas, manuais, diretrizes, entre outros, ficando a critério de cada instituição. As regras de conheça seu cliente podem constar de um único documento da instituição de que trate de outras regras, desde que haja clareza a respeito dos procedimentos e regras adotados pela instituição para conhecer seu cliente.

VII. Suitability

22. A exigência de informações relacionadas ao laudo de suitability referem-se às movimentações somente dos investidores desenquadrados, ou para todos?

As informações referem-se a todos os investidores, conforme destacado a seguir no artigo 7º. O laudo deverá informar, dentre esse total de investidores, aqueles que realizaram operações nas condições previstas no referido artigo.

Artigo 7º - §2º-

*II - Indicação, com base na metodologia aplicada, **do total de investidores** que realizaram aplicações no ano de referência do laudo, indicando a quantidade de investidores que realizaram investimentos:*

- a. Não adequados ao seu perfil e, destes quantos possuem a declaração expressa de inadequação de investimentos;*
- b. Com o perfil desatualizado e, destes quantos possuem a declaração expressa de desatualização do perfil; e*
- c. Sem possuir um perfil de investimento identificado e, destes quantos possuem a declaração expressa de ausência de perfil.*

23. Ainda sobre o laudo de suitability, caso o cliente realize diversas movimentações no ano base, ele deve ser considerado todas as vezes na contagem, ou apenas na última movimentação? Caso seja considerada apenas a última movimentação, pode-se desconsiderar eventuais formalizações (sem perfil, perfil vencido e/ou inadequação de investimento) caso estas não sejam mais verdadeiras quando da última movimentação?

O que deve ser contabilizado no laudo é a quantidade total de investidores, e não a quantidade total de operações. Um investidor que tenha realizado 100 (cem) aplicações ao longo do ano, deverá ser contabilizado uma vez no total de investidores que realizaram aplicações. Se, por exemplo, 10 (dez) dessas aplicações tenham ocorrido em produtos de investimento não adequados ao seu perfil, deverá ser contabilizado também uma vez na quantidade total de investidores que realizaram aplicações não adequadas ao perfil. Se este mesmo investidor, porventura, realizar operação com perfil desatualizado, também deverá ser contabilizado nos investidores que realizaram aplicações com perfil desatualizado.

24. Um investidor que tenha realizado aplicações durante o ano de referência do laudo, mas, no último dia do ano não possua mais saldo em investimento, ou não seja mais cliente da instituição, deverá ser contabilizado no laudo de suitability?

Sim. A principal mudança trazida pelo novo Código de Distribuição para a elaboração do laudo de suitability foi a extinção da data base de 31/12 do ano anterior. De acordo com a nova regra, as instituições participantes deverão reportar no laudo todos os investidores que realizaram aplicações ao longo do ano, independentemente se tal investidor permaneceu com saldo em investimento na instituição.

25. A anexo I das Regras e Procedimentos de Suitability possui uma tabela com pontuação de risco para cada tipo de produto de investimento. É obrigatório que as instituições participantes adotem a classificação dada por essa tabela? E para os fundos de investimento?

Conforme previsto no artigo 4º das Regras e Procedimentos ANBIMA de Suitability, a tabela é apenas uma referência para as instituições participantes, podendo estas adotar classificação diferente. Contudo, caso a instituição adote classificação diferente da prevista na tabela, a classificação utilizada deverá ser fundamentada em sua metodologia, que deve ficar à disposição da ANBIMA. No caso de fundos de investimento, a tabela de referência deve ser aquela disponível nas Regras e Procedimentos ANBIMA de Escala de Risco de Fundos de Investimento, vinculada ao Código de ART e disponível no site da Associação na internet.

26. Não é obrigatório que seja adotada a tabela sugerida, conforme descrito na pergunta acima, no entanto, é obrigatória que a classificação de risco seja feita entre as faixas 0,5 e 5?

Não. Conforme previsto no §2º do artigo 4º, destacado a seguir, a instituição deverá adotar uma escala contínua de 0,5 (zero vírgula cinco) a 5 (cinco) pontos, ou equivalente, sendo 0,5 (zero vírgula cinco) para o menor risco e 5 (cinco) para o maior risco. Assim, a pontuação poderá ser equivalente, e espera-se que haja uma correlação entre a pontuação adotada e a prevista nas Regras e Procedimentos.

Artigo 4º.

(...)

§2º. Na aplicação da metodologia, os riscos previstos no parágrafo anterior deverão ser expressos em pontos de risco, devendo, ao final, ser estabelecida uma pontuação de risco única para cada Produto de Investimento dentro de uma escala contínua de zero vírgula cinco a cinco pontos, ou equivalente, sendo zero vírgula cinco para o menor risco e cinco para o maior risco.

27. O Gestor de Recursos que distribui seus próprios fundos de investimento, nos termos permitidos pela CVM, deve enviar o laudo anual de suitability?

Sim. O Gestor de Recursos que realizar a distribuição de seus próprios fundos de investimento deverá cumprir com todas as regras previstas no Código de Distribuição, entre elas, as regras referentes a suitability.

28. A ICVM 539 dispensa do processo de suitability as pessoas jurídicas de direito público e as pessoas jurídicas classificadas como investidor qualificado. O Código de Distribuição excetua de seu escopo todas as pessoas jurídicas dos segmentos *middle* e *coporate*, independentemente se são investidores qualificados. Nesse sentido, a instituição poderá excluir do laudo de suitability os clientes *middle* e *coporate* não qualificados?

Sim. Os clientes pessoa jurídica dos segmentos *middle* e *coporate* não devem ser contabilizados no laudo de suitability. Cabe destacar que o Código de Distribuição não se sobrepõe à regulação vigente, portanto, independentemente da dispensa do Código de Distribuição, as instituições deverão observar as regras previstas na ICVM 539.

VIII. Canais Digitais

29. Sobre os canais digitais, o que exatamente precisa ser criptografado para atender o inciso III, do §1º do artigo 52?

Deverão ser armazenadas de forma criptografada todas as operações relacionadas às aplicações e resgates realizados pelo cliente por meio de canais digitais.