



Código de Distribuição de Produtos de Investimento



Sumário

INTRODUÇÃO.....	3
TÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS.....	4
CAPÍTULO I – OBJETIVO E ABRANGÊNCIA	4
CAPÍTULO II – ASSOCIAÇÃO E ADESÃO.....	6
TÍTULO II – PRINCÍPIOS PARA A DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO	8
CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA.....	8
TÍTULO III – DA DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO.....	10
CAPÍTULO IV – REGRAS GERAIS	10
CAPÍTULO V – CONHEÇA SEU CLIENTE	10
CAPÍTULO VI – SUITABILITY	11
CAPÍTULO VII – PUBLICIDADE.....	11
CAPÍTULO VIII – TRANSPARÊNCIA NA REMUNERAÇÃO DO DISTRIBUIDOR	12
CAPÍTULO IX – CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS PARA DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO	12
CAPÍTULO X – SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO NO EXTERIOR	13
CAPÍTULO XI – TRANSFERÊNCIA DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO	13
CAPÍTULO XII – APURAÇÃO DE VALORES DE REFERÊNCIA	13
CAPÍTULO XIII – ENVIO DE INFORMAÇÕES PARA A BASE DE DADOS DA ANBIMA	14
TÍTULO IV – DA DISTRIBUIÇÃO PARA O PRIVATE	16
CAPÍTULO XIV – PRIVATE	16
TÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS.....	17
CAPÍTULO XV – TAXAS	17
CAPÍTULO XVI - PENALIDADES.....	17
CAPÍTULO XVII – TAXAS	18
CAPÍTULO XVIII - DISPOSIÇÕES FINAIS.....	19

INTRODUÇÃO

Este código, aprovado pela Diretoria da ANBIMA, dispõe sobre a atividade de distribuição de produtos de investimento.

O presente código, de natureza principiológica, prevê todos os temas da atividade acima referida os quais a Diretoria autoriza que o Fórum de Distribuição de Mercados da ANBIMA autorregule por meio de regras e procedimentos. As referidas regras e procedimentos, assim como seus anexos, são documentos complementares deste código e devem ser observados pelas instituições que optarem por seguir as regras de autorregulação nele presentes.

A ANBIMA, autorreguladora privada, tem competência para supervisionar apenas o disposto expressamente neste código e nas suas regras e procedimentos, não estendendo, portanto, sua atuação às regras previstas nas normas regulamentares¹. No decorrer do código, fazemos referência ao termo “regulação” tão somente para fins educacionais e de modo não exaustivo, estritamente para que as instituições estejam cientes de que, além das regras de autorregulação aqui previstas, adicionalmente há normas regulamentares a serem observadas em função de suas atividades.

Por fim, os termos e expressões utilizados no presente código, quando aplicável, terão os respectivos significados a eles atribuídos no Glossário ANBIMA, disponível no site da Associação na internet. Está disponível no site, também, o Catálogo de Normas ANBIMA, que descreve todas as normas da nossa autorregulação, incluindo como elas são usadas e seu processo de governança.

¹ Tais como, Leis, Resoluções da CVM e do BC.

TÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I – OBJETIVO E ABRANGÊNCIA

Art. 1º. O presente código estabelece princípios e regras para a distribuição de produtos de investimento, visando promover, principalmente:

- I. A manutenção dos mais elevados padrões éticos e a consagração da institucionalização de práticas equitativas nos mercados financeiro e de capitais;
- II. A concorrência leal;
- III. A padronização de seus procedimentos;
- IV. A maior qualidade e disponibilidade de informações, especialmente por meio do envio de dados à ANBIMA pelos distribuidores;
- V. O estímulo ao adequado funcionamento da distribuição de produtos de investimento;
- VI. A transparência no relacionamento com os clientes, de acordo com o canal utilizado e as características dos investimentos; e
- VII. A qualificação dos distribuidores assim como dos profissionais envolvidos na distribuição de produtos de investimento.

Art. 2º. Este código se destina aos distribuidores que desempenham a atividade de distribuição de produtos de investimento e sejam classificados como bancos múltiplos, bancos comerciais, bancos de investimento, bancos de desenvolvimento, sociedades corretoras e distribuidoras de títulos e valores mobiliários, assim como às instituições participantes que, nos termos permitidos pela CVM, atuarem na distribuição de seus próprios produtos de investimento.

§1º. As instituições participantes autorizadas apenas pela CVM a distribuir seus próprios produtos de investimento não estão obrigadas a aderir formalmente a este código, devendo somente observar e cumprir com suas disposições, conforme aplicável.

§2º. A observação de que trata o parágrafo anterior não obriga as instituições participantes a aderir ao Código de Distribuição, contudo, na hipótese de descumprimento deste código, a ANBIMA informará aos organismos de supervisão do código que a instituição é participante para que eles avaliem o descumprimento nos termos do Código de Processos.

§3º. Os distribuidores devem assegurar que o presente código seja também observado por todos os integrantes de seu grupo econômico que estejam autorizados, no Brasil, a desempenhar o exercício profissional de distribuição de produtos de investimento.

§4º. A obrigação prevista no parágrafo anterior não implica o reconhecimento, por parte dos distribuidores, da existência de qualquer modalidade de assunção, solidariedade ou transferência de responsabilidade entre estes integrantes, embora todas as referidas entidades estejam sujeitas aos princípios estabelecidos pelo presente código.

§5º. Os distribuidores estão dispensados 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.
- II. Caderneta de poupança, observado o parágrafo único do artigo 20 deste código.

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

Art. 3º. Os distribuidores submetidos à ação reguladora e fiscalizadora do Conselho Monetário Nacional, do BC e da CVM concordam expressamente que a atividade de distribuição de produtos de investimento excede o limite de simples observância da regulação que lhes são aplicáveis, devendo, dessa forma, submeter-se também aos procedimentos estabelecidos por este código.

Parágrafo único. O presente código, assim como os demais códigos ANBIMA, não se sobrepõe à regulação, portanto, caso haja contradição entre as regras estabelecidas neste código e nos demais códigos ANBIMA e a regulação em vigor, a disposição contrária deste código e dos códigos ANBIMA deve ser desconsiderada, sem prejuízo das demais regras nele previstas.

Art. 4º. Além dos deveres e responsabilidades atribuídos neste código que desempenham a atividade de distribuição de produtos de investimento serão aplicáveis, automaticamente, as disposições das Regras e Procedimentos de Distribuição.

Parágrafo único. Compete ao Fórum de Distribuição expedir as Regras e Procedimentos de Distribuição aplicáveis às matérias de que tratam os títulos e capítulos deste código, com exceção do capítulo II a seguir, que competirá ao Conselho de Ética.

CAPÍTULO II – ASSOCIAÇÃO E ADESÃO

Art. 5º. As instituições que desejarem se associar à ANBIMA ou aderir a este código deverão ter seus pedidos de associação ou adesão, conforme o caso, aprovados pelo Conselho de Ética, observadas as Regras e Procedimentos para Associação à ANBIMA ou Adesão aos códigos ANBIMA², disponível no site da Associação.

² https://www.anbima.com.br/data/files/81/70/FC/61/83BB9610F825F69678A80AC2/Regra_e_Procedimentos_para_Associacao_e_Adesao.pdf.

Parágrafo único. A adesão a este código implica a obrigação da instituição participante em observar, integralmente, as disposições:

- I. Das Regras e Procedimentos de Deveres Básicos;
- II. Do Código de Certificação;
- III. Do Código de Ética; e
- IV. Do Código dos Processos.

TÍTULO II – PRINCÍPIOS PARA A DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS GERAIS DE CONDUTA

Art. 6º. Além dos princípios éticos e de conduta previstos no Código de Ética, os distribuidores devem:

- I. Exercer suas atividades com boa-fé, transparência, diligência e lealdade;
- II. Cumprir todas as suas obrigações, devendo empregar, no exercício de suas atividades, o cuidado que toda pessoa prudente e diligente costuma dispensar à administração de seus próprios negócios, respondendo por quaisquer infrações ou irregularidades que venham a ser cometidas;
- III. Nortear a prestação de suas atividades pelos princípios da liberdade de iniciativa e da livre concorrência, evitando a adoção de práticas caracterizadoras de concorrência desleal e/ou de condições não equitativas, respeitando os princípios de livre negociação;
- IV. Evitar quaisquer práticas que infrinjam ou estejam em conflito com os princípios contidos neste código, nas Regras e Procedimentos de Distribuição e na regulação em vigor;
- V. Adotar condutas compatíveis com os princípios de idoneidade moral e profissional;
- VI. Evitar práticas que possam vir a prejudicar a distribuição de produtos de investimento, especialmente no que tange aos deveres e direitos relacionados às atribuições específicas de cada um dos distribuidores estabelecidas neste código, nas Regras e Procedimentos de Distribuição e na regulação vigente;
- VII. Envidar os melhores esforços para que todos os profissionais que desempenhem funções ligadas à distribuição de produtos de investimento atuem com imparcialidade e conheçam o código de ética dos distribuidores e as normas aplicáveis à sua atividade;

- VIII. Identificar, administrar e mitigar eventuais conflitos de interesse, nas respectivas esferas de atuação, que possam afetar a imparcialidade das pessoas que desempenhem funções ligadas à distribuição de produtos de investimento;
- IX. Divulgar aos clientes informações claras e inequívocas acerca dos riscos e das consequências que poderão advir dos produtos de investimento; e
- X. Desempenhar suas atribuições buscando atender aos objetivos descritos neste código, nas Regras e Procedimentos de Distribuição e na regulação em vigor.

Art. 7º. São considerados descumprimentos às obrigações e aos princípios deste código não apenas a inexistência de procedimentos exigidos dos distribuidores por meio deste código e/ou das Regras e Procedimentos de Distribuição, mas também a sua não implementação ou implementação inadequada para os respectivos fins.

Parágrafo único. São evidências de implementação inadequada das regras e dos procedimentos estabelecidos neste código e/ou nas Regras e Procedimentos de Distribuição:

- a. A reiterada ocorrência de falhas, não sanadas nos prazos estabelecidos; e
- b. A ausência de mecanismos ou evidências que demonstre a aplicação dos procedimentos estabelecidos por este código e/ou pelas Regras e Procedimentos de Distribuição.

TÍTULO III – DA DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

CAPÍTULO IV – REGRAS GERAIS

Art. 8º. A atividade de distribuição de produtos de investimento compreende:

- I. A oferta de produtos de investimento de forma individual ou coletiva, resultando ou não em aplicação de recursos, assim como a aceitação de pedido de aplicação por meio de agências bancárias, plataformas de atendimento, centrais de atendimento, canais digitais, ou qualquer outro canal estabelecido para este fim; e
- II. As atividades acessórias prestadas aos clientes, tais como manutenção do portfólio de investimentos e fornecimento de informações periódicas acerca dos investimentos realizados.

Parágrafo único. Os distribuidores, quando estiverem exercendo a atividade de distribuição de produtos de investimento, devem zelar para não induzir os clientes ou potenciais clientes a erro, dando a entender que atuam como prestadoras de serviço de consultoria independente de valores mobiliários de forma autônoma à distribuição de produtos de investimento.

Art. 9º. Os distribuidores devem possuir em sua estrutura um diretor responsável pela distribuição de produtos de investimento.

Art. 10. Aquele que atua no exercício da atividade de distribuição de produtos de investimento deve ser certificado pela CPA-10, CPA-20 e/ou CEA, conforme aplicável, observado o disposto no Código de Certificação.

CAPÍTULO V – CONHEÇA SEU CLIENTE

Art. 11. Os distribuidores devem, no processo de conheça seu cliente, buscar conhecê-los no início do relacionamento, na fase cadastral e durante o relacionamento, identificando a necessidade de visitas pessoais às suas residências, seus locais de trabalho e/ou às suas instalações comerciais.

CAPÍTULO VI – SUITABILITY

Art. 12. Os distribuidores são as responsáveis pelo suitability e não podem recomendar produtos de investimento, realizar operações ou prestar serviços sem que verifiquem sua adequação ao perfil do cliente.

CAPÍTULO VII – PUBLICIDADE

Art. 13. Os distribuidores são responsáveis pela publicidade relacionada à atividade de distribuição, assim como pela publicidade de seus produtos de investimento, e devem:

- I. Envidar os melhores esforços no sentido de produzir materiais adequados aos seus clientes, minimizando incompreensões quanto ao conteúdo e privilegiando informações necessárias para a tomada de decisão de investimento;
- II. Buscar transparência, clareza e precisão das informações, usando linguagem simples, clara, objetiva e adequada aos clientes e potenciais clientes, de modo a não os induzir a erro ou a decisões equivocadas de investimentos;
- III. Conter informações verdadeiras, completas, consistentes e alinhadas com os documentos dos produtos de investimento distribuídos;
- IV. Zelar para que não haja qualificações injustificadas, superlativos não comprovados, opiniões ou previsões para as quais não exista base técnica, além de promessas de rentabilidade, de garantia de resultados futuros ou de isenção de risco para clientes e potenciais clientes;

- V. Disponibilizar informações que sejam pertinentes ao processo de decisão de investimento, sendo tratados de forma técnica assuntos relativos à performance passada, de modo a privilegiar as informações de longo prazo, em detrimento daquelas de curto prazo;
- VI. Manter a mesma linha de conteúdo e forma e, na medida do possível, incluir a informação mais recente disponível, de maneira que não sejam alterados os períodos de análise, buscando ressaltar períodos de boa rentabilidade, descartando períodos desfavoráveis ou interrompendo sua recorrência e periodicidade especialmente em razão da performance;
- VII. Privilegiar dados de fácil comparabilidade e, caso sejam realizadas projeções ou simulações, detalhar todos os critérios utilizados, incluindo valores e taxas de comissões; e
- VIII. Zelar para que haja concorrência leal, de modo que as informações disponibilizadas ou omitidas não promovam determinados produtos de investimento ou distribuidores em detrimento de seus concorrentes.

CAPÍTULO VIII – TRANSPARÊNCIA NA REMUNERAÇÃO DO DISTRIBUIDOR

Art. 14. Os distribuidores devem disponibilizar informações referentes à remuneração recebida, direta ou indiretamente, pela distribuição de produtos de investimento.

CAPÍTULO IX – CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS PARA DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

Art. 15. Sem prejuízo de suas responsabilidades, os distribuidores podem contratar terceiros devidamente habilitados e autorizados para distribuir, para seus clientes ou potenciais clientes, seus produtos de investimento e/ou prestar suporte à atividade de distribuição de produtos de investimento.

CAPÍTULO X – SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO NO EXTERIOR

Art. 16. Os distribuidores podem oferecer serviços de intermediação no exterior para clientes residentes no Brasil, desde que o oferecimento desse serviço ocorra exclusivamente em conformidade com os termos do contrato estabelecido com instituições intermediárias estrangeiras, nos termos previstos pela regulação.

CAPÍTULO XI – TRANSFERÊNCIA DE PRODUTOS DE INVESTIMENTO

Art. 17. É admitida a transferência de produtos de investimento de mesma titularidade entre os distribuidores cedentes e cessionárias de posição de cotas de fundos e de custódia dos demais produtos de investimento.

CAPÍTULO XII – APURAÇÃO DE VALORES DE REFERÊNCIA

Art. 18. Os distribuidores devem estabelecer critérios para a apuração dos valores de referência de títulos públicos e privados detidos nas posições dos clientes que não integrem os fundos de investimento e/ou as carteiras administradas.

Art. 19. A apuração de valores de referência de títulos públicos e privados deve ser norteadas pelos seguintes princípios:

- I. Comprometimento: os distribuidores devem estar comprometidos em garantir que os valores reflitam o valor mais atualizado e, na impossibilidade disso, despender seus melhores esforços para estimar o valor mais atualizado, pelo qual os títulos públicos e privados seriam efetivamente transacionados. Os valores de referências levam em consideração o risco de crédito e a *duration* dos títulos públicos e privados na data específica, e não serão contemplados aspectos referentes à garantia de sua liquidez;

- II. Consistência: os distribuidores não poderão adotar valores ou procedimentos de mensuração que sejam diversos quando se tratar de um mesmo título. Caso haja contratação de terceiros, os distribuidores devem exigir do terceiro contratado que a apuração de valores de referência de um mesmo título seja igual quando for utilizado o mesmo manual de apuração de valor de referência da instituição, a fim de imprimir consistência ao exercício de sua função;
- III. Equidade: o tratamento equitativo dos clientes deve ser o critério preponderante do processo de escolha de metodologia, fontes de dados ou qualquer decisão para a apuração de valores de referência de títulos públicos e privados; e
- IV. Objetividade: as informações de preços ou fatores a serem utilizados na apuração de valores de referência de títulos públicos e privados devem ser preferencialmente obtidas por fontes externas e independentes.

Parágrafo único. Os princípios gerais definidos no caput devem ser usados como direcionadores para os valores de referência de títulos públicos e privados detidos nas posições dos clientes, devendo ser aplicados com coerência, de forma que a aplicação de um não inviabilize a aplicação de outro.

CAPÍTULO XIII – ENVIO DE INFORMAÇÕES PARA A BASE DE DADOS DA ANBIMA

Art. 20. A base de dados da ANBIMA consiste no conjunto de informações que são armazenadas e supervisionadas pela Associação, relativas aos distribuidores, bem como às atividades e aos produtos de investimento.

Parágrafo único. Sem prejuízo do disposto no inciso II, parágrafo 5º do artigo 3º deste código, os distribuidores estão obrigados a enviar para a base de dados as informações obrigatórias referentes à caderneta de poupança.

Art. 21. Para o envio de informações para a base de dados, os distribuidores devem observar os seguintes princípios:

- I. Exatidão: as informações devem ser enviadas corretamente;
- II. Pontualidade: as informações devem ser enviadas dentro dos prazos estabelecidos pela ANBIMA;
- III. Regularidade: as informações devem ser enviadas na periodicidade devida;
- IV. Integridade: todas as informações requeridas devem ser enviadas, não havendo lacunas na base de dados.

Art. 22. Sem prejuízo do disposto no capítulo XVI deste código e no Código de Processos, a ANBIMA poderá aplicar multa distribuidores por erros e/ou atraso no envio de informações para a base de dados, sendo considerados os seguintes critérios para aplicação de multas:

- I. Erros no preenchimento das informações: multa no valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por reenvio do formulário por motivo de erro; e
- II. Atraso no envio das informações: multa no valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) no atraso de 1 (um) dia e mais R\$ 15,00 (quinze reais) por dia de atraso adicional.

§1º. As multas a que se referem o caput serão cobradas de forma independente e segregada para cada atividade prestada.

§2º. As multas a que se referem o inciso II do caput são limitadas ao valor equivalente a 30 (trinta) dias de atraso, ultrapassado este prazo, a ANBIMA poderá reportar o atraso à Comissão de Acompanhamento de modo a analisar a situação e verificar as penalidades cabíveis, nos termos do Código dos Processos.

TÍTULO IV – DA DISTRIBUIÇÃO PARA O PRIVATE

CAPÍTULO XIV – PRIVATE

Art. 23. A atividade de distribuição para o *private*, para os fins deste código, compreende a distribuição de produtos de investimento para os clientes que tenham capacidade financeira de, no mínimo, R\$ 5 milhões, individual ou coletivamente, observado o disposto no Anexo I das Regras e Procedimentos de Distribuição.

TÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS

CAPÍTULO XV – TAXAS

Art. 24. A adesão a este código implica o pagamento de taxa de:

- I. Supervisão periódica, destinada a cobrir os custos das atividades relacionadas a este normativo;
- II. Registro de veículos de investimentos, quando aplicável; e
- III. Envio de informações para a base de dados, quando aplicável.

Parágrafo único. Compete à Diretoria da ANBIMA fixar a periodicidade e o valor das taxas de que trata o caput, que ficarão disponíveis no site da ANBIMA na internet³.

CAPÍTULO XVI - PENALIDADES

Art. 25. Os distribuidores que descumprirem os princípios estabelecidos no presente código estão sujeitos à imposição das penalidades indicadas no Código de Distribuição e no Código dos Processos.

Art. 26. Sem prejuízo do disposto no artigo anterior, a ANBIMA poderá aplicar automaticamente multas aos distribuidores que não atenderem às exigências da Associação nas seguintes hipóteses e valores:

³ https://www.anbima.com.br/pt_br/representar/foruns-de-representacao/servicos-fiduciarios/servicos-fiduciarios.htm.

- I. Ausência de qualquer um dos requisitos mínimos em documentos determinados por este código e/ou pelas Regras e Procedimentos de Distribuição, se aplicável: multa de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por cada ausência;
- II. Inobservância de qualquer dos prazos estabelecidos neste código e nas Regras e Procedimentos de Distribuição, se aplicável: multa de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por dia de atraso;
- III. Inobservância de qualquer dos prazos estabelecidos pela ANBIMA, não inferior a 3 (três) dias úteis, para envio de documentos e/ou informações solicitadas, se aplicável: multa de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por dia de atraso.

§1º. As multas a que se referem os incisos II e III são limitadas ao valor equivalente a 30 (trinta) dias de atraso.

§2º. No caso de reincidência das infrações a que se refere o caput deste artigo, a multa será aplicada em dobro.

CAPÍTULO XVII – TAXAS

Art. 27. A adesão a este código implica o pagamento de taxa de:

- I. Supervisão periódica, destinada a cobrir os custos das atividades relacionadas a este normativo;
- II. Registro de veículos de investimentos, quando aplicável; e
- III. Envio de informações para a base de dados, quando aplicável.

Parágrafo único. Compete à Diretoria da ANBIMA fixar a periodicidade e o valor das taxas de que trata o caput, que ficarão disponíveis no site da ANBIMA na internet⁴.

CAPÍTULO XVIII - DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 28. Qualquer modificação das disposições contidas neste código compete, exclusivamente, à Diretoria.

Art. 29. Os prazos de que tratam os dispositivos deste código têm início a partir do primeiro dia útil após a ciência do interessado e se encerram no dia do vencimento.

Parágrafo único. Considera-se prorrogado o prazo até o primeiro dia útil se o vencimento cair em feriados bancários, sábados, domingos ou em dia em que não houver expediente na ANBIMA ou este for inferior ao normal.

Art. 30. Todos os componentes organizacionais da ANBIMA, sejam funcionários da Associação, sejam representantes indicados pelos distribuidores ou demais entidades, devem guardar absoluto sigilo sobre informações e documentos a que tenham conhecimento em razão de suas funções.

§1º. O sigilo a que se refere este artigo não é violado em caso de possível compartilhamento das informações com os órgãos da ANBIMA, com reguladores, autorreguladores e autoridades competentes.

⁴ https://www.anbima.com.br/pt_br/representar/foruns-de-representacao/servicos-fiduciarios/servicos-fiduciarios.htm.

§2º. O dever de sigilo disposto neste artigo não é violado pelo uso dos documentos enviados pelos distribuidores à ANBIMA nas investigações das atividades de outros distribuidores disciplinadas por este ou por outro código ANBIMA.

§3º. As informações e documentos previstos no caput poderão ser utilizados pela ANBIMA como subsídio para questionamentos junto a prestadores de serviços contratados pelos distribuidores nos termos previstos no capítulo IX deste código.

Art. 31. Para fins deste código, todos os dados pessoais devem ser tratados de acordo com as disposições da Lei 13.709, e, na eventual hipótese de compartilhamento de dados dessa natureza com a ANBIMA, os distribuidores deverão garantir a atualização das informações compartilhadas e a transparência para com os titulares envolvidos, assegurando que estes tenham ciência da ocorrência dessa atividade e dos direitos garantidos pela referida lei.

Art. 32. Os distribuidores estão sujeitos a todas as deliberações, regras e procedimentos publicados pela ANBIMA, referentes à atividade de distribuição de produtos de investimento, devendo encaminhar pelo SSM, em prazo a ser divulgado pela Associação, todos os documentos escritos que forem exigidos por este código.

§1º. Caso haja alterações nos documentos de que trata o caput, estes devem ser atualizados em até 30 (trinta) dias corridos da alteração.

§2º. Sem prejuízo do disposto no caput, todas as regras, procedimentos, controles e obrigações estabelecidos por este código devem ser passíveis de verificação e ser enviados para a ANBIMA sempre que solicitados.

Art. 33. Este código entra em vigor em 30 de novembro de 2023.