

Empresa brasileira avança com oferta hostil

Maria Luíza Filgueiras

Modelo de compra de controle, pouco usado até agora, começa a ganhar espaço com a internacionalização de companhias e a pulverização de capital

Os empresários brasileiros preferem as conversas amenas e uma relação de camaradagem na hora de fazer negócios, mas agora estão aprendendo também a agir no universo da hostilidade. Isso é, começam a dar andamento a propostas de compra de controle, mesmo sem anuência do conselho administrativo e executivos da empresa-alvo.

Nos últimos três meses, duas companhias nacionais lançaram ofertas hostis no exterior. À primeira foi a CSN, em busca do controle da portuguesa Cimpor.

A segunda foi a Romi, que quer adquirir a americana Hardinger, mesmo depois da rejeição da proposta feita à diretoria.

O movimento recente não é exclusividade das empresas nacionais — no fim do ano passado, a ofensiva da Kraft sobre a Cadbury mexeu com o mercado de consumo global e também houve a oferta da Roche sobre a indústria de biotecnologia Genentech.

"Essas operações estão acontecendo com mais intensidade agora porque as ações estão baratas (nas bolsas estrangeiras) e há uma sinalização positiva para o futuro. É um momento típico para aquisição de controle, quando passa a depressão de mercado e quem está capitalizado aproveita para avançar sobre quem está com preço baixo, com problema de caixa ou administrativos", avalia Carlos Alexandre Lobo, sócio da área empresarial do Pinheiro Neto.

No caso das empresas brasileiras, o estímulo tem sido as oportunidades no mercado internacional e o suporte financeiro de instituições como o BNDES. Mas especialistas já esperam também uma onda de ofertas hostis em território nacional, devido ao aumento de listagens em bolsa de valores e à entrada de mais investidores, que estimulam a pulverização do capital acionário.

"Não tínhamos um grande histórico desse tipo de oferta no Brasil porque não havia companhias de capital pulverizado, então os interessados tinham que necessariamente negociar com o controlador", explica Lobo, do Pinheiro Neto.

Isso começou a mudar. Em empresas como Lojas Renner, Embraer e Gafisa, o maior acionista não ultrapassa 15% do capital. Um estudo feito pela professora Érica Gorga, da GV Direito, aponta como o Novo Mercado da BM&FBovespa tem contribuído para essa nova estrutura de propriedade das empresas brasileiras — e, conseqüentemente, pode estimular a oferta sem apoio da diretoria. "Nas empresas listadas no Nível 1 e 2, a média de concentração acionária ainda é bastante elevada, com o maior acionista tendo acima de 50% dos votos e inviabilizando ofertas hostis. Mas no Novo Mercado se torna factível, já que a média do maior acionista é de 35% do capital e há um movimento acentuado de desconcentração", afirma Érica.

Essa tendência já está na mira dos agentes de mercado. Segundo Carolina Lacerda, coordenadora da subcomissão de aquisições da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), a ofensiva direta aos acionistas ainda é considerada a última alternativa no país, mas deve mudar no curto prazo.

"Os brasileiros não gostam de fazer oferta hostil, mas é a tendência. Amostra disso é a discussão do takeover panei", afirma. Ela se refere ao comitê que vem sendo estudado por agentes de mercado, como a Anbima, a Comissão de Valores Mobiliários e a bolsa, nos moldes internacionais, para avaliar operações de troca de controle, inclusive de forma hostil, e condições para que ocorram.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 12 fev. 2010, Primeiro Caderno, p.38-39.