



3. OFERTAS PÚBLICAS

3. Ofertas Públicas

O QUE É UMA OFERTA PÚBLICA NO MERCADO DE CAPITAIS?

O QUE SÃO OPAs, OPVs, OPSS E OPTs?

Uma oferta pública no mercado de capitais é uma proposta de negócio feita ao mesmo tempo à generalidade dos investidores. O nome dado aos vários tipos de ofertas varia consoante o tipo de negócio proposto. Existem os seguintes tipos de ofertas:

- A **oferta pública de subscrição (OPS)**, em que uma empresa ou fundo de investimento que vai emitir valores mobiliários (acções, obrigações ou unidades de participação) propõe à generalidade dos investidores que os subscrevam (comprando);

As ofertas públicas de subscrição visam captar as poupanças de um grande número de investidores e assegurar, dessa forma, o financiamento de novas empresas, criadas para desenvolver projectos económicos de grande envergadura, ou permitir às empresas cotadas a realização de novos investimentos mediante o aumento do seu capital social.

A realização de uma oferta pública de subscrição não implica necessariamente a possibilidade de negociação em bolsa dos valores emitidos.

- A **oferta pública de venda (OPV)**, em que uma empresa ou um investidor propõe à generalidade dos investidores que comprem determinados valores mobiliários;

Quando as ofertas públicas de subscrição ou de venda têm como finalidade, não só a dispersão do capital social das empresas pelos investidores, mas também a negociação das acções em bolsa, costumam chamar-se, na linguagem corrente dos mercados, IPO's, iniciais da expressão inglesa *Inicial Public Offering*.

- A **oferta pública de aquisição (OPA)**, em que uma empresa ou um investidor propõe à generalidade dos investidores comprar-lhes determinados valores mobiliários;
- A **oferta pública de troca (OPT)**, em que uma empresa ou um investidor propõe à generalidade dos investidores comprar-lhes determinados valores mobiliários entregando em pagamento outros valores mobiliários.

As ofertas públicas (à generalidade dos investidores) distinguem-se das ofertas particulares porque implicam a prestação de informação num formato padronizado e estão sujeitas a registo na CMVM.

Os documentos que contêm informação obrigatória sobre as ofertas chamam-se “prospecto” e “anúncio de lançamento” e estão sempre à disposição dos investidores no *site* da CMVM na Internet, entre outros locais. Na preparação das ofertas públicas e na elaboração destes documentos é obrigatória a intervenção de um intermediário financeiro.

Veja a definição de intermediário financeiro no Caderno n.º 6 deste Guia.

São sempre ofertas públicas as que são dirigidas:

- A destinatários indeterminados, ou acompanhadas ou precedidas de prospecção de investidores, de publicidade ou de recolha de intenções de investimento;
- À totalidade dos accionistas de uma sociedade aberta;
- A mais de 200 pessoas.

Veja a definição de sociedade aberta mais à frente neste Caderno.

COMO É QUE OS INVESTIDORES PODEM ACEITAR UMA OFERTA PÚBLICA?

Para aceitar uma oferta pública é necessário transmitir uma ordem a um intermediário financeiro e preencher um documento escrito, salvo nos casos em que a CMVM tenha autorizado a transmissão telefónica das ordens.

A ordem de aceitação só pode ser recebida pelos intermediários financeiros após o registo da oferta na CMVM.

Só podem aceitar ordens dos investidores para aceitação de ofertas os intermediários financeiros autorizados a prestar os serviços de execução ou transmissão de ordens por conta de outrem, ou de gestão de carteiras por conta de outrem.

O QUE É O PROSPECTO E O ANÚNCIO DE LANÇAMENTO?

O prospecto e o anúncio de lançamento são, nas ofertas públicas, os documentos oficiais que garantem a prestação aos investidores de toda a informação necessária para uma tomada de decisão de investimento esclarecida e fundamentada.

A organização da informação nestes documentos está sujeita a modelos, o que permite e facilita a comparação da informação sobre várias ofertas públicas, sobre vários valores mobiliários e sobre várias empresas.

O prospecto e o anúncio de lançamento incluem obrigatoriamente informação sobre:

- Quem lança a oferta;
- O tipo de oferta;
- A qualidade em que os intermediários financeiros intervêm na oferta;
- O preço e montante global da oferta, ou o intervalo entre o preço máximo e o preço mínimo, natureza e condições de pagamento;
- O prazo da oferta;
- O critério de rateio;
- As condições a que a oferta fica sujeita;
- Os locais de publicação e distribuição do prospecto;
- A entidade responsável pelo apuramento e pela divulgação do resultado da oferta.

O prospecto inclui ainda informação sobre:

- As pessoas responsáveis pelo seu conteúdo;
- Os objectivos da oferta;
- O emitente dos valores e a actividade por este desenvolvida;
- A actividade que desenvolve quem lança a oferta;
- A estrutura de administração e fiscalização do emitente dos valores;
- A composição dos órgãos sociais do emitente dos valores e de quem lança a oferta, no caso de ser uma empresa;
- Os intermediários financeiros que integram o consórcio de colocação, quando exista.

Certas ofertas públicas são preparadas por vários intermediários financeiros, normalmente bancos de investimento, que se associam para distribuir os valores pelos investidores. Quando isto acontece, fala-se na existência de um "consórcio de colocação".

O prospecto pode ser composto por um ou vários documentos.

3. Ofertas Públicas

Um exemplo de prospecto composto por mais do que um documento é o prospecto de referência, documento actualizado anualmente que contém a informação incluída num prospecto completo, com excepção da caracterização dos valores mobiliários que são objecto da oferta. Esta informação consta de um prospecto complementar, que é publicado normalmente após a publicação do prospecto de referência, mas que deve ser lido em conjunto com este.

Se a entidade que lança a oferta já tiver publicado um prospecto de referência actualizado e aprovado pela CMVM, fica dispensada de elaborar um prospecto completo, bastando-lhe requerer a aprovação de um prospecto complementar e disponibilizar os dois documentos em conjunto.

O anúncio de lançamento é publicado em simultâneo com o prospecto num meio de comunicação de grande difusão ou no boletim de cotações.

Por sua vez, o prospecto deve ser divulgado através de publicação num ou mais jornais de grande circulação no País, ou sob a forma de brochura colocada gratuitamente à disposição do público. Estes documentos são ainda disponibilizados no *site* da CMVM na Internet, em www.cmvm.pt.

Tanto o prospecto como o anúncio de lançamento só podem ser publicados depois do registo da oferta na CMVM.

Ao registar as ofertas públicas, a CMVM não está a recomendar qualquer investimento, limitando-se a averiguar se as condições em que são lançadas obedecem à lei, nomeadamente quanto à informação que deve constar do prospecto e do anúncio de lançamento.

O QUE É O ANÚNCIO PRELIMINAR?

Sempre que uma empresa ou uma pessoa toma a decisão de lançar uma oferta pública de aquisição sobre valores de outra empresa, deve publicar um anúncio preliminar indicando:

- O seu nome ou denominação;
- O nome da empresa sobre cujos valores incide a oferta;
- Quais os valores que pretende comprar;
- O preço oferecido;
- A percentagem de direitos de voto que já possui nessa sociedade ou que lhe podem ser imputados.
- O intermediário financeiro que presta assistência à oferta, se já tiver sido indicado.


A empresa que lança a oferta, a empresa visada na oferta, os seus accionistas e membros dos órgãos sociais, e ainda todas as pessoas que lhes prestam serviço devem guardar segredo sobre a preparação da oferta até à publicação do anúncio preliminar.

Os anúncios preliminares de ofertas públicas são divulgados no *site* da CMVM na Internet em www.cmvm.pt.

O QUE É O RATEIO?

O rateio é uma forma de repartir os valores mobiliários nas situações em que não são suficientes para satisfazer a totalidade das ordens transmitidas pelos investidores nas ofertas públicas.

Ou seja, o facto de um investidor dar uma ordem de subscrição (numa OPS) ou de compra (numa OPV) de uma determinada quantidade de valores não quer dizer que



venha necessariamente a subscrever ou comprar essa quantidade. Havendo mais ordens de aceitação da oferta do que valores, é preciso fazer um rateio.

Para assegurar a igualdade de tratamento dos destinatários da oferta, o rateio é normalmente realizado pelo método proporcional.