



| Confiança e Transparência |



GUIA DO EMITENTE

ROTEIRO PARA A OFERTA PÚBLICA INICIAL

Conteúdo

1. PREÂMBULO	2
2. OPORTUNIDADES, RISCOS E DESAFIOS	3
3. SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA NAS OFERTAS PÚBLICAS	4
3.1. Intermediação Financeira	5
3.2. Serviços de Assistência Jurídica	6
3.3. Auditores	6
4. O PROCESSO DE OFERTA PÚBLICA INICIAL	7
4.1. Reunião de Lançamento da Iniciativa	7
4.2. Preparação do Prospecto	1
4.3. Efectivação da Due Diligence	1
4.4. Registo da Oferta na CMC	2
4.5. Preparação do Processo de Admissão à Negociação na BODIVA	3
4.6. Considerações Pré-apresentação	4
4.7. Apresentação e Divulgação (Roadshow)	5
4.8. Precificação da Emissão	5
4.9. Recolha de Intenções (Bookbuilding)	6
4.10. Efectivação da Oferta Pública e a Vida Enquanto Sociedade Aberta ⁷	
5. FLUXOGRAMA DA OFERTA PÚBLICA INICIAL	8
6. GLOSSÁRIO	9

1. PREÂMBULO

A conclusão, com sucesso, de um processo de oferta pública inicial pode ser considerada como o exemplo perfeito da capacidade de uma empresa consolidar uma linha de negócio e criar valor para os seus accionistas, colaboradores e clientes. A oferta pública inicial estabelece uma nova fase na vida de uma empresa. Esta fase traz consigo novas oportunidades, riscos e desafios.

O caminho para concretização de uma oferta pública inicial é exigente e requer, por parte da empresa emitente, algum esforço financeiro e eventuais ajustamentos no seu modelo de gestão. Ou seja, a preparação, o planeamento e uma execução criteriosa são fundamentais. Neste sentido, o emitente deve efectuar algumas considerações antes de envolver-se numa iniciativa desta magnitude, ponderando questões como:

- o A capacidade da actual administração e da sua equipa de suporte em concretizar a iniciativa, bem como em garantir o cumprimento das exigências legais e regulamentares duma sociedade aberta;
- o A perspectiva de crescimento da empresa, balanceada com a sua condição financeira e os resultados da oferta;
- o A capacidade de concorrer com outras entidades, bem como de melhorar e/ou defender a sua posição competitiva;
- o Factores de risco relevantes para a empresa, para o seu sector de actuação, assim como para os mercados em geral;
- o Que apoios poderá obter na fase pré e pós oferta (IPO) nomeadamente, serviços de consultoria legal e/ou financeira; e,
- o Capacidade em termos de relação com o mercado, sobretudo na construção e a preservação de uma imagem de credibilidade junto dos analistas financeiros, da imprensa, dos reguladores, dos investidores, bem como de outros entes interessados.

Pretende-se que este guia seja uma ferramenta de auxílio aos futuros emitentes no processo de oferta pública inicial e na admissão à negociação no mercado de bolsa, tentando promover o entendimento das fases e dos factores chave para o sucesso desta iniciativa.

Entretanto, este guia não reproduz integralmente o conteúdo da legislação referida ao longo do mesmo, pelo que, sugerimos a consulta aos diplomas em vigor para obtenção de mais informações.

Apenas serão admitidos à negociação no mercado de bolsa, as acções previamente emitidas conforme estabelece a legislação em vigor, que cumpram com os requisitos estabelecidos pela CMC e que contenham as características mínimas necessárias à sua admissão.

Os pedidos de admissão poderão ser apresentados antes de se encontrarem reunidos todos os requisitos exigidos, desde que o emitente indique como e em que prazos serão preenchidos.¹

2. OPORTUNIDADES, RISCOS E DESAFIOS

O processo de oferta pública inicial acompanhado da admissão à negociação no mercado de bolsa, expõe o emitente a um leque de oportunidades que podem melhorar as perspectivas de expansão e crescimento do seu negócio, sobretudo pela possibilidade de:

- Obtenção de financiamento em larga escala, o que pode ajudar a promover o crescimento da empresa, a contratar mão-de-obra especializada, investir em infraestruturas e meios de trabalho, bem como na consolidação ou na expansão dos serviços prestados;
- Facilidade na obtenção de financiamento de forma célere, tendo em conta que após a oferta inicial a entidade com acesso aos mercados regulamentados consegue captar fundos de forma mais rápida e a custos mais baixos comparativamente àquelas sem acesso;
- Utilização das acções emitidas como ferramenta de incentivo, motivação e compensação dos colaboradores do emitente; e,
- Aumentar a reputação corporativa da empresa, assim como o estatuto, visibilidade e credibilidade para com os investidores, clientes, parceiros de negócios e actuais e potenciais colaboradores;
- Geração de potencial riqueza para os fundadores e accionistas existentes antes da realização da oferta pública.

¹ Código de Valores Mobiliários, artigo 255º, ponto 3.

Contudo, a decisão de envolver-se num processo de oferta pública inicial e admitir a emissão à negociação em mercado de bolsa não é uma decisão com efeitos pontuais, mas sim uma decisão que estabelece um compromisso de longo prazo e que acarreta consigo alguns desafios e riscos, nomeadamente, no que diz respeito à:

- Cobertura dos custos de execução da operação de oferta pública inicial, assim como os custos inerentes a manutenção do estatuto de sociedade aberta;
- Divulgação extensiva de informação, o que pode fornecer alguma informação de valor aos concorrentes, parceiros de negócio e outras entidades²;
- Pressão contínua para a preparação e divulgação da informação financeira;
- Cumprimento de exigências legais e regulamentares mais rígidas; e,
- Possibilidade de diluição da estrutura accionista, o que pode reduzir o controlo dos accionistas mais antigos. E numa situação extrema, em que haja uma dispersão muito grande do capital, o surgimento de ofertas hostis para o controlo da empresa.

3. SERVIÇOS DE ASSISTÊNCIA NAS OFERTAS PÚBLICAS

O sucesso de uma oferta pública inicial pode ser potenciado com a definição de uma boa equipa de preparação da oferta. Esta equipa é constituída pela administração do emitente e algumas empresas de assessoria especializada, usualmente:

- **Intermediação financeira** – serviço responsável pela administração da oferta pública. O serviço inclui o apoio ao emitente na definição das características da oferta, incluindo o preço e, também, na divulgação e distribuição dos valores mobiliários da emissão;

² Este desafio/risco pode ter o efeito reverso no sentido de que a disponibilização de informação atinente ao negócio, estratégia e resultados financeiros pode ser uma poderosa ferramenta de marketing junto de potenciais investidores (sobretudo porque ajuda na visibilidade e na percepção de transparência do emitente).

- **Serviços de Assistência Jurídica** – entidade responsável por apoiar o emitente na reestruturação da sociedade, tanto em termos de estrutura de governação como em termos de políticas e procedimentos no sentido de garantir o alinhamento com os requisitos legais e regulamentares. Adicionalmente dá suporte na elaboração do prospecto da emissão; e,
- **Empresa de Auditoria** – entidade responsável por apoiar o emitente no cumprimento das obrigações de reporte financeiro.

Como se pode depreender, as empresas de assessoria têm um papel fundamental no sucesso de uma iniciativa de oferta pública, pelo que a sua escolha criteriosa se impõe.

3.1. Intermediação Financeira

Este serviço é prestado, normalmente, por uma Instituição financeira, (normalmente um banco de investimento). Dependendo da característica da emissão (tipo de instrumento, dimensão, âmbito geográfico) o emitente poderá optar por trabalhar com mais de um intermediário financeiro, sendo que um toma a posição de líder.

O intermediário financeiro deverá dentre outras actividades auxiliares, prestar os seguintes serviços:

- Auxiliar o emitente na avaliação da empresa;
- Auxiliar o emitente na definição das características da oferta, incluindo o preço, bem como na divulgação e distribuição dos valores mobiliários da emissão;
- Prestar consultoria sobre a estrutura de capital, a estratégia industrial e questões conexas;
- Apoiar o emitente no fomento da negociação dos valores mobiliários emitidos;
- Assistência e colocação, nas ofertas públicas de distribuição.

3.2. Serviços de Assistência Jurídica

No que tange aos serviços de assistência jurídica, um forte entendimento de direito societário e das leis atinentes aos valores mobiliários são fundamentais para a orientação do emitente no processo de oferta pública inicial, sobretudo nas questões relacionadas com:

- Assistência na elaboração e registo do prospecto na CMC;
- Assistência na realização de *due-diligence* nas operações da empresa, na gestão e no negócio;
- O aconselhamento sobre os requisitos de divulgação;
- A definição da estrutura de governança corporativa, políticas e procedimentos que permitam que o emitente opere de forma eficiente e em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis às sociedades abertas;
- A definição de estratégias legais, que promovam valor acrescentado, após a oferta pública inicial (IPO), seja por meio de fusões e aquisições ou financiamentos adicionais.

3.3. Auditores

A escolha do auditor é um elemento crítico na construção da imagem de credibilidade, sobretudo pelo papel desta entidade:

- Na revisão e auditoria das demonstrações financeiras, e das informações apresentadas no documento da oferta, que inclui:
 - Atestar que as demonstrações financeiras cumprem com o padrão a que estão adstritas as sociedades abertas;
- No cumprimento dos prazos de divulgação das demonstrações financeiras e outras informações financeiras exigidas por lei e em conformidade com os métodos de contabilidade exigidos, que inclui:
 - Avaliar a capacidade humana e em termos de meios para que o emitente esteja apto ao cumprimento das exigências de reporte.
 - Identificar e rever algumas políticas e procedimentos que possam ferir a qualidade do relatório financeiro.

4. O PROCESSO DE OFERTA PÚBLICA INICIAL

4.1. Reunião de Lançamento da Iniciativa

Com a definição da equipa de trabalho, o emitente está em condições de dar sequência a materialização da oferta pública inicial. O processo de oferta pública começa com uma reunião de lançamento promovida pelo emitente e o (s) intermediário financeiro (s) e conta com a participação de toda a equipa de trabalho.

A reunião de lançamento da iniciativa tem como objectivo:

- Apresentação do negócio do emitente;
- A análise do processo de oferta pública e dos fundamentos económicos da iniciativa;
- A análise da proposta de cronograma da oferta;
- A definição de responsabilidades; e,
- Apresentação da lista de documentação para efectivação da *due diligence*:
 - o Documentos estatutários;
 - o Informação atinente aos accionistas;
 - o Actas e outros documentos da sociedade;
 - o Informação sobre contenciosos ou investigações que envolvam o emitente;
 - o Licenças e documentos conexos;
 - o Documentação atinente aos activos da empresa, incluindo propriedade intelectual;
 - o Informação financeira e fiscal.
 - o Acordos materialmente relevantes.

A tarefa de apresentação do negócio cabe à administração. Esta apresentação deve dar uma visão clara, completa e objectiva da empresa, devendo cobrir temas como:

- História;
- Indústria;
- Produtos e serviços;
- Tecnologia;

- Resultados financeiros;
- Estratégia;
- Evidenciação de potenciais limitações;
- Qualquer informação relevante ao entendimento do negócio e a sua dinâmica

Esta partilha de informação permite, por um lado, elucidar a equipa de trabalho sobre o funcionamento do negócio do emitente e, por outro, ajuda na definição de aspectos de melhoria. Adicionalmente, a apresentação é fundamental para que o intermediário financeiro comece a definir uma base sólida para a apresentação e divulgação da empresa.

4.2. Preparação do Prospecto

O prospecto é o documento base de qualquer oferta pública inicial. É com base na informação contida no mesmo, que o emitente e a sua equipa de trabalho publicitam a oferta e, de igual modo, o prospecto contém informação imprescindível a tomada de decisão dos potenciais investidores.

Sendo um documento nuclear, a sua preparação atempada pode evitar atrasos na calendarização da oferta. É aconselhável que na reunião de lançamento da iniciativa a administração do emitente disponibilize um prospecto preliminar. A elaboração do prospecto preliminar estabelece um ponto de partida e altera o foco da equipa de trabalho para sua revisão e potenciação em termos da qualidade e robustez.

O prospecto deve conter, entre outras, a seguinte informação³:

- **Informações do emitente** – informação sobre a empresa, que deve ser actualizada periodicamente, nomeadamente:
 - Identificação completa e sede social do oferente, do emitente e dos agentes de intermediação encarregados da assistência e da colocação da oferta pública, assim como aqueles

³ É importante consultar Regulamento do Prospecto de Oferta Pública e de Admissão em Mercado Regulamentado

encarregues pelo serviço financeiro (pagamento de juros, dividendos, etc.);

- o O património, a situação financeira, os resultados do emitente e a sua evolução nos três últimos exercícios.

- **Informações sobre a oferta** – informação sobre os valores mobiliários objecto da oferta e as condições propriamente ditas, nomeadamente:

- o Finalidade da oferta;
- o Características do título alvo da oferta, incluindo informação sobre o regime fiscal aplicável, os direitos, as limitações e os riscos associados;
- o O preço se estiver estabelecido, caso não o critério segundo o qual será determinado;
- o Período da oferta e os locais/meios para efectivação das intenções de investimento.

4.3. Efectivação da Due Diligence

A administração do emitente, o (s) intermediário (s) financeiro (s), bem como outros intervenientes na preparação da documentação de suporte à oferta, podem ser responsabilizados pela desconformidade do conteúdo do prospecto. Para acautelar essa possibilidade o intermediário financeiro conduz a *due diligence*⁴.

A *due diligence* é um processo invasivo e requer uma colaboração constante por parte do emitente. Neste processo o intermediário financeiro revê extensivamente um conjunto de documentação e de processos sobre o emitente no sentido de garantir a lisura na informação a disponibilizar ao mercado e suportar as asserções feitas no prospecto. Daí ser natural, que da *due diligence* resultem algumas alterações aos documentos de suporte da oferta.

⁴ *Due diligence* (em português Diligência Prévia) refere-se ao processo de investigação e auditoria prévia das informações da empresa, para confirmar os dados disponibilizados aos potenciais investidores.

Paralelamente a análise documental e para fortalecer o seu entendimento sobre o negócio, o intermediário financeiro pode:

- Promover visitas às instalações do emitente no sentido de inteirar-se sobre a operacionalidade da instituição;
- Indagar alguns fornecedores e clientes;
- Analisar as demonstrações e as projecções financeiras, tentando deduzir implicações para a oferta;
- Promover encontros com o auditor, sem a presença do emitente, no sentido de obter uma visão independente sobre as práticas contabilísticas e de relato financeiro.

Com a due diligence o intermediário financeiro fica com um entendimento mais sólido de toda a envolvente do emitente, estando mais seguro para definir a abordagem da apresentação e divulgação, bem como para definir os critérios de precificação da oferta.

4.4. Registo da Oferta na CMC

Com a finalização da due diligence, a equipa de trabalho pode avançar com o registo da oferta junto na Comissão do Mercado de Capitais (CMC).

Uma boa preparação de toda a documentação de suporte reduz a possibilidade de o órgão regulador solicitar o saneamento de vícios ou a solicitação de documentação adicional, o que permitirá a execução da oferta dentro do cronograma definido pelo emitente (de maneira geral, a CMC recusa ou regista a oferta no prazo de 30 dias).

Para efeitos de registo da oferta na Comissão do Mercado de Capitais (CMC), o emitente ou seu intermediário devem submeter a seguinte documentação:

- Cópia da deliberação que suporta a oferta;
- Cópia dos estatutos do emitente e do intermediário financeiro;
- Certidão de registo comercial do emitente e do intermediário financeiro;
- Cópia do relatório de gestão e de contas, dos três últimos anos para o emitente e do último ano para o intermediário financeiro;

- Relatório do auditor;
- Código de Identificação dos valores mobiliários (ISIN);
- Cópia do (s) contrato (s) celebrado (s) que tenha (m) impacto na oferta, nomeadamente contratos de assistência, colocação e/ou fomento de mercado;
- Prospecto;
- Estudo de viabilidade, quando aplicável;
- Informação financeira pró-forma; e,
- Projecto de anúncio da oferta.

4.5. Preparação do Processo de Admissão à Negociação na BODIVA

O registo da oferta na CMC é a luz verde para o início da publicitação da oferta e do processo de admissão à negociação dos valores mobiliários na BODIVA.

A semelhança do registo da oferta na Comissão do Mercado de Capitais (CMC), a preparação da documentação para o cumprimento dos requisitos de admissão à negociação na BODIVA pode limitar atrasos na calendarização da oferta (um pedido devidamente instruído pode ser deferido no prazo máximo de 20 dias).

A admissão à negociação na BODIVA implica:

- A integração da emissão na Central de Valores Mobiliários de Angola (CEVAMA®), isto é, os valores mobiliários deverão ser depositados eletronicamente nos sistemas da CEVAMA®;
- A identificação dos meios a utilizar para a prestação de informação ao público, aos representantes legais e ao mercado;
- O cumprimento dos requisitos mínimos:
 - Dispersão ao mercado de pelo menos **5% do capital social**; e,
 - Previsão de capitalização bolsista não inferior a **AOA 500.000.000,00 (quinhentos milhões de Kwanzas)**;
 - Se a capitalização bolsista não puder ser determinada nos termos do ponto anterior, o emitente deve ter no **mínimo AOA**

1.000.000.000,00 (mil milhões de Kwanzas) em volume de negócios no último exercício financeiro e o resultado antes de juros e impostos não deve ser inferior a 20% do volume de negócios no referido exercício.

4.6. Considerações Pré-apresentação

Com o registo da emissão na CMC e o encaminhamento do processo de admissão dos valores mobiliários à negociação na BODIVA, o emitente e o intermediário financeiro estão em condições de promover a oferta pública junto dos potenciais investidores.

No processo de promoção o timing é um aspecto de maior importância. Tendo como objectivo a maximização da possibilidade de sucesso da oferta, o emitente e o intermediário financeiro devem considerar:

- **O ciclo de mercado:**
 - Existem ofertas públicas de empresas de sectores similares que possam impactar a precificação da oferta?
 - Há percepção favorável quanto as ofertas públicas de empresas do sector de actividade do emitente?
 - As expectativas em torno da evolução económico financeira do emitente podem gerar uma “onda” de procura favorável ao sucesso da oferta?

É ponderando estes aspectos, e tentando maximizar a margem de sucesso, que o emitente deve definir, desacelerando ou acelerando, o momento da oferta pública.

Outro aspecto importante, tem a ver com a tipologia de investidores alvos da oferta e o seu impacto na negociação dos valores mobiliários emitidos. Neste quesito, o emitente e o intermediário financeiro poderão optar por concentrar mais a oferta em investidores institucionais ou em investidores de retalho (público em geral), sendo que o ideal seria tentar estabelecer um equilíbrio entre as duas naturezas de investidores, sobretudo porque:

- **Os investidores institucionais** são entidades com grande capacidade de financiamento e, normalmente, detêm grandes lotes dos valores mobiliários de uma emissão. Por serem entidades com

algum grau de sofisticação conseguem compreender mais facilmente as complexidades financeiras e operacionais do emitente e são mais susceptíveis de reagir aos aspectos ligados à governança do emitente, podendo influenciar o mercado em função das suas compras ou vendas;

- **Os Investidores de retalho** são por excelência fomentadores da liquidez (número de negócios) e da estabilidade nos preços, uma vez que raramente um único investidor tem capacidade para influenciar o preço/cotação de uma determinada emissão.

4.7. Apresentação e Divulgação (Roadshow)

O roadshow é um processo segundo o qual a empresa/emitente participa num conjunto de encontros com potenciais investidores (individualmente ou em grupo), procedendo a apresentação da sua iniciativa. Estes encontros, normalmente, implicam a deslocação do emitente no sentido de se abranger o maior número de investidores possível.

Na preparação deste processo, o emitente tem todo o apoio do intermediário financeiro, tanto na preparação da apresentação e na estratégia de abordagem como no agendamento dos encontros. No entanto, é importante referir que durante os encontros o papel do intermediário financeiro se resumirá na apresentação, em termos gerais, da empresa e a introdução de alguns comentários pontuais.

O sucesso da apresentação está intrinsecamente ligado à performance dos representantes do emitente durante as apresentações/encontros. Neste sentido, é crítico que as apresentações sejam concisas e focadas nos aspectos chave ligados ao emitente, a sua indústria e a oferta. O objectivo é estimular o “apetite” dos investidores transmitindo confiança na capacidade de gestão e liderança dos representantes do emitente.

4.8. Precificação da Emissão

Durante o processo de preparação do IPO, sobretudo aquando da due diligence o intermediário financeiro fica a conhecer o emitente e a sua envolvente em detalhe. Isto lhe permite ter uma percepção apurada do potencial e dos riscos inerentes a emissão. Esta visão tem impacto no acordo de colocação a estabelecer:

- Quando o risco percepcionado é baixo – o intermediário financeiro tende a firmar um **acordo de tomada firme**, onde este assume algum risco e se compromete com aquisição dos valores mobiliários da oferta a um determinado preço, caso a procura não satisfaça a meta da oferta;
- Quando o risco percepcionado é médio/alto – o intermediário financeiro tende a firmar um **acordo de melhor esforço**, ou seja, o intermediário financeiro se predispõe a utilizar os seus meios de potenciar o sucesso da emissão, mas sem o compromisso de adquirir os valores mobiliários da oferta em caso de fraca procura.

No que a precificação diz respeito, duas hipóteses podem ocorrer:

- A oferta ser efectuada um preço pré-fixado entre o emitente e o intermediário financeiro; ou,
- A um preço resultante da recolha de intenções (**bookbuilding**) junto de potenciais investidores.

4.9. Recolha de Intenções (Bookbuilding)

A precificação por via de recolha de intenções (**bookbuilding**) é o método mais utilizado nas ofertas públicas iniciais e, de certa forma, pode ser considerado como o mecanismo mais apropriado para definir o preço e maximizar o sucesso da oferta.

A recolha de intenções é um processo que ocorre cumprindo as seguintes fases:

- 1) Definição pelo intermediário financeiro e o emitente, do intervalo em termos de quantidade e/ou preço (caso seja definido no bookbuilding) segundo os quais as intenções de compra (**bids**) podem ser submetidas;

- 2) Definição dos co-participantes na recolha das intenções de compra/investimento;
- 3) Recolha das intenções de compra/investimento, normalmente durante 5 a 6 dias;
- 4) Avaliação e definição, pelo intermediário financeiro e o emitente, do preço final da oferta; e,
- 5) Captação dos fundos e alocação dos valores mobiliários aos investidores, conforme rateio efectuado pelo emitente e o intermediário financeiro.

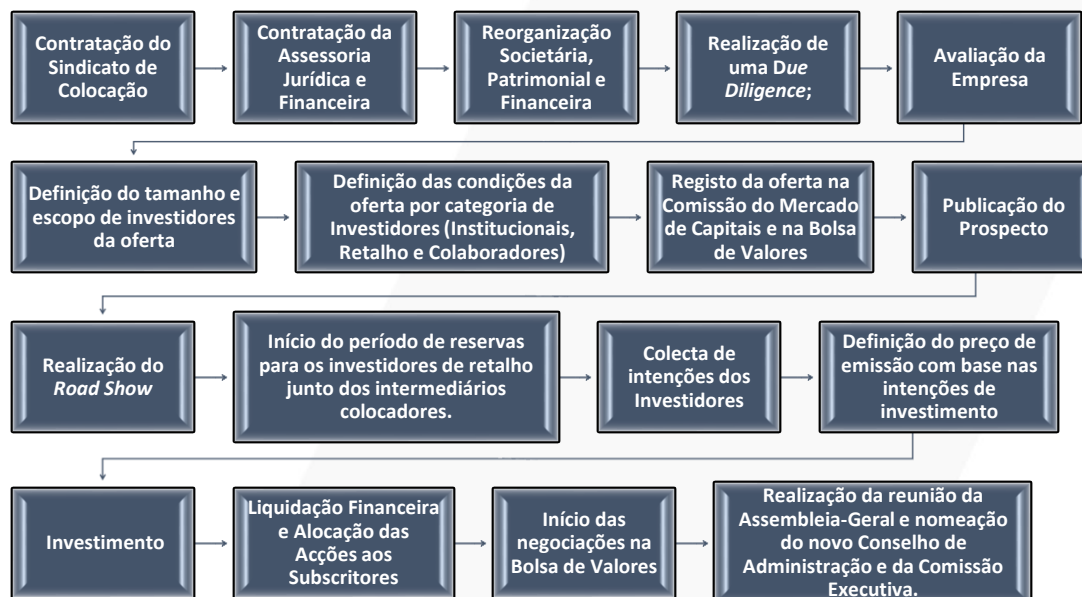
Uma estratégia, utilizada por muitos emitentes e intermediário financeiros, é dar início à recolha de intenções logo após o término da apresentação (roadshow) no sentido de tirar partido do entusiasmo dos investidores, e por esta via maximizar o sucesso da oferta.

4.10. Efectivação da Oferta Pública e a Vida Enquanto Sociedade Aberta

Com a captação de fundos e a alocação dos valores mobiliários aos investidores a oferta pública inicial atinge o cume. O emitente assume o estatuto de uma sociedade aberta com os valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado pela BODIVA. Este estatuto traz consigo algumas responsabilidades tais como:

- Divulgação de Informação:
 - o Anualmente:
 - Relatório & Contas; e,
 - Relatório do Auditor.
 - o Semestralmente:
 - Demonstrações financeiras;
 - Relatório de gestão intercalar.
 - o Ad Hoc:
 - o Toda informação directamente ligada aos valores mobiliários emitidos e com potencial de influenciar o preço em ambiente de negociação.

5. FLUXOGRAMA DA OFERTA PÚBLICA INICIAL



Tipo	Legislação	Pontos de Interesse	Endereço para Consulta
Lei	Código de Valores Mobiliários	Título IV – Emitentes Título V – Ofertas Públicas Título VII – Prospecto	www.cmc.gv.ao
Regulamento	Nº 3/16. Prospecto		www.cmc.gv.ao
Regras	Nº 6/20 Mercado de Bolsa	Capítulo II – Funcionamento do Mercado de Bolsa	www.bodiva.ao
Regras	Nº 4/20 Mercado de Bolsa	Capítulo II – Sistema Centralizado de Valores Mobiliários	www.bodiva.ao
Brochura	Dossier Emitentes: Processo de Admissão à Negociação		www.bodiva.ao
Brochura	Guia Anotado de Boas Práticas		www.cmc.gv.ao

6. GLOSSÁRIO

Accionista: pessoa singular ou jurídica, que possui uma ou mais acções de uma sociedade aberta (anónima).

Bolsa de Valores: espaço físico ou eletrónico organizado, onde se negociam valores mobiliários (acções, títulos da dívida pública, obrigações corporativas, papel comercial, derivados, futuros, etc).

BODIVA: abreviatura de Bolsa da Dívida e Valores de Angola.

Capitalização Bolsista: é uma estimativa do valor de mercado da empresa de acordo com as expectativas acerca das condições económicas e monetárias futuras. Corresponde ao produto do preço unitário das acções da empresa pelo número de acções em circulação.

CEVAMA: abreviatura de Central de Valores Mobiliários de Angola, ou seja, local onde são liquidados e custodiados os valores mobiliários.

CMC: abreviatura de Comissão de Mercados e Capitais. Órgão responsável pela regulamentação, supervisão, fiscalização e promoção dos mercados de valores mobiliários e das actividades que envolvem todos os agentes que neles intervenham.

Direito societário: ramo do direito que se encarrega do estudo das sociedades empresariais.

Due Diligence: processo de investigação, que deve ser realizado antes de uma operação empresarial, seja por parte de quem quer investir, seja da parte de quem quer repassar o seu negócio.

Emitente: entidade legal que decide emitir valores mobiliários para financiar as suas operações. Os emissores podem ser organizações corporativas, governos (nacionais ou estrangeiros), fundos de investimento.

Governança corporativa: conjunto de processos baseados no tratamento igualitário dos accionistas (maioritários e minoritários), na transparência, na relação com o investidor e na adoção de normas internacionais nos registos contábeis e no cumprimento das leis para melhor administração da empresa.

IPO (do inglês *Initial Public Offering*): é um tipo de oferta pública em que as acções de uma empresa, são vendidas pela primeira vez ao público em geral. É um dos processos pelo qual uma empresa torna-se uma entidade de capital aberto.

Oferta Pública: termo que denomina a venda ou a compra pública, por meio de leilão, de valores mobiliários.

Prospecto da Emissão: documento elaborado, com objectivo de disponibilizar aos investidores informações económicas e financeiras, verdadeiras, claras, objectivas, lícitas e actualizadas, por forma a permitir que os mesmos formem opiniões fundadas sobre os valores mobiliários e os direitos que lhes são inerentes.

Sociedade Aberta: são sociedades emittentes de acções (parte ou a totalidade) ou outros valores mobiliários que confiram direito de subscrição ou aquisição, que estejam ou tenham estado admitidas a negociação em mercado regulamentado.

Valores Mobiliários: (i) acções; (ii) obrigações; (iii) unidades de participação em organismos de investimento colectivo; (iv) direitos destacados de acções e unidades de participação, desde que o destaque abranja toda a emissão ou série ou esteja previsto no acto de emissão; (v) outros documentos representativos de situações jurídicas homogéneas, desde que sejam susceptíveis de transmissão em mercado.

