



Universidade de Évora
Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Gestão

Área de Especialização – Contabilidade e Auditoria

Dissertação

**O Relato Financeiro Electrónico. Que Informação Procuram os
Utilizadores? O Caso Angolano.**

Por:

Gilberto Moisés Moma Capeça

Orientação:

Prof. Doutor Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Évora, Outubro de 2011



Universidade de Évora
Escola de Ciências Sociais

Mestrado em Gestão

Área de Especialização – Contabilidade e Auditoria

Dissertação

**O Relato Financeiro Electrónico. Que Informação Procuram os
Utilizadores? O Caso Angolano.**

Por:

Gilberto Moisés Moma Capeça

Orientação:

Prof. Doutor Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Évora, Outubro de 2011

“Education is the best provision for the journey to old age”

Aristóteles

Agradecimentos

A conclusão desta dissertação só foi possível graças ao apoio de várias pessoas. Assim, queria lembrar-me de todos os que se disponibilizaram a colaborar nesta empreitada.

Os meus profundos agradecimentos ao Senhor Prof. Doutor Rui Filipe Cerqueira Quaresma, meu orientador, pelas suas sábias e oportunas sugestões e orientações e pelo interesse e disponibilidade demonstrados em todos os momentos da elaboração deste trabalho.

Um agradecimento muito especial à Prof^ª. Doutora Ana Fialho Silva e à Prof^ª. Doutora Cristina Marreiros, pelo apoio, sugestões e disponibilidade demonstrados ao longo deste trabalho.

Agradeço também a todos os amigos e colegas, em especial àqueles que se disponibilizaram a prestar entrevista, pela manifestação de apreço e total disponibilidade que demonstraram ao longo deste trabalho.

Aos meus Pais (Mais-velho Moisés Soares Capeça e a Senhora Dona Isabel Namile Moisés Moma Capeça), aos meus irmãos e sobrinhos (presentes e memória) por tudo o que sempre foram, são e serão p'ra mim. Sem o vosso apoio nada é possível.

À Sandra, à Mariana e ao Miguel pelo apoio, amizade e camaradagem que sempre me proporcionaram quando eu passava por Évora.

Aos meus amigos, Mário Nsingi, Lima Garcia, Fernando Miguel, Dinho Huambo, Eduardo Samuco, Evando dos Santos, Mário Ribeiro, Alexandre Gonçalves, Nicolau Cassaca e José Manuel Bessa, que muito me têm encorajado tanto nos bons momentos como nos momentos mais difíceis.

A todos os meus colegas do Mestrado, pelo apoio e camaradagem, foram momentos felizes e muito divertidos por que passamos. Espero voltar a encontrar-vos por aí...

Por último e não menos importante, agradeço o apoio que sempre recebi de alguém que me escolheu para ser seu filho e eu o escolhi para ser meu Pai, o Senhor Professor Doutor Engenheiro João Sebastião Teta, Antigo Reitor da Universidade Agostinho Neto de Angola. O meu muito obrigado, Professor Teta.

Mesmo a terminar, um abraço ao meu colega e amigo Porfírio Muacassange e ao amigo Calisto Ebo, pelas horas de estudo e investigação que passámos juntos. Valeu a pena.

Resumo

O relato financeiro electrónico é, actualmente, uma realidade tornada possível com o aparecimento da Internet e que, cada vez mais, as empresas utilizam para fazer a divulgação da sua informação contabilístico-financeira.

Apesar de ser um tema relativamente recente, existem já diversos estudos e recomendações sobre a forma como as empresas devem elaborar e apresentar o relato financeiro electrónico.

No entanto, são conhecidos poucos estudos que incidam no lado da procura da informação contabilístico-financeira. Ou seja, até à data é escassa a investigação que indique o tipo e a forma de apresentação dessa informação contabilístico-financeira através da Internet, na perspectiva dos utilizadores da informação.

Assim, o objectivo deste estudo é, após a identificação e caracterização dos utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, definir qual a forma de apresentação e o tipo de informação contabilístico-financeira que determinado grupo de utilizadores, no caso concreto de Angola, realmente procura.

Palavras-chave: Internet, Relato Financeiro Electrónico, Tecnologias de Informação e Comunicação, Páginas Web.

Abstract

Financial report in digital format is nowadays possible thanks to the Internet materialization; companies are increasingly using it to publish their financial information online.

Although this subject is relatively new, there are already are many studies and suggestions on the way companies should elaborate and present their financial information.

However, there are not many studies on the demand for digital financial information. Currently not much research has been made on the type and the way that companies should present the financial information on Internet, considering the users of the information.

Therefore, the aim of this research is to identify and describe the users of financial information made available on the Internet and define the format and the types of financial information effectively required by users in the particular case of Angola.

Key Words: Internet, Business and Financial Reporting, Information Technology, Web Pages.

Índice

Índice de Quadros	viii
Lista de Siglas e Abreviaturas	ix
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Enquadramento do trabalho	2
1.2. Problemática e motivações	3
1.3. Objectivos	6
1.4. Metodologia de investigação	7
1.5. Estrutura do trabalho	9
Capítulo 2 – A Internet e o Relato Financeiro Electrónico	11
2.1. A Internet como canal de divulgação de informação contabilístico-financeira	12
2.2. Principais grupos de utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet	17
Capítulo 3 – Princípios orientadores para o Relato Financeiro Electrónico	20
3.1. Recomendações para a divulgação de informação contabilístico-financeira através da Internet	21
3.2. Formas de apresentação da informação contabilístico-financeira	28
3.3. Principais conteúdos da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet	31
Capítulo 4 – Estudos realizados sobre o Relato Financeiro Electrónico	35
4.1. Análise da realidade de um determinado país	36
4.2. Comparação entre países ou empresas	38
4.3. Estudos que contemplam recomendações	41
Capítulo 5 – Metodologia do estudo	45
5.1. Delimitação do objecto de análise	46
5.2. Fases do processo de investigação	47
5.3. Instrumento de análise	51
Capítulo 6 – Apresentação e discussão de resultados	54
6.1. Ponto prévio	55
6.2. Caracterização dos entrevistados	56
6.3. Apresentação e análise dos resultados	57
Capítulo 7 – Considerações finais	67
7.1. Conclusões	68
7.2. Limitações e investigações futuras	71
7.3. Recomendações	72
Bibliografia	75
Anexo – Guião das Entrevistas	81

Índice de Quadros

Quadro 1 – Estudos sobre a realidade de um determinado país	36
Quadro 2 – Estudos que fazem comparações entre países ou empresas	39
Quadro 3 – Estudos com recomendações de boas práticas de divulgação da informação contabilístico-financeira	41
Quadro 4 – Estudos com recomendações quanto à forma e conteúdo da informação contabilístico-financeira	44
Quadro 5 – Caracterização dos entrevistados quanto à função	57
Quadro 6 – Caracterização dos entrevistados quanto à formação académica	57
Quadro 7 – Vantagens e desvantagens dos diferentes formatos de apresentação da informação contabilístico-financeira	59
Quadro 8 – Vantagens e desvantagens dos tipos de ficheiros para apresentação da informação contabilístico-financeira	60

Lista de Siglas e Abreviaturas

AECA – Asociación Española de Contabilidad y Administración

ASB - Accounting Standards Board

ASE – Amman Stock Exchange

BFA – Banco de Fomento Angola

BNA – Banco Nacional de Angola

BOVESPA – Bolsa de Valores do Estado de São Paulo

BVDA – Bolsa de Valores e Derivativos de Angola

CMC – Comissão de Mercado de Capitais

CMVM – Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

CNMV – Comisión Nacional del Mercado de Valores

FASB – Financial Accounting Standards Board

HTML – Hypertext Markup Language

IASB – International Accounting Standards Board

IASC – International Accounting Standards Committee

ICPAS – Institute of Certified Public Accountants of Singapore

ICSA – Institute of Chartered Secretaries and Administrators

ISA – International Standards on Auditing

PCGA – Princípios Contabilísticos Geralmente Aceites

PDF – Portable Document Format

SADC – Southern Africa Development Community

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

VIFRD – Voluntary Internet Financial Report Disclosure

WWW – World Wide Web

XARL – Extensible Assurance Report Language

XBRL – Extensible Business Report Language

XML – Extensible Markup Language

Capítulo 1 – Introdução

O relato financeiro tem um papel importante no processo de tomada de decisão dos investidores e/ou potenciais investidores, uma vez que lhes permite aceder a um conjunto de informações contabilístico-financeiras necessárias à elaboração do seu juízo. Com o aparecimento da Internet surgiu uma nova forma de relato financeiro, o relato financeiro electrónico, o qual permite aos utilizadores da informação financeira acederem a um conjunto alargado de dados de natureza financeira, sem necessidade de recorrer ao uso do relato financeiro em suporte de papel.

Segundo Silva e Quaresma (2001), actualmente a Internet é considerada como mais uma ferramenta para as empresas gerirem os seus negócios. É este meio de transmissão de informação que está na base da massificação do acesso à informação financeira. É também com este meio de transmissão de informação que as empresas procuram captar o maior número de investidores.

1.1. Enquadramento do trabalho

A Internet tornou-se num dos veículos mais importantes e rápidos para a transmissão, recepção e publicação de informação, sendo deste modo acessível aos vários sectores da sociedade, como a população em geral, as empresas, públicas e privadas, os governos, as entidades reguladoras, etc. Entre as utilizações possíveis da Internet, como meio de comunicação, o relato financeiro electrónico é uma das possibilidades que, na actualidade, muitas empresas já aproveitam. Aliás, e como refere Alves (2005), o relato financeiro electrónico é também um tema que tem sido objecto de investigação em diversos países.

O aparecimento da Internet não só introduziu profundas alterações na forma como as organizações se relacionam com os diversos *stakeholders* como, e de acordo com Alves (2005), associado ao correio electrónico e às novas linguagens informáticas, contribuiu de forma significativa para a democratização do relato financeiro electrónico. Por outro lado, e segundo Craven e Marston (1999), o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC) está a contribuir para que as empresas, de forma voluntária, relatem a sua informação financeira na Internet, utilizando os respectivos sítios *web*.

No entanto, estas boas práticas de divulgação de informação contabilístico-financeira na Internet ainda não se fazem sentir em Angola, uma vez que a maior parte das empresas

são públicas e não “precisam” apresentar os seus relatórios e contas e os balanços de cada ano civil, pelo menos publicamente. Ao longo de vários anos, o Ministério das Finanças era a instituição estatal que detinha o controlo das empresas do estado ou suas participadas, pelo que cabia a esta instituição orientar as empresas a publicarem as suas informações contabilístico-financeiras. No entanto, as empresas públicas não divulgavam essas informações. Com a instituição após as eleições de Agosto de 2009 do Ministério da Economia e com a criação do Instituto das Empresas Públicas de Angola, espera-se que essas empresas adoptem práticas de divulgação das suas contas.

A reduzida utilização da Internet para divulgar a informação contabilístico-financeira, por parte das empresas em Angola, é explicada também pelo pouco uso que se faz da Internet, o que está associado à pouca cultura e domínio desta matéria. A população ainda não está sensibilizada, nem dá grande importância às vantagens que a Internet pode trazer ao seu dia-a-dia. Isto deve-se em parte à ausência de computadores com acesso à Internet na maior parte das escolas do país, onde em princípio os estudantes deveriam acostumar-se a utilizar essa ferramenta. Por outro lado, a dificuldade em possuir computador com acesso à Internet, que ainda é muito caro, associada à falta de infra-estruturas e, por último, o pouco interesse que é dado à Internet por organismos que deveriam ter neste canal o veículo mais privilegiado para a sua interacção com os cidadãos e outras entidades, explicam também a reduzida utilização da Internet em Angola.

Não obstante o exposto acima, os bancos comerciais, principalmente os de capitais estrangeiros, estão cada vez mais a publicar a sua informação contabilístico-financeira na Internet, o que tem contribuído bastante para se ter uma noção mais exacta das actividades destas instituições. Publicam geralmente os relatórios e contas dos 5 exercícios anteriores, permitindo ao utilizador fazer uma comparação da evolução da carteira de negócios da instituição. Apresentam também balancetes trimestrais e ainda informação de forma segmentada de acordo com o tipo de clientes, fazendo uma separação clara entre informação financeira e não financeira.

1.2. Problemática e motivações

Várias são as empresas que nos últimos anos se têm preocupado em divulgar as suas informações contabilístico-financeiras através da Internet. Esta prática, segundo vários

autores (Munther, 2006; Marston e Polei, 2004; Xiao et al, 2004; Leon, 2003; Oyelere et al, 2003; Pérez et al, 2002, Ashbaugh et al, 1999; Lymer, 1999), demonstra que a empresa é moderna e procura chegar a um grande número de utilizadores de informação contabilístico-financeira, principalmente os investidores. Esta nova forma de relato financeiro tem trazido ganhos no relacionamento entre empresas e investidores (Silva, 2005; Geering et al, 2003; Silva e Quaresma, 2001; Deller et al, 1999; Hedlin, 1999 e Lymer, 1999).

Segundo O'Kelly (2000), o ganho da Internet como meio para divulgação de relatórios de informação de negócios tem alterado o fluxo da informação das empresas para os investidores e credores. O tradicional paradigma de relatórios em papel continuará a desaparecer, dando lugar aos relatórios *online*. Os utilizadores da informação contabilístico-financeira encontram um novo meio para a recolha e análise da informação. Segundo este autor, a procura do relato financeiro *online* por parte dos utilizadores é justificada pelos seguintes factores:

- **Acesso** – os utilizadores da informação financeira estão, cada vez mais, à procura de mais transparência e acesso sem restrição à informação financeira;
- **Imediaticidade** – os utilizadores da informação financeira procuram por informação em tempo real e por entidades que sejam capazes de disponibilizar informação em tempo real;
- **Riqueza** – os utilizadores procuram por novos conteúdos na *World Wide Web* (WWW), ricos em gráficos;
- **Conectividade** – os utilizadores procuram ter acesso à informação financeira independentemente da proximidade geográfica;
- **Interactividade** – os consumidores de informação financeira procuram ter acesso a um “pacote” de informação e personalizá-la.

A generalidade dos estudos ou documentos sobre o tema do relato financeiro electrónico, realizados até ao momento, pode ser dividida em quatro grupos:

- Estudos que caracterizam a realidade de um determinado país: Muther e Shorman, 2006; Silva, 2006; Alves, 2005; Pervan, 2005; Smith e Peppard, 2005; Silva e Filho 2005; Aly e Simon, 2004; Barak, 2004; Marston e Polei, 2004; Xiao et al, 2004; Oyelere et al, 2003; Inchaustin e Jorge, 2002; Pérez et al, 2002; Rodrigues e

Menezes, 2001; Silva e Quaresma, 2001; Craven e Marston, 1999; Gowthorpe e Amat, 1999; Hedlin, 1999; Larrán e Giner, 1999; Pirchegger e Wagenhofer, 1999;

- Estudos que fazem algum tipo de comparação: Kelton e Yang, 2008; Silva e Filho, 2005; Smith e Pierce, 2005; Cárdenas e Calvo, 2004; Geerings et al, 2003; Inchausti e Jorge, 2002; Ashbaugh et al, 1999; Debreceeny e Gray, 1999; Deller et al, 1999; Pirchegger e Wagenhofer, 1999;
- Estudos ou documentos que referem um conjunto de recomendações quanto ao conteúdo e à forma de apresentação da informação financeira: León, 2003; AECA, 2002; CMVM, 2001; FASB, 2000; IASC, 1999; Lymer, 1999; Westarp et al, 1999; AICPA, 1998; ASB, 1999;
- Estudos que incidem no conteúdo e forma de apresentação da informação contabilístico-financeira preferida pelos utilizadores: Cárdenas e Calvo, 2004; Quagli e Riva, 2004; Beattie e Pratt, 2003; Debreceeny et al, 2001.

Ou seja, existe bastante investigação que nos faz o retrato de determinadas realidades, e alguma investigação que apresenta recomendações e boas práticas quanto à forma de apresentação da informação financeira através da Internet (para além de legislação, como é o caso da Ley 26/2003, aplicável ao contexto jurídico espanhol). Em síntese, a generalidade dos estudos e documentos publicados sobre este tema incide na importância da divulgação da informação contabilístico-financeira através da Internet, analisando e produzindo recomendações sobre como deve ser realizado o relato financeiro na perspectiva do lado da oferta da informação.

Pensamos que um aspecto igualmente importante é saber o que é que os utilizadores dessa informação financeira realmente querem e como é que querem ver essa informação. Contudo, e tendo em atenção o conhecimento que temos da realidade, a análise do lado da procura da informação financeira é um tema quase inexplorado. De facto, são conhecidos apenas quatro estudos com o foco de análise centrado nos utilizadores da informação financeira disponibilizada através da Internet:

- Cárdenas e Calvo (2004), no âmbito de uma investigação mais abrangente, referem a realização de um inquérito junto dos utilizadores da informação financeira em

formato electrónico para saber qual a informação procurada e em que medida as organizações conseguem dar resposta a essa procura;

- Quagli e Riva (2004) realizaram uma investigação para analisar o comportamento dos utilizadores da informação financeira que visitam os sítios *web* das empresas para obter aquela informação;
- Beattie e Pratt (2003) realizaram uma investigação junto de seis grupos de utilizadores da informação financeira divulgada através da Internet para obter respostas quanto: (i) à conveniência dos diferentes tipos de informação que podem ser prestados por via electrónica; (ii) à utilidade das ferramentas de navegação e pesquisa; (iii) à portabilidade da informação em diferentes formatos;
- Debreceny et al (2001) procuram saber o que é que os utilizadores da informação financeira em formato electrónico querem. Segundo estes autores, citando a AICPAS (1994), para os gestores há o incentivo para comunicarem as suas informações de forma voluntária aos *stackholders*. A comunicação voluntária serve para reduzir as assimetrias de informação entre os gestores profissionais e os *stackholders*, que tipicamente não têm informação diária sobre questões estratégicas e operacionais que as empresas enfrentam.

De facto, e tendo em atenção o exposto anteriormente, é importante que as empresas tenham um sítio *web* disponível e de fácil acesso para fazer a divulgação da sua informação contabilístico-financeira. Contudo, isso não é suficiente, pois as empresas têm também que saber se a informação disponibilizada é, realmente, a que os utilizadores procuram e na forma desejada. É nesta base que nos propomos realizar um estudo sobre a informação contabilístico-financeira que os utilizadores procuram, relativamente ao formato mais adequado de apresentação e aos conteúdos que entendem que devem ser divulgados pelas empresas.

1.3. Objectivos

Considerando que a generalidade dos estudos realizados se centra, essencialmente, na análise daquilo que as empresas fazem e/ou na apresentação de recomendações, e como são poucos os estudos que se centram no utilizador da informação contabilístico-financeira, pretendemos focar a nossa investigação exactamente nesta perspectiva.

Assim, o trabalho que pretendemos realizar tem como objectivo geral identificar e definir as necessidades e os interesses dos utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, quanto à forma de apresentação e ao conteúdo, num mercado bolsista emergente, como é o caso de Angola.

A concretização deste objectivo geral está alicerçada nos seguintes objectivos específicos:

- Identificar e caracterizar a importância da Internet como canal de divulgação de informação contabilístico-financeira, num mercado bolsista emergente.
- Identificar e caracterizar os principais grupos de utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet.
- Identificar e analisar as principais fontes de informação que referem recomendações quanto à forma de divulgar a informação contabilístico-financeira através da Internet.
- Identificar e descrever as formas de apresentação da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet preferidas pelos utilizadores dessa informação.
- Identificar e caracterizar os principais conteúdos da informação financeira divulgada através da Internet, preferidos pelos utilizadores.

Pensamos que este estudo, além de contribuir para preencher uma lacuna em termos de investigação, no domínio do relato financeiro electrónico, é importante também pelo facto de pretender estudar este tema no contexto de um mercado bolsista emergente, como é o caso de Angola.

1.4. Metodologia de investigação

Segundo Pedro (2009), a investigação científica é um processo de inquérito sistemático que visa fornecer informação para a resolução de um problema ou questão.

Antes de se executar essa investigação é preciso planeá-la. Isto faz-se através da elaboração de um projecto de investigação que é um documento onde são descritos os

planos, fases e procedimentos de todo o processo de investigação científica que se pretende realizar.

Na presente investigação optámos pelo estudo de caso, nomeadamente a análise da forma de apresentação e do conteúdo da informação contabilístico-financeira procurada pelos utilizadores desta informação, no caso angolano. Para dar corpo a este trabalho houve a necessidade de investigarmos muitas informações relacionadas com o tema. Esta recolha incidiu em artigos científicos, dissertações e regulamentos sobre a realidade do relato financeiro electrónico. Dividimos os artigos em três grupos, o 1º para aqueles que tratam do relato financeiro electrónico tendo em conta empresas do mesmo país ou fazem comparação do alcance do relato financeiro em empresas de diversos países, principalmente as cotadas em bolsa, o 2º grupo foi de artigos e estudos que tratam das recomendações de organismos internacionais relativamente à publicação de informação financeira na Internet e o 3º grupo estava constituído por artigos e estudos que tratam do tipo e forma de informação (conteúdo e forma) que os utilizadores da informação contabilístico-financeira procuram.

O método de recolha de dados é uma parte integral do desenho de pesquisa. Os dados podem ser recolhidos de variadas formas em diferentes meios (campo ou laboratório), e de diferentes fontes. Existem vários métodos de recolha de dados (entrevistas, questionários, observação e métodos não obstrutivos), cada um com as suas vantagens e desvantagens (Sekaran e Bougie, 2010).

Para este trabalho utilizamos a análise qualitativa, tendo em conta a questão que nos propusemos a investigar, o tipo de informação contabilístico-financeira que os utilizadores procuram na Internet. Para a recolha dos dados a utilizar neste trabalho, utilizamos o método da entrevista semi-estruturada. A escolha deste método tem a ver com o facto de o mesmo permitir formular algumas questões num guião, permitir que o entrevistador formule novas questões no decurso da entrevista, e assim conseguir alguma consistência entre as entrevistas, tendo como objectivo obter narrativas consistentes, ainda que pessoais.

Utilizamos a amostragem não probabilística, um processo onde os elementos da população não têm uma probabilidade igual de serem escolhidos para fazerem parte da amostra, pois queremos escolher determinadas pessoas para o nosso estudo. A amostra a

usar será constituída por indivíduos que manipulam a informação contabilístico-financeira das empresas (utilizadores), indivíduos com responsabilidade ao nível da elaboração de normas (reguladores), e empresas (gestores de empresas), pelo facto de utilizarem este tipo de informação para a tomada de decisões. Esta selecção tem a ver também com os seus conhecimentos técnicos sobre o relato financeiro, e pelo facto de geralmente utilizarem a Internet para procurar informação sobre empresas. Para alcançarmos este objectivo, devemos utilizar a amostragem intencional, também conhecida por amostragem não probabilística por julgamento. Este tipo de amostragem tem a vantagem de envolver apenas indivíduos possuidores de conhecimentos sobre determinado área que se quer estudar / investigar que os outros não possuem.

A análise de documentos, nomeadamente artigos de natureza científica e relatórios que caracterizem e/ou descrevam a divulgação de informação contabilístico-financeira através da Internet, vai contribuir para uma melhor compreensão sobre o alcance deste meio. Paralelamente, esta análise vai permitir elaborar o guião da entrevista semi-estruturada, peça fundamental para poder recolher a opinião de todos os que utilizam e/ou trabalham neste domínio, quanto à forma e ao conteúdo da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet.

1.5. Estrutura do trabalho

Esta dissertação de mestrado está constituída por sete capítulos e encontra-se estruturada da seguinte forma:

No primeiro capítulo é feita uma introdução sobre a importância do relato financeiro no processo de tomada de decisão por parte dos investidores e/ou potenciais investidores.

No segundo capítulo é efectuada uma breve revisão da literatura sobre a Internet e o Relato Financeiro Electrónico. Aqui a preocupação é com o impacto da Internet na nova forma de divulgar a informação contabilístico-financeira das empresas e a generalização do uso das TIC.

No terceiro capítulo é efectuada uma incursão nos princípios orientadores para o Relato Financeiro Electrónico, tendo em conta as recomendações das entidades reguladoras. Estes princípios têm a ver com as recomendações para a divulgação de informação

contabilístico-financeira através da Internet, as formas de apresentação dessa informação e os principais conteúdos da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet.

O capítulo quatro centra-se no trabalho de revisão bibliográfica sobre o Relato Financeiro Electrónico tendo em conta os diversos estudos efectuados sobre o tema.

No quinto capítulo apresenta-se a metodologia de estudo que se adoptou para a realização do trabalho, nomeadamente a escolha do assunto, o levantamento do material a investigar, a delimitação do objecto de investigação e posteriormente a recolha de informação para a investigação.

No sexto capítulo realiza-se a apresentação e discussão de resultados e no último capítulo são apresentadas as conclusões, as limitações deste trabalho e propostas de investigação futuras e, por fim, algumas recomendações.

Capítulo 2 – A Internet e o Relato Financeiro Electrónico

Nos últimos anos temos assistido a uma generalização do uso das TIC, o que tem proporcionado grandes transformações na forma como as pessoas desenvolvem as suas tarefas e comunicam entre si. Um elemento extremamente importante para esta generalização, foi o desenvolvimento das infra-estruturas de comunicação, que permitiu, entre outras coisas, melhorar e ampliar de forma significativa o uso da Internet e, conseqüentemente, alterar as noções de tempo e espaço geográficos.

O impacto da Internet tem sido tão significativo, que é possível observar que até a forma como as organizações e as pessoas realizam negócios tem sofrido alterações. Assim, não é de estranhar também a ocorrência de alterações na forma de divulgação e acesso à informação contabilístico-financeira, um tema de especial interesse para as empresas cotadas nas bolsas de valores.

O uso da Internet tem possibilitado a aparição de novas técnicas e canais de comunicação, que complementam e substituem as tradicionais vias de transmissão de informação utilizadas no passado. Como referem Inchaustin e Jorge (2002), o uso da Internet amplia a possibilidade da gestão da informação empresarial, tanto interna como externamente, e oferece outras formas de fazer comércio, publicidade e de comunicação da informação financeira para o exterior.

2.1. A Internet como canal de divulgação de informação contabilístico-financeira

O rápido desenvolvimento das TIC tem levado as empresas de diversos países a considerar o impacto da Internet sobre a entrega e disseminação da informação financeira (Beattie e Pratt, 2003).

Inicialmente, as empresas começaram a utilizar a Internet para publicitar os seus produtos e/ou serviços e outras informações, e a seguir começaram a utilizá-la também para a divulgação de informação de carácter geral. Posteriormente, a sua utilização passou rapidamente para todas as áreas da organização, incluindo a divulgação da informação financeira (Alves, 2005).

Segundo Alves (2005), o relato financeiro electrónico é resultado de uma evolução inequívoca, respondendo às necessidades e dificuldades sentidas, quer pelos utilizadores, quer pelas próprias empresas, permitindo: reduzir o custo e o tempo na divulgação da informação financeira; comunicar com um maior número de utilizadores

e potenciais investidores; ultrapassar as limitações do relato tradicional; aumentar a quantidade e tipo de informação a divulgar. Contudo, e como refere a mesma autora, estas transformações dão origem à necessidade de realizar uma análise aprofundada das principais consequências que este novo meio de comunicação tem no processo de divulgação da informação financeira.

Gray e Roberts (1989), citados por Craven e Marston (1999), destacam como benefícios da divulgação da informação contabilístico-financeira através da Internet, de acordo com um estudo realizado ao nível das multinacionais britânicas, os seguintes pontos:

- Promove a imagem/reputação da empresa;
- Melhora a decisão de investimento pelos investidores;
- Promove/apresenta a contabilidade aos accionistas;
- Permite uma avaliação mais exacta do risco por parte dos investidores.

Segundo Inchaustin e Jorge (2002), uma empresa terá necessidade de utilizar a Internet para a divulgação de informação financeira pelos seguintes factores:

- Reduzir custos e tempo de distribuição da informação – as empresas podem eventualmente reduzir custos de impressão e distribuição, através da publicação da informação financeira na Internet, deixando estes custos de ser considerados como impedimento à propagação da informação;
- Comunicar com utilizadores previamente não considerados;
- Melhorar o acesso à informação dos potenciais investidores, sobretudo no caso das pequenas empresas;
- Aumentar a quantidade e o tipo de dados proporcionados;
- Suplementar as práticas habituais de divulgação de informação.

Segundo Rodrigues e Menezes (2001), acredita-se também que a Internet conduzirá o relato financeiro de ciclos anuais e semestrais para o relato em tempo real. Contudo, neste momento tal não acontece, dado que se continua a oferecer o mesmo tipo de informação, por vezes insuficiente. Assim, para que esta vantagem se venha a concretizar terão que se resolver problemas a nível prático e legal, nomeadamente, a integração da informação corrente com a informação previamente apresentada, sem que para isso a empresa incorra em custos significativos e problemas legais.

Os utilizadores da informação financeira podem aceder de forma contínua, cómoda e nos locais e às horas que quiserem às demonstrações financeiras e/ou aos documentos de prestação das contas, sem terem a necessidade de se deslocarem.

Como refere O`Kelly (2000), a capacidade da informação ser mais atempada e mais relevante originará uma maior eficiência nos mercados de capitais, traduzindo-se numa maior eficiência de custos e rapidez, quer por parte dos investidores, quer por parte dos mercados financeiros.

Devemos realçar também que se o desenvolvimento das TIC veio tornar possível a divulgação da informação financeira na Internet, melhorando a forma como as empresas apresentam a sua informação, estas também têm associados alguns riscos e restrições. Por isso, há a necessidade de incorporar meios correctores para que as TIC não sejam tidas como um factor negativo na divulgação da informação financeira na Internet. Segundo Alves (2005), citando Gandía (2001), entre os principais riscos destacam-se os seguintes:

- **Acesso à informação em iguais condições** – a informação financeira deve estar acessível de forma equitativa para todos os potenciais utilizadores da informação. Neste caso são as questões de natureza tecnológica que podem constituir barreira no acesso à informação e também outras de natureza sócio-económica, como por exemplo restringir a informação a um determinado grupo de utilizadores;
- **Verificação e fiabilidade da informação divulgada** – é necessária uma maior atenção por parte das empresas e instituições, de forma a zelar pela informação divulgada, devendo certificarem-se da fiabilidade da informação, para não induzirem os utilizadores a tomarem decisões erradas;
- **Responsabilidade pela informação financeira difundida** – é importante determinar quais são e quem deveria assumir as responsabilidades associadas à divulgação da informação financeira indevida;
- **Sobrecarga da informação** – grande quantidade de informação não significa necessariamente informação relevante, pelo que se torna necessário o uso de instrumentos concretos que permitam a filtragem dos dados relevantes.

Segundo outro estudo, realizado por León (2003), embora se assista à massificação do uso das novas tecnologias no processo de comunicação da informação contabilístico-financeira, existem ainda poucos guias de actuação, resultando daí uma grande diversidade nos conteúdos e formatos das informações apresentadas pelas empresas. Esta grande diversidade leva as empresas que divulgam este tipo de informação a incorrerem em alguns riscos, nomeadamente:

- **Inclusão de informação previsional** – este tipo de informação deve ser acompanhada de uma declaração de advertência que identifique os factores que podem influenciar os resultados, devendo ser a informação financeira previsional da empresa acompanhada por uma relação de riscos relevantes que podem afectar a sua situação em particular.
- **Informação de analistas** – o risco aqui tem a ver com a existência de ligações de páginas *web* das empresas com as páginas de analistas e também da inclusão de informação de analistas que cobrem a empresa. Os visitantes devem ser avisados que estão a abandonar a página da empresa e que por isso o conteúdo da informação a que poderão aceder não é da responsabilidade da empresa. Deve referir-se também que a empresa não faz a revisão da veracidade das previsões dos analistas.
- **Transcrição das conferências e/ou discursos** – as empresas que incluem nas suas páginas *web* as conferências e/ou discursos devem colocar também a correspondente advertência para não incorrerem numa prática de risco.
- **Extractos de contas anuais** – algumas empresas colocam nas suas páginas da Internet informação financeira que omite alguns documentos importantes relativos à verdadeira situação da empresa e as respectivas notas, contrariando tal prática os Princípios Contabilístico Geralmente Aceites (PCGA), que requerem que as referidas notas acompanhem esses documentos.
- **Informação auditada e não auditada** – em alguns sítios *web*, é difícil distinguir entre a informação que é auditada e a não auditada, quando o utilizador se move desde a página que contém a informação financeira para páginas que contêm comentários da administração e de analistas, gráficos, outras

informações sobre a empresa e traduções de outros idiomas. Nestes casos, o utilizador pode “pensar” que toda a informação que está a analisar foi submetida a uma auditoria. Outra questão tem a ver com a tendência generalizada das empresas em excluir a informação auditada, sobretudo quando o parecer da auditoria apresenta reservas sobre as contas da empresa.

- **Actualização da informação** – alguns tribunais dos Estados Unidos estabeleceram a obrigatoriedade em actualizar a informação difundida pela empresa, existindo um dever de corrigir a informação difundida, sempre que possível, para esta não se converter em informação enganosa, podendo deste modo os intervenientes no mercado confiar razoavelmente na informação. A obrigação de actualização da informação incrementa a necessidade, por parte das empresas, em rever periodicamente as suas páginas.
- **Informação sobre os produtos da empresa** – as empresas também divulgam informação sobre os produtos e/ou serviços que comercializam. O risco centra-se na informação antiquada ou que tenha um carácter preditivo, sendo necessário acompanhar a informação e as suas correspondentes declarações de advertência. No caso de a empresa revelar informações, e se estas não se ajustarem à realidade, a empresa pode ser acusada de prestar declarações falsas.
- **Possibilidade de alterar a informação** – a falta de segurança pode propiciar a que piratas informáticos modifiquem a informação financeira incluída na página da empresa.
- **Informação em tempo real** – a informação em tempo real proporcionada pela tecnologia actual permite fornecer mais dados aos utilizadores, mas não necessariamente mais informação. Os PCGA exigem um tratamento da informação em estado bruto para ser transformada em informação financeira compreensível, devendo portanto, ser ponderados os efeitos para os utilizadores em disporem de informação mais oportuna, mas menos consistente.
- **Informação interactiva** – algumas empresas proporcionam aos seus utilizadores, além da informação financeira, os instrumentos necessários para determinar qual seria a situação da empresa perante diferentes cenários, que

podem ser considerados previsionais, com as consequências legais que esta possibilidade pode ter para a empresa.

2.2. Principais grupos de utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet

A utilização da Internet como meio de divulgação da informação contabilístico-financeira é uma realidade e uma necessidade para as empresas, sobretudo para as que estão cotadas nas bolsas de valores, pois através deste meio será mais fácil chegar aos actuais e aos novos investidores. No entanto, é fundamental saber qual o tipo de informação financeira que cada grupo de utilizadores mais necessita para a tomada de decisão e em que formatos a querem ver publicada. Debreceny et al (2001) classificam os utilizadores da informação financeira em:

- **Empresas** – estas estão mais preocupadas com o tipo de informação a apresentar (conteúdo) e com a forma de apresentação da informação;
- **Utilizadores** – preocupados em encontrar os sítios *web* e/ou nas dificuldades em localizar a informação que procuram no sítio *web*;
- **Reguladores** – têm grande dificuldade em controlar, acompanhar, comparar e avaliar a informação, por isso têm mais dificuldades em fornecer recomendações, normas ou boas práticas.

Beattie e Pratt (2003) classificam os utilizadores da informação financeira em grupos e subgrupos e referem a existência de relações entre os utilizadores do mesmo subgrupo e os de subgrupos diferentes. Para estes autores os utilizadores da informação financeira classificam-se em:

- **Analistas de Investimentos:** o analista de investimentos é um trabalhador do conhecimento que utiliza e produz informações com o objectivo de avaliar empresas e sectores produtivos para identificar boas oportunidades de investimento. No contexto do mercado de capitais, a literatura tem enfatizado a importância de utilizar informações disponíveis para identificar oportunidades, recomendar adequadamente investimentos e, com isso, apresentar bons retornos.

- **Gestores de Fundos:** um fundo de investimento é uma forma de aplicação financeira, formada pela união de vários investidores que se juntam para a realização de um investimento financeiro, organizado sob a forma de pessoa jurídica, tal qual um condomínio, visando um determinado objectivo ou retorno esperado, dividindo as receitas geradas e as despesas necessárias para o empreendimento. A administração e a gestão do fundo são realizadas por especialistas contratados. Os administradores tratam dos aspectos jurídicos e legais do fundo, os gestores da estratégia de montagem da carteira de activos do fundo, visando o maior lucro possível com o menor nível de risco.
- **Financiadores e /ou Investidores:** os Financiadores (geralmente banqueiros) são indivíduos que fazem empréstimos (dívidas) com a grande expectativa de pagamentos já estabelecidos ao longo de um período de tempo. Os requisitos são geralmente definidos no que diz respeito às condições a serem cumpridas antecipadamente e no curso do empréstimo, ao passo que os Investidores fazem investimentos de capital de contrapartida nos negócios. Os Investidores esperam um retorno maior que os Financiadores e estão dispostos a arriscar mais, mas não devem ser confundidos com especuladores. O interesse dos Investidores está em ver-se como um participante no negócio, geralmente tendem a definir regras específicas e metas para garantir que os negócios estão no bom caminho.
- **Gestores Financeiros:** responsáveis pelas áreas financeiras das empresas.
- **Auditores Externos:** são indivíduos independentes pertencentes a uma entidade externa que procedem à auditoria de uma empresa contratante. Esta auditoria externa consiste no exame das demonstrações financeiras feita com o propósito de expressar uma opinião sobre a propriedade com que as mesmas apresentam a situação patrimonial e financeira da empresa e o resultado das operações no período do exame. A auditoria também pode consistir no exame de normas, procedimentos e boas práticas para o desenvolvimento de uma determinada actividade.
- **Accionistas privados:** sócios que participam na gestão da sociedade na mesma medida em que detém capital da mesma, tendo por isso, direitos de voto

proporcionais à quantidade de acções que possuem. Dentro da sociedade, quem detém mais acções, tem direito a maior quantidade de votos.

Outro estudo, de Quagli e Riva (2004), realizado com o objectivo de saber como é que os utilizadores italianos usam os sítios *web* das empresas e os portais financeiros e se as suas necessidades de informação são satisfeitas através da Internet, considera como utilizadores de informação financeira na Internet os analistas financeiros e os investidores.

**Capítulo 3 – Princípios orientadores para o Relato
Financeiro Electrónico**

A Internet está a mudar a forma como as pessoas comunicam, devido às vantagens que oferece como redução de custos, de tempo e a facilidade de permitir que os utilizadores comuniquem em tempo real estando fisicamente distantes uns dos outros.

As empresas, aproveitando-se da facilidade que a Internet oferece, começaram a publicar através deste canal as suas informações contabilístico-financeiras, dado ser possível para qualquer utilizador aceder às informações de qualquer empresa desde que esta tenha um sítio *web*.

Se a Internet tem ajudado as empresas na publicação dos seus relatos financeiros, há por outro lado a necessidade de regular este canal, de forma a tentar garantir que as informações aí publicadas são verdadeiras e, por isso, podem merecer a confiança dos utilizadores.

3.1. Recomendações para a divulgação de informação contabilístico-financeira através da Internet

Vários são os organismos internacionais que, verificando o crescimento do relato financeiro electrónico através da Internet, e preocupados com a idoneidade das informações veiculadas por este meio, decidiram criar regras para a divulgação e acessibilidade deste tipo de informação. Entre estes organismos destacamos o International Accounting Standards Committee (IASC), que mais tarde evoluiu para International Accounting Standards Board (IASB), do Reino Unido, o Financial Accounting Standards Board (FASB), dos Estados Unidos da América, o American Institute of Certified Public Accountants (AICPA), dos Estados Unidos da América, a Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), de Portugal, e a Asociación Española de Contabilidad y Administración (AECA), de Espanha. Estes organismos apresentam diversas recomendações de boas práticas de divulgação da informação financeira na Internet, para que as empresas que o fazem apresentem informação não muito diferente umas das outras do ponto de vista da forma e do conteúdo.

O IASB apresenta uma série de recomendações sobre a utilização da Internet para divulgação de informação financeira por parte das empresas (IASB, 1999). O objectivo é formalizar e publicar normas contabilísticas a serem observadas na apresentação das

demonstrações financeiras e promover a sua aceitação a nível mundial. Dessas recomendações destacamos:

- A informação financeira divulgada na Internet não deve ser diferente das outras versões da informação financeira publicada;
- Optando a empresa por não disponibilizar na Internet toda a informação que constava do documento original, a mesma deverá evidenciar esse facto no respectivo sítio *web*; se a informação disponibilizada se encontrar repartida por vários ficheiros, por conveniência de apresentação ou para facilitar o descarregamento, a entidade deverá apresentar uma listagem completa desses ficheiros e da sequência que existe entre eles;
- Se a empresa relatar *online* informação adicional, que não consta do documento original, tal facto deve ser evidenciado, bem como se essa informação adicional apresentada foi ou não auditada;
- O relatório financeiro electrónico deverá indicar quais das suas páginas ou conteúdos foram ou não objecto de auditoria, bem como o exacto teor do respectivo relatório;
- Deverão constar assinaturas digitais nos documentos electrónicos, nomeadamente no relatório de auditoria e em outros documentos cuja autenticidade possa ser questionada.

Para o FASB (2000), é importante que as empresas que divulgam informação financeira na Internet tenham em atenção determinados aspectos, nomeadamente:

- Inclusão de informação prospectiva ou *links* para *sites* de analistas ou de comentários de terceiros sobre a empresa, mencionando os termos de responsabilidade;
- Não devem publicar demonstrações financeiras incompletas e/ou falta de outros documentos de prestação de contas;
- Ao publicarem transcrições ou discursos devem ter o cuidado de manter o contexto em que as afirmações foram proferidas;

- A língua de divulgação da informação e/ou os *links* para a notícia divulgada deve ser o mais visível possível;
- O uso de *links* deve ser feito com cuidado, evitando o seu uso para *sites* de analistas ou incluir comentários de analistas no site da empresa;
- Reavaliar regularmente as medidas de segurança do sistema.

O AICPA criou em 1991 um grupo de trabalho denominado *Special Committee on Financial Reporting*, que tinha como objectivo tratar de assuntos relacionados com a qualidade e oportunidade do relato financeiro, mormente as tendências futuras, a informação necessária a divulgar e criar normas sobre o relato financeiro electrónico. Em 1994 identificou 5 fundamentos para a necessidade de se criarem normas para o relato financeiro electrónico (AICPA, 1994), o que possibilitaria:

- Criar uma base comum para a compreensão de termos alternativos, de forma a facilitar as negociações entre utilizadores e empresas sobre o conteúdo das demonstrações financeiras;
- Promover um relato financeiro neutro e não enviesado;
- Aumentar a comparação da informação financeira;
- Permitir a auditoria da informação financeira;
- Facilitar a recolha e tratamento da informação dentro de uma estrutura definida, compreendida e aceite.

A CMVM elaborou algumas linhas de orientação a que chamou de “Entendimentos e Recomendações da CMVM sobre a utilização da Internet” (CMVM, 2000), onde destacamos os entendimentos e recomendações quanto à informação a divulgar através da Internet e os entendimentos resultantes dos princípios da neutralidade e da equivalência.

No que se refere aos entendimentos da CMVM relativamente ao conteúdo da informação a divulgar através da Internet, destacamos:

- O dever de indicar na página do sítio, o momento da última actualização da informação divulgada ou a identificação da fonte de informação, no caso de se tratar de um sítio externo à organização;

- A necessidade de mencionar se a informação se refere a um documento integral, extracto ou resumo;
- A indicação expressa sobre a aprovação ou não da informação apresentada, fazendo-a acompanhar do relatório da auditoria externa quando aplicada nos relatórios e contas;
- A necessidade de adoptar medidas de segurança que garantam a integridade e a autenticidade da informação divulgada através da Internet;
- Quando a informação é dirigida a residentes em Portugal, deve ser difundida em português, salvo dispensa da CMVM.

Relativamente aos entendimentos resultantes dos princípios da neutralidade e da equivalência, a CMVM recomenda o seguinte:

- Manter, independentemente do suporte do relato das transacções, as exigências da entidade de supervisão relativamente aos agentes que exercem actividades no mercado de valores;
- Disponibilizar informação completa, verdadeira, actual, clara, objectiva e lícita;
- Responsabilizar as entidades que divulgam a informação pelo respectivo conteúdo e que os procedimentos relacionados com a conservação em arquivos de documentos e registos sejam aplicáveis às transacções realizadas através da Internet, estando as comunicações relevantes sujeitas a deveres de conservação e registo;
- Necessidade das entidades emitentes e os intermediários assegurarem que os documentos disponibilizados em formato electrónico têm níveis equivalentes de inteligibilidade, de durabilidade, de autenticidade e de integridade relativamente aos exigidos para os documentos em suporte de papel;

- Garantir que a organização dos arquivos informáticos das empresas que relatam seja inviolável e garanta a inalterabilidade dos conteúdos e acessos dos mesmos por parte das autoridades de supervisão;
- As entidades que disponibilizem o prospecto em suporte electrónico e prestem informação via Internet, devem, no que respeita à divulgação de informação financeira, mencionar expressamente se a informação divulgada já foi ou não aprovada e identificar os relatórios e contas (com menção da data de referência e da forma simples ou consolidada das contas), fazendo-os acompanhar da respectiva certificação legal das contas e, quando aplicável, do relatório de auditoria externa e a necessidade de se disponibilizar na Internet um endereço de correio electrónico que permita o contacto com a entidade responsável pela divulgação da informação.

A CMVM recomenda ainda, tendo em conta os entendimentos referidos, o seguinte:

- a) Que seja disponibilizado para cada sítio na Internet um endereço de correio electrónico que permita o contacto com a entidade responsável pela divulgação da informação financeira;
- b) No que respeita, em especial, a informação divulgada no contexto das empresas públicas de valores mobiliários através da Internet:
 - O investidor deve ser alertado para a importância da consulta do prospecto da oferta;
 - Deve ser mencionada a data e o número do registo da CMVM e a forma e o local da consulta ou obtenção de exemplares dos documentos da oferta.

A AECA no seu documento “Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet” (AECA, 2002), apresenta um conjunto de recomendações para a divulgação da informação financeira na Internet. Entre estas recomendações são identificadas diversas áreas que requerem o estabelecimento de actuação imediata. É neste sentido que a AECA recomenda o seguinte:

- **Conteúdos mínimos:** as empresas cotadas em bolsa, que divulgam informação financeira nas suas páginas *web*, devem oferecer como mínimo toda a

informação financeira que estiverem obrigadas a remeter à Comissão Nacional de Valores Mobiliários, evitando assim a distribuição de informação incompleta;

- **Responsabilidade das empresas:** as empresas devem assumir a responsabilidade de que a informação financeira publicada nas suas páginas *web* seja precisa e fiável. Para isso, deverão tomar medidas de segurança para que nenhuma pessoa sem autorização possa aceder à *Web* e manipular o seu conteúdo;
- **Identificação das páginas *web* da informação financeira:** as empresas devem criar endereços específicos dentro da sua página *web* que agrupe toda a informação financeira oferecida. Esta informação deverá ser acessível directamente desde a página principal, seleccionando uma opção que pode adoptar as seguintes designações:
 - Informação financeira;
 - Informação para os investidores;
 - Informação para os accionistas;
 - Zona de investidores / accionistas;
 - Qualquer outra similar que faça clara referência aos conteúdos.
- **Reciprocidade com a informação noutros formatos:** as empresas devem incluir na sua página *web* as versões digitais da informação apresentada noutros formatos impressos ou notas de imprensa;
- **Alcance da auditoria dos documentos:** nas páginas *web* das empresas, os documentos auditados devem estar claramente separados de qualquer outra informação financeira não auditada, de forma que o utilizador possa conhecer claramente o alcance da auditoria sobre a informação que está a consultar. Deve-se advertir claramente o utilizador se uma ligação que seleccionou desde um documento auditado o leva a uma zona de informação não auditada ou vice-versa;
- **Fonte de informação:** as empresas deverão identificar claramente aquela informação que, sendo parte do seu sítio *web*, terá sido gerada por terceiros, em cujo caso a fonte deverá identificar-se também;

- **Utilização de diferentes idiomas:** para empresas preocupadas em captar investidores no âmbito internacional, é aconselhável a difusão noutros idiomas, principalmente em inglês, da sua informação financeira;
- **Informação suplementar, resumos e dados desagregados:** toda a informação suplementar emitida pelas empresas para determinados grupos de utilizadores como analistas, intermediários financeiros, imprensa, investidores institucionais, etc., deverá publicar-se na *Web* para conhecimento e benefício de todos os utilizadores;
- **Navegabilidade, acessibilidade e manutenção da informação no sítio *web*:** as empresas deverão garantir a navegabilidade das sua páginas, mediante o estabelecimento de um conjunto apropriado de ligações internas e velando pela sua integridade em qualquer momento;
- **Facilidade de utilização da informação divulgada:** as empresas deverão garantir que os documentos podem ser facilmente descarregáveis num formato adequado para o seu tratamento informático e análise posterior, por parte dos utilizadores. A informação também deverá ser publicada na *Web* num formato que facilite a sua impressão;
- **Segurança:** devem tomar-se todas as medidas de segurança razoáveis para evitar a manipulação não autorizada da informação apresentada pelas empresas nos sítios *web*.

Há ainda outras recomendações a destacar neste documento da AECA, como as referências temporais e actualizações de páginas, as ligações, tendo em conta a integridade dos dados externos, os erros e as informações de contacto da empresa.

Como já mencionado, estes aspectos apresentados por diversas entidades internacionais são apenas recomendações de boas práticas, tendo em conta o carácter que o relato financeiro tem vindo a tomar nos últimos anos, pelo que do nosso ponto de vista, é fundamental que as empresas tomem em conta essas recomendações e as apliquem.

Outro documento importante, que faz recomendações relativamente à informação contabilístico-financeira publicada na Internet é a Ley 26 /2003, de 18 de Julho (Ley,

26/2003). Embora se trate de um documento de natureza legal, com efeitos jurídicos apenas no contexto espanhol, procedemos à sua análise com o propósito de recolher recomendações que nos pudessem ser úteis. Assim, da análise deste documento apenas destacamos como relevante a obrigatoriedade a que estão sujeitas as sociedades anónimas cotadas na bolsa de valores em dispor de um sítio *web* para a divulgação da informação contabilístico-financeira.

3.2. Formas de apresentação da informação contabilístico-financeira

O número de empresas que publica a sua informação contabilístico-financeira na Internet tem crescido de forma surpreendente nos últimos anos, o que tem contribuído bastante para o acesso aos relatos das empresas, principalmente aquelas que estão cotadas em bolsa. Por outro lado, cresce o número de indivíduos que procuram essas informações financeiras, os quais pertencem a grupos diferentes de utilizadores, o que pressupõem, à partida, que nem todos procuram o mesmo tipo de informação e que o formato de apresentação dessas informações nem sempre agrada aos diversos grupos de utilizadores.

Devido a este facto, e tendo em conta o número de utilizadores desta informação e o tipo de informação que cada um procura, torna-se difícil determinar que tipo de informação cada grupo de utilizadores procura e a forma ideal de representar esta informação. Por outro lado, e tendo em atenção o estudo de Kelton (2006), a forma de apresentação da informação e o tipo de informação são importantes, pois afectam o julgamento do investidor, em particular do investidor não profissional.

Segundo Debreceny et al (2001), embora a estimativa das empresas que usam a *Web* para apresentar o seu relato financeiro tenha crescido dramaticamente nos últimos anos, a tendência real pode ser mais acentuada do que a relatada. Esta tendência é causada pela dificuldade em determinar primeiro se a empresa tem normalmente um sítio *web* incorporado, e se tiver, determinar a existência de todos os elementos da informação.

Há que ter em conta a grande variação na qualidade e no design dos sítios *web* corporativos. Segundo estes autores, esta variação é uma indicação da natureza dinâmica dos relatos financeiros baseados na *Web*. Esta variação pode causar certos problemas tais como:

- Incerteza das empresas sobre que informação apresentar (conteúdo) e como apresentar esta informação (forma);
- Dificuldade experimentada pelos utilizadores em encontrar os sítios *web* e, uma vez encontrados, podem ter dificuldade em encontrar a informação que procuram;
- Dificuldades dos reguladores e analistas financeiros em monitorar, comparar, avaliar e aceder aos relatos financeiros das companhias com suporte na Internet dentro do seu alcance.

Segundo Alves (2005) e Rodrigues e Menezes (2001), no caso de Portugal, há empresas que apresentam informação da forma mais resumida possível, e outras que divulgam muito mais do que lhes é exigido pela regulamentação dos mercados de capitais. Outras empresas procedem a uma separação clara entre informação financeira e não financeira, e informação destinada a actuais e potenciais investidores, separando-as da restante informação. No entanto, muitas outras misturam a informação, tornando difícil ao utilizador perceber de que se trata.

Os estudos revelam a utilização de vários formatos como o *Portable Document Format* (PDF), o *Hypertext Markup Language* (HTML), o documento tipo folha de cálculo (XLS), o documento de tratamento de texto (DOC) e o *Extensible Business Report Language* (XBRL).

Segundo Alves (2005), nenhum dos formatos funciona como alternativa, uma vez que tudo depende do objectivo pretendido. Se o objectivo da empresa for divulgar uma versão análoga à publicada em papel, o mais indicado é o PDF. Se for para divulgar no seu site o Relatório e Contas tendo em conta o tempo de descarregamento, e a forma de manusear o documento, é aconselhável a utilização do HTML.

Segundo Barak (2004), o formato PDF é o mais popular e fácil de criar a partir de documentos originais, e quando descarregados e impressos, disponibilizam uma cópia exacta do documento original. Para as empresas, a produção dos ficheiros em formato PDF não acarreta custos significativos e os ficheiros são relativamente seguros. Citando o mesmo autor, algumas empresas utilizam o HTML para relatar a informação contabilístico-financeira. O HTML usa hipertextos, que são *links* dentro das páginas que

ligam a elementos específicos dentro da estrutura financeira. Esses *links* permitem navegar dentro do sítio *web* permitindo o acesso a várias páginas e outros sítios *web* com informação relacionada.

Outra forma que as empresas podem utilizar para o relato financeiro electrónico é o XBRL, que é uma linguagem electrónica livremente disponível para o relato financeiro (Gray, 2004). Esta linguagem, segundo Salawu (2009), citando Richard and Smith (2004), é uma ferramenta baseada em XML (*Extensible Markup Language*), que oferece à comunidade financeira um método baseado em normas financeiras para preparar e publicar informação contabilístico-financeira nos mais variados formatos e automaticamente exportar o seu conteúdo para tratamento de acordo com ferramentas disponíveis.

Para Boritz e No (2004), o XBRL foi desenvolvido para dar aos utilizadores um meio eficaz e eficiente para preparar e trocar informação financeira na Internet.

Segundo Alves e Silva (2001), o XBRL é considerado como a linguagem que irá revolucionar o relato financeiro electrónico. A sua adopção poderá permitir às empresas criar relatórios abrangentes e personalizados, com custos reduzidos e num protocolo compatível com a maioria das aplicações financeiras, sem qualquer obstáculo entre preparadores da informação financeira e os seus utentes. É mesmo, segundo estes autores, o elo que falta no relato financeiro para que a distribuição da informação financeira seja possível de forma fácil, rápida e eficiente, permitindo designadamente:

- Reduzir o tempo e o custo de acesso e preparação;
- Aumentar o acesso e a distribuição;
- Utilizar *software* de agentes inteligentes;
- Adoptar diferentes políticas contabilísticas, designadamente, modelos valorimétricos alternativos;
- Relatar a informação utilizando taxinomias desenvolvidas especificamente para diferentes quadros normativos;
- Relatar informação de carácter dinâmico; e
- Aumentar e melhorar a análise da informação financeira.

Para os mesmos autores, as vantagens do XBRL estendem-se à auditoria, que depende da qualidade, oportunidade e fidedignidade da informação disponibilizada, pelo que o XBRL permitirá:

- Fácil acesso à informação;
- Aumentar a fiabilidade da transparência da informação entre o cliente e o auditor;
- Maximizar a transparência da informação; e
- Utilizar técnicas mais sofisticadas no desenrolar da auditoria, designadamente no processo de selecção e amostragem.

A integridade da informação contabilístico-financeira contida nos documentos XBRL depende da confiabilidade dos processos usados para criar documentos, a natureza e extensão dos procedimentos de segurança da informação e das medidas de segurança tomadas para proteger a integridade da informação.

Após o surgimento do XBRL, citando novamente Boritz e No (2004), houve a necessidade de se garantir segurança e integridade na distribuição de informação contabilístico-financeira na Internet usando o XBRL. Assim, surgiu o *Extensible Assurance Reporting Language* (XARL). O XARL é uma extensão do XBRL baseado em XML, que foi designado pelos autores para permitir segurança e integridade nos relatórios em XBRL distribuídos na Internet.

3.3. Principais conteúdos da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet

A Internet transformou-se nos últimos anos no meio mais utilizado para a disseminação da informação financeira das empresas. Isto deve-se à facilidade de utilização, ao baixo custo na distribuição da informação, se comparado com a informação em papel, e sobretudo à velocidade de transmissão dessa informação.

Delone e McLean (1992) apresentam um modelo de sucesso de sistemas de informação que é uma ferramenta para medir a complexidade de variáveis dependentes na investigação em sistemas de informação. Neste modelo definem três variáveis independentes, a qualidade do sistema, a qualidade da informação e a qualidade de

serviço, e quatro variáveis dependentes, a utilização, a satisfação do utilizador, o impacto individual e o impacto organizacional.

De acordo com este modelo, a qualidade do sistema, a qualidade da informação e a qualidade de serviço, individualmente ou em conjunto, têm influência no uso do sistema e na satisfação do utilizador. E a frequência do uso pode afectar positivamente ou negativamente o grau de satisfação do utilizador e vice-versa. Os sítios *web* são um sistema de informação, pelo que devem cumprir com os itens acima expostos, porque quanto maior a frequência de utilização, maior o grau de satisfação dos utilizadores com a informação encontrada, e quanto mais encontram as informações que procuram, mais vezes voltam aos sítios *web* para procurar informações. E a satisfação dos utilizadores dos sítios *web* tem a ver com a facilidade de acesso, a facilidade de uso, o tempo de resposta e a disponibilidade do sítio *web*, que devem ser considerados factores críticos de sucesso no uso dos sítios *web*.

Debreceeny et al (2001) procuram saber quais os atributos que os utilizadores finais da informação financeira consideram mais importantes, referindo-se os atributos aos formatos e conteúdos das informações publicadas. Segundo estes autores, a necessidade de “dar” aos utilizadores a informação que procuram tornou-se complexa, devido à existência de diferentes grupos de utilizadores. O que se tem constatado é que nem todos os utilizadores procuram o mesmo tipo de informação. Essa diferença tem a ver com a utilidade que a informação representa para cada grupo. Por exemplo, os investidores e os analistas procuram informação diferente da que é procurada pela comunidade ou pelas organizações laborais. E dentro do mesmo grupo a necessidade de informação difere de acordo com o modelo de decisão. Por exemplo, os gestores estão mais incentivados a comunicar voluntariamente a informação aos utilizadores, permitindo desta forma reduzir as assimetrias entre gestores profissionais e utilizadores que tipicamente não têm informação diária relativa a questões estratégicas e operacionais.

É interessante verificar que muitas empresas têm uma atenção especial com os investidores quando publicam informação financeira. Léon (2003) concluiu que a informação de interesse para os investidores geralmente encontra-se colocada numa secção separada da informação para os restantes utilizadores. Essa informação é de fácil acesso, bastando para tal ir à secção denominada “Investidores” ou “Relação com os

investidores”. Nesta secção geralmente encontramos informação relacionada com a história financeira da empresa, os balancetes trimestrais e anuais, os comunicados de imprensa, a informação remetida aos organismos supervisores, as respostas às perguntas mais frequentes e a cotação das acções. O objectivo é fornecer uma série de informações que possibilite aos investidores e analistas terem os instrumentos necessários para a tomada de decisão de investimento, sem precisarem para tal que os documentos lhes sejam enviados por correio ou fax, reduzindo desta forma gastos e perda de tempo.

Para Debreceny et al (2001), embora a necessidade de informação varie entre grupos de utilizadores, há alguns factores comuns que devem ser identificados nas necessidades primárias de informação contabilístico-financeira dos utilizadores:

- Dados financeiros e não financeiros da empresa;
- Análise de gestão dos dados financeiros e não financeiros;
- Informação previsional da empresa;
- Informação sobre gestores e accionistas;
- Antecedentes (históricos) da empresa.

No entanto, os atributos classificados como os mais importantes da informação financeira são os balanços financeiros, as notas, os relatórios de revisores de contas e os relatórios anuais.

De acordo com Lu (2007), na generalidade os *sites* das empresas incorporam a seguinte informação:

Para os investidores:

- Relatórios anuais;
- Relatórios trimestrais;
- Destaques financeiros;
- Versões de impressão
- Notícias e eventos;
- Apresentações de conferências em multimédia;

Para as empresas

- Descrição do negócio;
- Objectivos estratégicos;

- Mensagem do *Chief Executive Officer*;
- Estrutura organizacional;
- Informação sobre investigação e desenvolvimento;
- Informação dos executivos e directores.

Informação para Gestão:

- Códigos de ética e política de negócios;
- Políticas de governação da empresa;
- Responsabilidade social da empresa;

Informação Previsional:

- Planos de previsão (previsão qualitativa e quantitativa);
- Planos de gestão com objectivos e estratégias;
- Calendário de eventos de interesse para investidores.

Informação de contacto:

- Lista de perguntas mais frequentes com informação para investidores;
- Lista de *e-mails*.

**Capítulo 4 – Estudos realizados sobre o Relato
Financeiro Electrónico**

O trabalho de revisão bibliográfica que realizámos permitiu identificar um conjunto variado de estudos sobre este tema. Não obstante a grande quantidade de artigos e a diversidade de temas, é desejável sintetizar essa informação. Assim, apresentamos de seguida um breve resumo dos principais trabalhos realizados até à presente data, agrupados por temas.

4.1 - Análise da realidade de um determinado país

Dentro deste tema localizámos 16 artigos, o mais recente é de 2009 e o mais antigo é de 1999; entre os países estudados encontram-se a África do Sul, a Alemanha, a Áustria, o Brasil, a China, a Croácia, a Espanha, o Japão, a Jordânia, o México, a Nigéria, Portugal, o Reino Unido e a Suécia. Nestes artigos é possível verificar que em todos os países, a Internet se tem expandido como meio para apresentação da informação financeira através dos sítios *web* e que a maior parte de empresas analisadas, principalmente as cotadas na bolsa de valores, usam a Internet para a divulgação de informação financeira e não financeira. Verificou-se também que o tamanho da empresa tem uma influência positiva na divulgação dessas informações, explicando não só a quantidade mas também a qualidade da informação financeira que é divulgada. Verifica-se, por outro lado, que não existe uma associação clara entre o sector de actividade da empresa e a divulgação de informação financeira. Há também a preocupação das empresas em apresentarem os relatórios anuais juntamente com os relatórios dos auditores. Outra questão relevante tem a ver com o facto de a maioria dessas empresas divulgar as suas informações em formato PDF. No Quadro 1 identificamos os estudos incluídos neste grupo e as principais conclusões.

Quadro 1: Estudos sobre a realidade de um determinado país

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Salawu (2009)	O artigo examina o estado do relato financeiro na Internet pelas empresas cotadas na Bolsa de Valores da Nigéria, a partir de uma amostra de 220 empresas cotadas naquela bolsa.	Das 220 empresas cotadas, 119 (54,1%) têm um sítio <i>web</i> oficial; 31 (14,1%) publicam a sua informação financeira na Internet; 21 empresas (9,5%) publicam informação usando o formato PDF e 10 empresas (4,5%) usam o HTML.
Dominguez e Galego (2006)	Análise da qualidade e transparência da informação divulgada pelas empresas do IBEX 35, nas suas páginas.	Elevada qualidade da informação contabilístico-financeira oferecida, sendo possível melhorar o acesso à mesma se se incluísem <i>links</i> directos a cada um dos documentos; A informação previsional, apesar de ser fundamental para a tomada de decisão, apresenta-se incompleta

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
		em todas as empresas analisadas.
Muther e Shorman (2006)	Estudo sobre a extensão do relato financeiro na Internet, das empresas da Jordânia cotadas no 1º mercado da bolsa de valores de Amman (ASE) em 2004.	Os resultados indicam que as empresas que publicam informação financeira nos seus sítios <i>web</i> são de grande dimensão, têm mais investidores internacionais e têm mais accionistas.
Pervan (2005)	Investigação sobre 38 empresas cotadas na bolsa croata que divulgam informação financeira na Internet.	Apenas 20 empresas apresentam o relato financeiro electrónico; As empresas apresentam os relatórios anuais juntamente com relatórios dos auditores; A maior parte das empresas usa o formato PDF para a informação que publica.
Silva e Filho (2005)	Verifica a existência de associações entre as características das empresas e a disseminação voluntária de informação usando a Internet, tendo como referência 291 empresas cotadas na Bolsa de Valores de São Paulo, em 2002.	O maior tamanho da empresa e menor retorno anual das acções estão associados a uma maior soma de informação financeira divulgada no sítio <i>web</i> das empresas.
Barak (2004)	Avalia o relato electrónico na África do Sul; analisa o tipo de informação que é apresentada nos sítios <i>web</i> das empresas e verifica se as práticas das empresas sul-africanas diferem das companhias internacionais.	As empresas de topo da África do Sul usam a Internet para a divulgação de informação financeira; A Internet tem-se expandido na África do Sul como meio para apresentação de informação financeira através dos sítios <i>web</i> .
Cárdenas e Calvo (2004)	Verifica em que medida as empresas que integram o índice FT-100 estão a revolucionar a utilização da Internet como meio para divulgação de informação contabilística adequada às necessidades da procura. Analisa também a quantidade e qualidade da informação divulgada e trata de estabelecer se existem diferenças significativas entre companhias tendo em conta distintas variáveis.	A investigação centra-se nas diferenças existentes entre as grandes empresas europeias que utilizam a Internet para divulgação das suas informações financeiras.
Marston e Polei (2004)	Estuda o uso da Internet para divulgação de informação financeira pelas empresas alemãs nos anos de 2000 e 2003.	O tamanho da empresa é a única variável explicadora significativa para a quantidade de informação divulgada nos sítios <i>web</i> estável ao longo do tempo; O risco sistémico e a rentabilidade não têm valor preditivo na prática do relato na Internet pelas empresas analisadas.
Xiao, Yang e Chow (2004)	Estudo sobre a adopção voluntária da Internet para divulgação da informação financeira por parte das empresas chinesas cotadas em bolsa.	Baseado numa amostra de 300 empresas cotadas na bolsa chinesa, o estudo mostra que a divulgação da informação financeira na Internet por parte das empresas chinesas depende de vários factores tais como o tamanho da empresa, a influência, o desempenho e a proporção dos activos da empresa.
Larrán e Giner (2002)	Estudo sobre o uso da Internet por empresas espanholas que divulgam informação financeira na Internet, investiga a razão dessas empresas para utilizar as novas tecnologias de comunicação com as partes interessadas e suas consequências. O estudo baseia-se nas empresas cotadas na bolsa de Madrid. Analisa também os factores que explicam a diferente atitude das empresas em relação a este veículo de relação com os investidores.	O resultado mostra que o tamanho da empresa é o factor principal que explica não só a quantidade mas igualmente a qualidade da informação financeira.
Marston e Wu (2002)	O estudo é o resultado de uma investigação sobre o relato financeiro das 99 empresas japonesas de topo em 1998.	A maioria dessas empresas (78) tem o sítio <i>web</i> em inglês, e dessas, 68 relatam algumas informações financeiras, com 57 fornecendo detalhes da informação financeira. O tamanho da empresa foi positivamente associado à existência de um sítio <i>web</i> , mas a extensão da divulgação da informação financeira não aparece relacionada com o tamanho da empresa.

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Pérez e Delgado (2002)	O estudo incide sobre as empresas cotadas na Bolsa Mexicana de Valores (BMV) para estudar o uso que estão a fazer da Internet como meio para divulgação de informação financeira, o impulso que estão a oferecer à BMV relativamente ao emprego dessas ferramentas e finalmente examinar se o tamanho das empresas influencia a decisão empresarial de emprego deste meio de comunicação.	O nível de qualidade de divulgação de informação financeira através da Internet é médio-baixo, estando ligado ao melhor emprego deste canal de comunicação, fundamentalmente as de maior tamanho, tendo este meio um apoio importante por parte da BMV. Tendo em conta as práticas observadas por parte das empresas mexicanas, os organismos profissionais do país, tal como o Colégio de Contadores do México, deveriam trabalhar em colaboração com organismos internacionais com o objectivo de potenciar a harmonização das estruturas de informação divulgadas na Internet.
Pérez, Martínez e Martín (2002)	Estudo empírico realizado sobre as 100 entidades financeiras e intermediários da bolsa espanhola, sobre o uso que dão aos seus sítios <i>web</i> e em especial à informação financeira que incorporam nele.	Preocupação por ter uma presença na Internet; O acesso à informação para investidores e accionistas encontra-se geralmente na página principal ou é de fácil acesso; A maior parte das entidades bancárias incorpora informação financeira completa.
Silva e Quaresma (2001)	Estudo sobre a utilização que as empresas portuguesas fazem da Internet, analisando o tipo de informação divulgada nas páginas <i>web</i> , baseando-se em dados publicados na revista Exame de 2000, onde se incluem as 500 maiores empresas portuguesas não financeiras segundo o volume de vendas líquidas em 1999.	As empresas portuguesas não oferecem uma versão da sua página <i>web</i> noutras línguas. Não estão a aproveitar a possibilidade que a Internet oferece de eliminar as fronteiras geográficas e as distâncias, sendo que é um meio de informação e comunicação global; As empresas usam a Internet para dar-se a conhecer e promover a sua imagem, divulgando informação sobre a sua história; O comércio electrónico não tem muita adesão por parte das empresas analisadas; Apenas as empresas cotadas em bolsa divulgam informação financeira nos seus sítios <i>web</i> .
Craven e Marston (1999)	Analisa a extensão da divulgação da informação financeira na Internet pelas maiores empresas no Reino Unido em 1998. Pretende verificar se estas empresas têm um sítio <i>web</i> e se neles está disponível informação financeira. Verifica também se esta informação está disponível na forma de sumário ou em forma de relatório anual completo.	Existe uma relação positiva ente o tamanho da empresa e o uso e extensão da divulgação de informação na Internet; Não há associação significativa entre o tipo de indústria e a divulgação da informação.
Hedlin (1999)	Analisa os três estágios do desenvolvimento do uso da Internet como veículo para a relação com os investidores na Suécia: presença estável na <i>Web</i> ; uso da Internet para comunicar informação aos investidores; tirar partido das características únicas e possibilidades da Internet.	Os sítios <i>web</i> revelam que as empresas cotadas na bolsa de Estocolmo estão presentemente no 2º estágio, com algumas empresas que começam a explorar o potencial mais rico que a Internet oferece para as relações com os investidores; Dois diferentes modelos de sítios <i>web</i> mostram como as diferenças de necessidades dos investidores podem ser resolvidas usando a Internet como meio de comunicação.

Fonte: Elaboração própria

4.2 - Comparação entre países ou empresas

Dentro deste tema identificámos 10 artigos, o mais recente é de 2005 e o mais antigo é de 1999. Foram feitas comparações relativamente à divulgação de informação contabilístico-financeira na Internet, à existência ou não de sítios *web*, principalmente para empresas cotadas na bolsa de valores. Entre outras conclusões assinaladas por estes estudos, verificou-se que a qualidade dos sítios *web* das empresas, principalmente as

cotadas em bolsa, não tem diferenças substanciais. Verificou-se também que em todos os países, são as empresas de topo que estão mais preocupadas com a divulgação de informação financeira na Internet. Na Europa, a maioria das empresas da zona Euronext estão no meio ou no fim do 2º estágio das relações com os investidores, isto é, onde as informações disponíveis são combinadas com outras para melhor informar os investidores, mas verifica-se também que a maioria dessas empresas está pronta para entrar no 3º estágio. Segundo Geering et al (2003), no 3º estágio, os sítios *web* das empresas incluem todo o tipo de características multimédia, tais como som, vídeo e a possibilidade de participação em reuniões *online*. No 3º estágio, as relações com os accionistas envolvem relacionamento interactivo a longo prazo centrados em torno do sítio *web*.

Por último, verificou-se que a relação com os investidores via Internet é mais comum nos EUA. No Quadro 2 estão assinalados os estudos incluídos neste grupo e as principais conclusões.

Quadro 2: Estudos que fazem comparações entre países ou empresas

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Alves (2005)	Análise da situação actual do relato financeiro via Internet em Portugal, investigando a tendência das 250 empresas portuguesas mais rentáveis, relativamente à organização da informação, analisando os seus sítios <i>web</i> no ano de 2002.	Constatou-se que 119 empresas (48%) apresentavam páginas <i>Web</i> ; Das 119 empresas, apenas 51 delas (43%) divulgam algum tipo de informação nas suas páginas <i>Web</i> .
Barak (2004)	Avalia o relato electrónico na África do Sul; analisa o tipo de informação que é apresentada nos sítios <i>web</i> das empresas e verifica se as práticas das empresas sul-africanas diferem das companhias internacionais.	As empresas de topo da África do Sul usam a Internet para a divulgação de informação financeira; A Internet tem-se expandido na África do Sul como meio para apresentação de informação financeira através dos sítios <i>web</i> .
Cárdenas e Calvo (2004)	Verifica em que medida as empresas que integram o índice FT-100 estão a revolucionar a utilização da Internet como meio para divulgação de informação contabilística adequada às necessidades da procura. Analisa também a quantidade e qualidade da informação divulgada e trata de estabelecer se existem diferenças significativas entre companhias tendo em conta distintas variáveis.	A investigação centra-se nas diferenças existentes entre as grandes empresas europeias que utilizam a Internet para divulgação das suas informações financeiras.
Marston e Polei (2004)	Estuda o uso da Internet para divulgação de informação financeira pelas empresas alemãs nos anos de 2000 e 2003.	O tamanho da empresa é a única variável explicadora significativa para a quantidade de informação divulgada nos sítios <i>web</i> estável ao longo do tempo; O risco sistémico e a rentabilidade não têm valor preditivo na prática do relato na Internet pelas empresas analisadas.

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Geering, Boller e Hassink (2003)	<p>Analisa as actividades de relacionamento de investidores na Internet de empresas cotadas na <i>Euronext Stock Exchange</i>.</p> <p>Analisa os sítios <i>web</i> das 50 maiores empresas cotadas na bolsa de cada país, Bélgica, França e Holanda, relativamente aos itens de relação com os investidores.</p>	<p>A maioria das empresas da zona Euronext está na 2ª etapa das relações de accionistas na Internet, isto é, onde as informações disponíveis são combinadas com outras fontes para melhor informar os investidores;</p> <p>As empresas francesas e holandesas usam a Internet para um relacionamento mais intenso e mais abrangente do que as empresas belgas;</p> <p>As maiores empresas usam mais a Internet para o relacionamento com os investidores do que as pequenas;</p> <p>As empresas francesas e holandesas estão no 3º estágio da relação dos accionistas com a Internet ou prontas para entrar neste estágio.</p>
Beattie (2000)	<p>Apresenta uma revisão e um relatório síntese e fornece uma ferramenta para classificar e descrever os tipos de informação sugeridos.</p>	<p>O relato financeiro moderno das empresas é um produto da evolução gradual do relato financeiro. O relato moderno refere-se a um pacote que contém para além do relato escrito (narrado), gráficos e material fotográfico. Segundo o autor, estamos à beira de uma metamorfose, onde o relato financeiro vai envolver o relato de negócio.</p>
Craven e Marston (1999)	<p>Analisa a extensão da divulgação da informação financeira na Internet pelas maiores empresas no Reino Unido em 1998. Pretende verificar se estas empresas têm um sítio <i>web</i> e se neles está disponível informação financeira. Verifica também se esta informação está disponível na forma de sumário ou em forma de relatório anual completo.</p>	<p>Existe uma relação positiva entre o tamanho da empresa e o uso e extensão da divulgação de informação na Internet;</p> <p>Não há associação significativa entre o tipo de indústria e a divulgação da informação.</p>
Deller, Stubenrath e Weber (1999)	<p>Analisa o papel da Internet como instrumento da relação dos investidores com as empresas.</p> <p>Compara as relações dos investidores com a Internet com as actividades das empresas norte-americanas, inglesas e alemãs, usando uma amostra das 100 maiores empresas de cada país, cotadas nas bolsas (S&P, FTSE e DAX)</p>	<p>A relação de investidores via Internet é mais comum nos EUA e oferece mais características do que nos outros 2 países.</p> <p>Embora as tecnologias de Internet ofereçam uma variedade de possibilidades para comunicar com os investidores, essas possibilidades são usadas de forma parcial nos 3 países.</p>
Pirchegger e Wagenhofer (1999)	<p>Analisa o uso da Internet para apresentação de informação financeira pelas empresas austríacas cotadas na bolsa de Viena, entre finais de Dezembro de 1997 e 1998, respectivamente.</p> <p>Os resultados são comparados com empresas alemãs cotadas na bolsa de Frankfurt.</p>	<p>A qualidade dos sítios <i>web</i> das empresas austríacas melhorou significativamente entre 1997 a 1998.</p> <p>Comparando com os sítios <i>web</i> de empresas alemãs em 1998, os sítios <i>web</i> das empresas alemãs, em média, não diferem significativamente dos sítios das empresas austríacas.</p> <p>Os testes de hipóteses fornecem evidências de que a qualidade dos sítios <i>web</i> das empresas austríacas aumenta com o tamanho da empresa.</p>
Westarp, Ordelheide, Stubenrath, Buxmann e König (1999)	<p>Análise das normas relacionadas com o conteúdo, apresentação, autenticidade e integridade dos dados fornecidos;</p> <p>Avaliação da aplicação potencial dos novos e emergentes formatos de dados XML que podem trazer benefícios significativos para o relato digital.</p>	<p>A aceitação de documentos digitais para a informação financeira das empresas é limitada, principalmente em relação ao conteúdo, segurança e formato de apresentação.</p> <p>Os reguladores que desejem estender as normas actuais especificando regras para o relato digital anual, podem considerar o conteúdo relacionado com as normas, bem como a tecnologia de assinatura digital.</p> <p>O uso do XML para estruturar a informação na <i>Web</i> pode permitir a automatização do processamento de dados financeiros e reduzir o custo da informação dos participantes no mercado de capitais.</p>

Fonte: Elaboração própria

4.3 - Estudos que contemplam recomendações

Existem vários estudos que fazem recomendações quanto às boas práticas, conteúdo e forma de apresentação da informação contabilístico-financeira na Internet. Estes estudos foram distribuídos da seguinte forma:

- Em relação aos artigos que fazem recomendações quanto às boas práticas de divulgação da informação contabilístico-financeira na Internet localizámos 9 artigos, o mais recente é de 2006 e o mais antigo é de 1999. Neles são feitas algumas recomendações relativamente às boas práticas, de onde podemos destacar a adopção de códigos de conduta para a divulgação de informação contabilístico-financeira na Internet, principalmente a responsabilização dos divulgadores destas informações quanto aos conteúdos por si publicados. Os reguladores recomendam também, tendo em conta a eficácia da informação financeira publicada, a necessidade de se assinalar um nível mínimo de responsabilidade a todas as partes implicadas no processo de divulgação de informação financeira. Outra recomendação, tem a ver com a responsabilidade dos auditores em assegurar que nos sítios *web* das empresas são identificadas claramente as informações que foram auditadas e as que não foram objecto de um processo de auditoria. No Quadro 3 identificamos esses estudos e as principais conclusões.

Quadro 3: Estudos com recomendações de boas práticas de divulgação da informação contabilístico-financeira

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Dominguez e Galego (2006)	Análise da qualidade e transparência da informação divulgada pelas empresas do IBEX 35, nas suas páginas.	Elevada qualidade da informação contabilístico financeira oferecida, sendo possível melhorar o acesso à mesma se se incluíssem <i>links</i> directos a cada um dos documentos; A informação previsional, apesar de ser fundamental para a tomada de decisão, apresenta-se incompleta em todas as empresas analisadas.
Smith e Pierce (2005)	Integridade da divulgação de informação financeira nos sítios <i>web</i> das empresas, relativamente a procedimentos subjacentes à governança corporativa. Usam uma amostra de 100 grandes empresas europeias para verificar se os procedimentos da administração de empresas que divulgam informação financeira na Internet estão a ser usados por grandes companhias.	O uso do relato financeiro electrónico é uma prática das grandes empresas; A natureza, o formato e o conteúdo da informação divulgada na Internet não difere em grande medida da informação divulgada em papel; O desenvolvimento lento do relato financeiro electrónico tem a ver com o envolvimento limitado da alta administração das grandes organizações.

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Fisher, Oyelere e Laswad (2004)	Analisa o conteúdo dos sítios <i>web</i> de empresas cotadas na bolsa da Nova Zelândia, para avaliar a natureza e extensão de práticas de auditorias relatadas na <i>Web</i> .	<p>Numerosas empresas publicam relatos financeiros auditados sem o relatório da auditoria correspondente. Isto torna difícil para os utilizadores determinar se a informação publicada foi auditada e se o relatório da auditoria foi selectivamente retido pela administração;</p> <p>A potencial falta de controlo sobre a associação entre a informação financeira e o relatório dos auditores decorrente da presente situação pode ser motivo de preocupação para os auditores;</p> <p>Um número surpreendente de relatos electrónicos de auditores (cerca de 79%) conseguiu incorporar assinaturas digitalizadas que torna difícil para os utilizadores fazer uma avaliação quanto a autenticidade do relatório da auditoria;</p> <p>Verificou-se a existência de sítios <i>web</i> de empresas que mistura informação auditada com a não auditada;</p>
Leon (2003)	Os riscos que as empresas enfrentam e as políticas e procedimentos que poderiam ser adoptadas para comunicar a informação de carácter financeiro.	<p>Devem ser adoptados códigos de conduta para a divulgação de informação financeira na Internet;</p> <p>Tendo em conta a eficácia da informação financeira publicada, deveria assinalar-se um nível mínimo de responsabilidade a todas as partes implicadas no processo de divulgação de informação financeira;</p> <p>Deve assinalar-se a informação que foi verificada pelos auditores externos proporcionando uma cópia integral do relatório da auditoria;</p> <p>As medidas de segurança devem ser revistas regularmente.</p> <p>Deve incluir-se a data original das distintas páginas e a data de actualização.</p>
Debreceny, Gray e Mock (2001)	<p>Identificar atributos (formato e conteúdo) para o relato financeiro baseado na <i>Web</i>.</p> <p>Classificar esses atributos de acordo com os utilizadores da informação financeira.</p> <p>Teste piloto como ferramenta de investigação.</p>	<p>O relato financeiro apresentado nos sítios <i>web</i> das empresas poderia apresentar informação em formato de texto e gráficos. O multimédia e o áudio são questões secundárias.</p> <p>Os utilizadores estão satisfeitos com o conteúdo e a apresentação da informação tradicionalmente incluída no relato convencional.</p>
Lymer (1999)	Faz uma introdução ao tema do relato electrónico das empresas e fornece uma revisão detalhada da literatura académica e profissional já produzida.	<p>As empresas europeias estão a usar de forma crescente a Internet para distribuir materiais para relacionamento com investidores e outras comunicações corporativas;</p> <p>A redução de custos e a grande disponibilidade de dados são possíveis usando esta tecnologia, o que poderá incentivar a procura e o seu uso.</p>
Lymer, Debreceny, Gray e Rahman (1999)	<p>Examinar as mudanças verificadas no relato financeiro através da Internet;</p> <p>Mostrar aos reguladores a natureza das mudanças ocorridas no relato e expor como estas mudanças estão a afectar a disseminação da informação contabilística e de negócio;</p> <p>Identificar o efeito destas mudanças nas normas contabilísticas;</p> <p>Recomendação de medidas para assegurar que as mudanças no relato financeiro electrónico ajudem a assegurar a disseminação de informação de alta qualidade para os utilizadores dessa informação.</p>	<p>A <i>Web</i> pode tornar-se dentro de pouco tempo, o principal meio de divulgação de informação.</p> <p>Não é fácil fazer recomendações absolutas a cerca do relato financeiro baseado na <i>Web</i>. No entanto, dada a sua crescente importância na comunicação de negócios, e dentro dessa o relato financeiro, será imprudente se os reguladores ignorarem esta realidade.</p> <p>Recomenda-se a criação de um código de conduta para avaliar a melhoria da qualidade do relato de negócio baseado na <i>Web</i>.</p> <p>Necessidade de uma linguagem de relato de negócio que permita aos utilizadores encontrar, e uma vez encontrada, compreender e interpretar informações de relatórios financeiros e de negócios. Tal linguagem deverá responder às necessidades dos seres humanos e dos agentes de software inteligentes.</p>

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Oyelere, Laswad e Fisher (2000)	Analisa a extensão e os determinantes do relato financeiro voluntário através dos meios tradicionais, tal como o relato anual baseado em papel. Analisa também a extensão e os determinantes do relato financeiro electrónico voluntário das empresas neozelandesas.	O estudo indica que alguns determinantes do relato financeiro tradicional, como o tamanho da empresa, são influências determinantes do relato financeiro na Internet. Outras características como a liquidez, não explicam significativamente a escolha do uso da Internet como meio para o relato financeiro.
Westarp, Ordelheide, Stubenrath, Buxmann e König (1999)	Análise das normas relacionadas com o conteúdo, apresentação, autenticidade e integridade dos dados fornecidos; Avaliação da aplicação potencial dos novos e emergentes formatos de dados XML que podem trazer benefícios significativos para o relato digital.	A aceitação de documentos digitais para a informação financeira das empresas é limitada, principalmente em relação ao conteúdo, segurança e formato de apresentação. Os reguladores que desejem estender as normas actuais especificando regras para o relato digital anual, podem considerar o conteúdo relacionado com as normas, bem como a tecnologia de assinatura digital. O uso do XML para estruturar a informação na <i>Web</i> pode permitir a automatização do processamento de dados financeiros e reduzir o custo da informação dos participantes no mercado de capitais.

Fonte: Elaboração própria

- No que se refere à forma e conteúdo da informação contabilístico-financeira publicada na Internet, localizámos 6 artigos, o mais recente é de 2004 e o mais antigo é de 1999. Nestes artigos destaca-se a necessidade de padronização relativamente à forma de divulgação da informação contabilístico-financeira publicada na Internet. Por outro lado, referem-se também os tipos de utilizadores de informação contabilístico-financeira publicada na Internet e os conteúdos que os utilizadores mais procuram. Desta análise podemos concluir que os utilizadores são a favor da utilização da Internet para a divulgação de informação financeira.
- Verificou-se também que a informação para accionistas e investidores encontra-se geralmente separada na página principal ou é de fácil identificação. A preferência de formatos varia de acordo com os grupos de utilizadores. Os *experts* e os não *experts* preferem o mesmo formato, ao passo que os preparadores da informação têm outra preferência. O uso do XML para a estrutura da informação na *Web* pode permitir o processamento automático de dados financeiros e reduzir o custo de informação dos mercados participantes. A outra questão levantada pelos utilizadores é de que o relato financeiro apresentado nos sítios *web* das empresas poderia apresentar informação em formato de texto e gráficos; o multimédia e o áudio são questões secundárias. No Quadro 4 identificamos os estudos e as principais conclusões.

Quadro 4: Estudos com recomendações quanto à forma e conteúdo da informação contabilístico-financeira

Autores	Tema do trabalho	Principais conclusões
Cárdenas e Calvo (2004)	Verifica em que medida as empresas que integram o índice FT-100 estão a revolucionar a utilização da Internet como meio para divulgação de informação contabilística adequada às necessidades da procura. Analisa também a quantidade e qualidade da informação divulgada e trata de estabelecer se existem diferenças significativas entre companhias tendo em conta distintas variáveis.	A investigação centra-se nas diferenças existentes entre as grandes empresas europeias que utilizam a Internet para divulgação das suas informações financeiras.
Quagli e Riva (2004)	Analisa o lado da procura dos relatórios das empresas publicados na <i>Web</i> , usando duas amostras de utilizadores experientes – os analistas financeiros e os credores das empresas, a fim de avaliar através de questionários, o seu comportamento, as suas preferências e diferenças no uso dos sítios <i>web</i> das empresas a fim de adquirir informação financeira.	Grande interesse dos grupos de utilizadores no uso de informação financeira publicada na Internet. Este interesse é provado pelo entusiasmo, rapidez e vontade demonstrados pelos entrevistados e pela importância que ambos os grupos dão à Internet na divulgação de informação financeira e não financeira; Deve haver uma forte relação entre o lado da procura de informação, entre os sítios <i>web</i> das empresas e os portais financeiros.
Beattie e Pratt (2003)	Estudo realizado no Reino Unido sobre os vários grupos de utilizadores da informação financeira na Internet.	Os utilizadores são a favor da <i>Web</i> para a divulgação de informação financeira. A preferência de formatos varia de acordo com o grupo. Os <i>experts</i> e os não <i>experts</i> preferem os mesmos formatos, ao passo que os preparadores da informação têm outras preferências. A opinião dos auditores é diferente da opinião de outros grupos.
Pérez, Martínez e Martín (2002)	Estudo empírico realizado sobre as 100 entidades financeiras e intermediários da bolsa espanhola, sobre o uso que dão aos seus sítios <i>web</i> e em especial à informação financeira que incorporam nele.	Preocupação por ter uma presença na Internet; O acesso à informação para investidores e accionistas encontra-se geralmente na página principal ou é de fácil acesso; A maior parte das entidades bancárias incorpora informação financeira completa.
Debreceny, Gray e Mock (2001)	Identificar atributos (formato e conteúdo) para o relato financeiro baseado na <i>Web</i> . Classificar esses atributos de acordo com os utilizadores da informação financeira. Teste piloto como ferramenta de investigação.	O relato financeiro apresentado nos sítios <i>web</i> das empresas poderia apresentar informação em formato de texto e gráficos. O multimédia e o áudio são questões secundárias. Os utilizadores estão satisfeitos com o conteúdo e a apresentação da informação tradicionalmente incluída no relato convencional.
Westarp, Ordelheide, Stubenrath, Buxmann e König (1999)	Análise das normas relacionadas com o conteúdo, apresentação, autenticidade e integridade dos dados fornecidos; Avaliação da aplicação potencial dos novos e emergentes formatos de dados XML que podem trazer benefícios significativos para o relato digital.	A aceitação de documentos digitais para a informação financeira das empresas é limitada, principalmente em relação ao conteúdo, segurança e formato de apresentação. Os reguladores que desejem estender as normas actuais especificando regras para o relato digital anual, podem considerar o conteúdo relacionado com as normas, bem como a tecnologia de assinatura digital. O uso do XML para estruturar a informação na <i>Web</i> pode permitir a automatização do processamento de dados financeiros e reduzir o custo da informação dos participantes no mercado de capitais.

Fonte: Elaboração própria

Capítulo 5 – Metodologia do estudo

Neste capítulo descrevemos a metodologia que adoptámos na realização do nosso estudo. Nesta etapa efectuamos a escolha do assunto a investigar, o levantamento do material a investigar, a delimitação do objecto de investigação e posteriormente a recolha de informação para a investigação. Esta etapa é formada por várias fases que devem ser seguidas de forma sistemática a fim de se obter bons resultados na pesquisa.

5.1 - Delimitação do objecto de análise

Esta fase é de extrema importância no processo de investigação científica, uma vez que é nela que escolhemos o assunto que queremos investigar, fazemos o levantamento do material bibliográfico, elabora-se a questão de investigação e as suas delimitações que determinam o objecto de estudo. Com a investigação do material bibliográfico relativo ao assunto a investigar temos as primeiras fontes de informação para o nosso trabalho.

Segundo Soares (2009), a investigação científica é a realização de um estudo planeado, sendo o método de abordagem do problema o que caracteriza o aspecto científico da investigação. A sua finalidade é descobrir respostas para questões mediante a aplicação do método científico. A investigação científica parte sempre de um problema, de uma interrogação, uma situação para a qual o repertório de conhecimento disponível não gera resposta adequada. Para solucionar esse problema são levantadas hipóteses que podem ser confirmadas ou refutadas pela investigação. Portanto, toda a investigação baseia-se numa teoria que serve como ponto de partida para a investigação.

Para que a investigação científica seja objectiva e nos conduza a respostas específicas, é importante pesquisar sempre temas específicos. É possível fazer pesquisas paralelas, mas cada uma delas dentro de temas o mais específico possível.

Segundo Sekaran e Bougie (2010), a investigação é simplesmente o processo de encontrar soluções através de estudos e análises de factores situacionais. E segundo os mesmos autores, a investigação em gestão pode ser descrita como um esforço sistemático e organizado para investigar um problema específico que necessita de solução.

Segundo Freixo (2009), a identificação de um problema pode considerar-se a fase mais delicada, porventura a mais difícil, de um processo de investigação. Na realidade, a

formulação de um problema de investigação consiste em desenvolver uma ideia através de uma progressão lógica de ideias, de argumentos e de factos relativos ao estudo que se deseja empreender. Segundo o mesmo autor, a definição do problema baseia-se em factos resultantes da observação (do concreto ou da teoria), devendo apresentar-se o mais claro possível.

Assim, o tema desta investigação consiste na identificação e definição das necessidades e dos interesses dos utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, quanto à forma de apresentação e ao conteúdo, num mercado bolsista emergente, como é o caso de Angola. Para isso tivemos que analisar um conjunto de documentos e artigos científicos relacionados com o tema de forma a delimitarmos a nossa investigação.

5.2 - Fases do processo de investigação

Segundo Soares (2009), as fases do processo de investigação envolvem: escolha do assunto, levantamento do material bibliográfico, elaboração do problema de investigação e delimitação das questões que determinam os objectos de estudo, como a investigação das produções bibliográficas relacionadas com o assunto estudado e posterior recolha dessas fontes de informação.

A recolha dessas fontes de informação possibilita o primeiro contacto com o material bibliográfico e permite a organização e formulação de sínteses de leitura, o que facilita a composição da revisão de literatura a que se propôs, tornando possível verificar a viabilidade e as limitações do estudo, com a indicação das suas variáveis e hipóteses da pesquisa e, conseqüentemente, a estipulação dos objectivos e a definição do método e dos processos a empregar no trabalho (amostra, instrumentos, procedimentos e técnicas de pesquisa).

Para Barañano (2004), uma investigação é uma sequência lógica que liga os dados empíricos às questões previamente formuladas, e, no final, as conclusões são alcançadas, pelo que o delineamento de uma investigação passa essencialmente por três fases:

- Planeamento da pesquisa;
- Preparação, pesquisa e análise dos dados recolhidos;

- Elaboração do relatório final.

Para realizar este trabalho, e no sentido de se identificar e definir a forma e o conteúdo da informação contabilístico-financeira mais procurada pelos utilizadores, foi necessário organizar a investigação tendo como base as três fases acima descritas.

O planeamento é muito importante para o desenvolvimento da pesquisa científica. Depois de definida a questão de investigação, o objecto, o problema, o tipo e campo de pesquisa, segue-se a planificação da recolha de dados. Definido o projecto de investigação, o desenvolvimento da pesquisa parte da recolha de dados e informações, tecnicamente colhidos, analisados e interpretados visando a sua correcta utilização tendo em conta o objectivo da pesquisa.

Depois de definidas as fontes de dados e o tipo de pesquisa a utilizar, torna-se necessário abordar as técnicas de pesquisas e recolha de dados. Geralmente, faz-se uma pesquisa bibliográfica prévia, tendo em conta a natureza da pesquisa, seguida dos detalhes desta, onde são determinadas as técnicas a utilizar na recolha de dados, a amostragem, que deve ser representativa e suficiente para apoiar as conclusões e as técnicas de registos destes dados e as de análises posteriores.

Assim, na fase de **planeamento** foi elaborado um plano que continha as questões de investigação, os objectivos gerais e específicos, no sentido de orientar quanto às metodologias de investigação a usar. Dada a natureza da situação que nos propusemos investigar, o tipo de informação contabilístico-financeira que os utilizadores procuram, utilizamos a análise qualitativa de investigação. Dado tratar-se de uma investigação qualitativa, achamos que seria mais vantajoso efectuar-se uma pesquisa que abrangesse um grupo restrito de indivíduos que no dia-a-dia utilizam a informação financeira para a tomada de decisão.

Para a recolha dos dados utilizamos o método de entrevista semi-estruturada. Este é um método que assenta na elaboração de um guião, com um conjunto de questões, que é utilizado nas entrevistas e, desta forma, garante alguma consistência entre as entrevistas (dado que é sempre utilizado o mesmo guião). Por outro lado, o guião ainda dá liberdade ao entrevistador, e ao entrevistado, para que sejam abordados outros assuntos no decurso da entrevista, ou que outras questões sejam colocadas.

Utilizamos uma amostra intencional, ou amostra não probabilística por julgamento, pois neste tipo de amostra podemos escolher apenas os indivíduos que são possuidores de conhecimentos sobre o tema da investigação. Assim, garantimos que os entrevistados têm conhecimentos técnicos sobre o relato financeiro e têm também experiência na utilização da Internet para procurar informação sobre as empresas. Desta forma, a amostra a usar será constituída por indivíduos que manipulam a informação contabilístico-financeira das empresas (Utilizadores), indivíduos com responsabilidade ao nível da elaboração de normas (Reguladores), e Empresas (Gestores de Empresas), pelo facto de utilizarem este tipo de informação para a tomada de decisão.

Seguidamente foi a **preparação, recolha e análise dos dados**.

Para a realização deste trabalho analisaram-se vários documentos que nos permitiram recolher informação suficiente para nos situarmos no problema em questão.

Esta investigação é essencialmente qualitativa, pois os dados que analisamos são em forma de palavras. Segundo Sekaran e Bougie (2010), os dados qualitativos são entrevistas, notas, transcrições de gravações de vídeo, artigos, etc.

Estes dados são provenientes de fontes primárias e secundárias. Os dados primários são aqueles obtidos a partir das entrevistas realizadas. Os dados secundários são aqueles extraídos de fontes como revistas, publicações governamentais, gravações de empresas, etc.

Os dados primários foram obtidos mediante a realização de entrevistas semi-estruturadas com indivíduos que manipulam a informação contabilístico-financeira de empresas, indivíduos previamente seleccionados. Fizemo-nos acompanhar de um guião, com perguntas abertas, que tinha sido enviado previamente aos entrevistados de forma a familiarizarem-se com o tipo de questões que seriam colocadas. Nestas entrevistas, com um tempo aproximado de 1 hora, obtivemos informações relevantes sobre as nossas questões de investigação. Seguidamente, realizou-se a análise da consistência das respostas obtidas, destacando-se os aspectos mais importantes.

Os dados secundários foram obtidos fundamentalmente através de artigos científicos da área em estudo, e outras publicações como estudos realizados por associações e organizações ligadas à área da contabilidade e da auditoria. Nesses documentos, entre outras informações, procurou-se identificar os utilizadores da informação contabilístico-financeira, tendo sido identificados 3 grupos de utilizadores para o nosso estudo:

- **Empresas** – estas estão mais preocupadas com o tipo de informação a apresentar (conteúdo) e com a forma de apresentação da informação;
- **Utilizadores** – O grupo de utilizadores ficou subdividido em:
 - **Analistas de crédito para empresas:** este subgrupo é constituído por indivíduos que trabalham em bancos comerciais, geralmente pertencem à área de análise de risco de crédito, e têm como função analisar toda a informação financeira e não financeira apresentada pelos clientes quando pretendem contrair um crédito financeiro ou um financiamento. Cabe a estes profissionais analisar a informação fornecida pelos clientes e as garantias por si apresentadas para avaliar o risco que essa operação pode apresentar para a instituição financeira.
 - **Gestores financeiros:** responsáveis de áreas financeiras das empresas.
- **Reguladores** – indivíduos (entidades colectivas) que têm a função de regular, controlar, acompanhar, comparar e avaliar a informação de forma a verificar se estão a ser cumpridas as regras, normas e procedimentos pré-determinados para regular a divulgação da informação contabilístico-financeira. Este grupo é constituído pelos seguintes subgrupos:
 - **Auditores internos:** indivíduos que trabalham na área da auditoria interna, dentro da própria empresa. Têm como função analisar se a empresas estão a cumprir com os regulamentos, as leis, os procedimentos e as boas práticas para o exercício cabal da sua missão.
 - **Auditores externos:** constituído por indivíduos que trabalham em empresas que prestam serviços de auditoria e consultoria. Entre outras tarefas, auditam as contas das empresas (balanços, demonstração de resultados, relatórios e contas, etc.), e validam-nas de acordo com as normas internacionais.
 - **Supervisores de instituições financeiras:** Os supervisores de instituições financeiras são os trabalhadores do Banco Nacional de Angola (BNA) pertencentes ao Departamento de Supervisão das Instituições Financeiras (DSI). Estes quadros do BNA têm a missão

de exercer a supervisão das instituições financeiras de modo a garantir a estabilidade e a solidez do sistema financeiro, a eficiência do seu funcionamento, a segurança dos depósitos e dos depositantes, e a protecção dos consumidores. Estes encontram-se divididos em:

- **Supervisores directos:** que têm a missão de trabalhar directamente com as instituições financeiras, ou seja, deslocarem-se fisicamente a essas instituições financeiras a fim de constatarem *in loco* o seu funcionamento e também verificar o cumprimento das normas e regulamentos estabelecidos.

- **Supervisores indirectos:** têm a missão de, a partir do seu local de trabalho, acompanhar as actividades das instituições financeiras usando, para tal, todo o tipo de informação que lhes é fornecido tanto pelas instituições supervisionadas, como pelos supervisores directos.

Depois de identificados os elementos a entrevistar, elaborou-se um plano de visitas e um guião contendo as questões que foram utilizadas na recolha de dados, tendo em conta os grupos de utilizadores acima identificados.

5.3 – Instrumento de análise

Segundo Sekaran e Bougie (2010), a investigação qualitativa pode envolver amostragem repetitiva, recolha e análise de dados. Como um resultado, a análise de dados qualitativa só pode começar após alguns dados terem sido colhidos. A análise qualitativa não é fácil. O problema é que, em comparação com a análise de dados quantitativa, há relativamente poucas regras e guias estáveis e comumente aceites para a análise de dados qualitativa.

Segundo Quivy e Campenhoudt (2008), a escolha dos métodos de recolha de dados influencia os resultados do trabalho de modo mais directo: os métodos de recolha e os métodos de análise dos dados são normalmente complementares e devem, portanto, ser escolhidos em conjunto, em função dos objectivos e das hipóteses de trabalho.

A recolha de dados, segundo estes autores, constitui a execução do instrumento de observação. Esta operação consiste em recolher ou reunir concretamente as informações determinadas junto das pessoas ou das unidades de observação incluídas na amostra.

Para a recolha dos dados para este trabalho utilizamos a entrevista. A entrevista, segundo os mesmos autores, requer habitualmente métodos de análise de conteúdo, que são métodos qualitativos.

Neste trabalho usamos a entrevista semi-estruturada. De realçar que entrevista semi-dirigida e entrevista semi-estruturada são sinónimos. Este tipo de entrevista, segundo Quivy e Campenhout (2008), não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas. Neste tipo de entrevista, geralmente o entrevistador dispõe de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação da parte do entrevistado. Mas não colocará todas as perguntas pela ordem que as anotou e sob a formulação prevista. Tanto quanto possível, “deixará andar” o entrevistado para que este possa falar abertamente, com as palavras que desejar e pela ordem que lhe convier.

O guião de entrevista foi elaborado com base no trabalho de revisão bibliográfica realizado, e que esteve na base dos capítulos três e quatro. Trata-se de uma peça fundamental para poder recolher a opinião de todos os que utilizam e/ou trabalham neste domínio, quanto à forma e ao conteúdo da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet (no anexo 1 apresentamos o guião da entrevista).

A seguir à fase da recolha dos dados é a de análise dos dados recolhidos. O primeiro passo da análise de dados qualitativos está relacionado com a redução de dados. Os dados qualitativos são, segundo Sekaran e Bougie (2010), dados em forma de palavras. Exemplos de dados qualitativos são entrevistas, notas, transcrições de vídeo, questionários, gravações, entre outros. A redução de dados refere-se ao processo de selecção, codificação e categorização dos dados.

A codificação dos dados é um processo analítico através do qual os dados qualitativos recolhidos são reduzidos, rearranjados e integrados para formar a teoria. O propósito da codificação é ajudar nas conclusões principais acerca dos dados. A categorização é o processo de organizar, arranjar e classificar unidades de código. Os códigos podem ser desenvolvidos indutivamente e dedutivamente.

A análise dos dados recolhidos permitiu-nos ter uma visão mais abrangente da forma como é percebida a informação contabilístico-financeira publicada na Internet, por parte dos seus utilizadores.

Para tal, realizamos trinta e oito (38) entrevistas, das quais trinta e quatro (34) foram validadas. As entrevistas excluídas deveram-se ao facto dos entrevistados terem demonstrado possuírem poucos conhecimentos que lhes permitissem responder com clareza às questões que lhes eram colocadas. As entrevistas validadas foram organizadas por grupos de utilizadores, Analistas de Crédito (10), Gestores Financeiros (8), Auditores Financeiros (8), Supervisores Financeiros (6) e Directores (2). Esta divisão permitiu-nos ter a percepção da necessidade de informação contabilístico-financeira de cada um destes grupos.

Capítulo 6 – Apresentação e discussão de resultados

Este capítulo corresponde à parte mais importante da tese. Segundo Marconi e Lakatos (2001), é aqui que são transcritos os resultados, agora sob a forma de evidência para a confirmação ou refutação das hipóteses de forma a verificar-se se foram atingidos os objectivos que nos propusemos a investigar no início deste trabalho.

6.1 – Ponto Prévio

Para que as empresas divulguem as suas informações contabilístico-financeiras na Internet são necessárias, antes de mais, infra-estruturas tecnológicas modernas, acessíveis e ao alcance dos potenciais utilizadores dessas informações. É necessário também reduzir-se a infoexclusão, ou seja, há a necessidade de se incentivar a população no uso deste novo meio de acesso e divulgação de informação, que é a Internet.

É pouco comum encontrar-se em Angola empresas que se prestem a divulgar informações contabilístico-financeiras pelas questões acima mencionadas, por um lado, e por outro, devido ao próprio desinteresse dos gestores das empresas.

Verificamos que os bancos comerciais são os que mais se têm preocupado em publicar essas informações e fazem-no por serem maioritariamente apêndices de bancos estrangeiros, e como estes bancos se encontram cotados em Bolsa, então têm a necessidade e responsabilidade de publicar essas informações.

Outra questão está relacionada com o facto de as empresas em Angola não possuírem ainda a cultura de publicar as suas informações contabilístico-financeiras e a informação não financeira na Internet, o que é explicado, em parte, pelo facto de a Bolsa de Valores e Derivativos de Angola (BVDA) não ter ainda iniciado funções. Ou seja, como ainda não há empresas angolanas cotadas na BVDA, estas não têm necessidade, nem obrigação, de apresentarem as suas contas publicamente.

Para que as empresas em Angola comecem a utilizar a Internet para publicação do relato financeiro electrónico é necessário o melhoramento das infra-estruturas de comunicação e a sensibilização dos utilizadores da informação contabilístico-financeira para aderirem às novas tecnologias, tendo em conta as vantagens que estas apresentam em relação à divulgação da informação contabilístico-financeira através do papel.

6.2 – Caracterização dos entrevistados

Os dados recolhidos pretendem encontrar resposta para o problema inicial, ou seja, identificar o tipo de informação contabilístico-financeira publicada na Internet que os utilizadores angolanos procuram. Para isto, procuramos identificar, em primeiro lugar, quem são estes utilizadores e distribuí-los por grupos, tendo em conta a sua necessidade de informação contabilístico-financeira.

Os dados foram recolhidos mediante entrevistas semi-estruturadas efectuadas a diversos indivíduos que trabalham em organizações angolanas e que manipulam a informação contabilístico-financeira.

Tendo em conta a obtenção de uma visão mais equidistante desta informação, evitando-se desta forma correr riscos de recolher dados contendo alguns vícios relacionados com o processo diário de utilização dessa informação, foram também recolhidos dados através de entrevistas a elementos não pertencentes aos grupos identificados anteriormente, como é o caso da Directora de Créditos às Empresas do Banco de Fomento Angola e do Chefe do Departamento de Contabilidade da Movicel, empresa pública angolana de comunicações móveis.

No caso dos utilizadores da informação contabilístico-financeira, foi efectuada uma separação por grupos, nomeadamente: Analistas de crédito para empresas, Gestores Financeiros, Auditores e Supervisores Financeiros. A separação deveu-se ao facto de se pretender recolher opiniões de diferentes utilizadores com pontos de vista diferentes sobre a forma e o conteúdo das informações financeiras divulgadas na Internet.

Os elementos entrevistados foram criteriosamente seleccionados tendo em conta, tanto a sua formação académica, como a sua actividade profissional, que está relacionada com o tratamento de informação contabilístico-financeira das empresas para a tomada de decisão. No Quadro 5 apresentamos uma breve caracterização dos entrevistados.

Quadro 5: Caracterização dos entrevistados quanto à função

Categoria	Número de entrevistados	Percentagem
Analistas de Crédito de Empresas	10	29,4
Gestores Financeiros	8	23,5
Auditores Financeiros	8	23,5
Supervisores Financeiros	6	17,6
Directores	2	5,88
TOTAL	34	100

Fonte: Elaboração própria

A selecção destes utilizadores para a realização das entrevistas, foi no sentido de procurarmos obter uma amostra que representasse o universo dos elementos que utilizam a informação contabilístico-financeira. A escolha de dois directores deveu-se ao facto de os mesmos, apesar de serem responsáveis nas áreas em que trabalham, serem também elementos que manipulam este tipo de informação.

Os entrevistados são todos licenciados, como se pode observar pelos dados apresentados no Quadro 6. A escolha de entrevistados com o grau de licenciado resultou do facto de as empresas de auditoria, de consultoria e até os bancos comerciais que operam em Angola, terem adoptado nos últimos anos, uma política de recrutamento de apenas candidatos licenciados. Por outro lado, dado o grau de sensibilidade que se requer no tratamento da informação financeira, os quadros com esta formação são os que garantem maior qualidade na análise da informação contabilístico-financeira das empresas.

Quadro 6: Caracterização dos entrevistados quanto à formação académica

Grau académico	Número de entrevistados	Percentagem
Licenciados em Gestão de Empresas	12	35,3
Licenciados em Economia	8	23,5
Licenciados em Contabilidade e Gestão	7	20,6
Licenciados em Engenharia Informática	4	11,8
Licenciados em Informática de Gestão	3	8,8
TOTAL	34	100

Fonte: Elaboração própria

6.3 – Apresentação e análise dos resultados

Seguidamente apresentamos os dados recolhidos nesta investigação para respondermos às questões que nos propusemos estudar. Estes dados foram obtidos através de entrevistas semi-estruturadas realizadas com os entrevistados.

Neste estudo apresentámos aos nossos entrevistados uma série de questões com o objectivo de perceber quais as formas de apresentação e os principais conteúdos da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet que os utilizadores angolanos procuram. Estas questões estiveram na origem do guião de entrevista (que apresentamos no anexo 1) que foi utilizado tendo em conta o nosso objecto de estudo.

a. Se puder escolher, qual a melhor forma para consultar a informação contabilístico-financeira: Formato de Papel, Formato Electrónico (CD's ou outros suportes do género disponibilizados pelas empresas, ou sítio *web*)?

Relativamente a esta questão, a maioria dos entrevistados considera ser o formato electrónico (sítio *web*), o melhor formato para consultar a informação contabilístico-financeira das empresas, porque aumenta a facilidade de acesso à informação por parte dos diversos *stackholders* e aumenta a pressão para a melhoria contínua da qualidade da informação publicada por parte das empresas. Por outro lado, a maioria dos entrevistados considera que nos sítios *web*, é mais fácil realizar o *download* dessas informações e é também mais fácil o seu armazenamento. Este forma de disponibilização da informação elimina um elemento na cadeia de entrega, que é o elemento que no caso da entrega física da informação poderia ser o portador da mesma, e que tem associados vários riscos, desde o extravio dessas informações à sua deterioração pelas más condições de armazenamento e/ou transporte. No Quadro 7 resumimos as principais vantagens e desvantagens dos diferentes formatos de apresentação da informação identificadas pelos entrevistados.

Dos vários artigos analisados, verificamos que os autores são de opinião que a melhor forma de consultar a informação contabilístico-financeira é através dos *sítios Web*, uma vez ser a forma mais acessível para todos os utilizadores. Esta forma de consultar a informação reduz os custos de impressão, reduz os custos de divulgação e aumenta a facilidade do tratamento desta informação por parte

dos utilizadores. Mesmos os organismos reguladores são de opinião e recomendam a divulgação da informação contabilístico-financeira nos sítios *web* das empresas. Verificamos que o ponto de vista dos utilizadores angolanos em relação à melhor forma para a consulta de informação contabilístico-financeira por parte das empresas coincide com a recomendada pelos organismos reguladores.

Quadro 7: Vantagens e desvantagens dos diferentes formatos de apresentação da informação contabilístico-financeira

Formato papel		Formato electrónico (CD)		Formato electrónico (Web)	
Vantagens	Desvantagens	Vantagens	Desvantagens	Vantagens	Desvantagens
Tradicional/ credível	Tamanho físico muito grande	Portátil	Exige uso de tecnologia	De muito fácil acesso	Exige uso de tecnologia (computador, Internet, etc).
Fácil leitura	Vulnerável, deteriora-se com muita facilidade, se mal conservado ou transportado	Flexível (ex: transferência da informação).	Possível incompatibilidade de <i>software</i>	Flexível	Incompatibilidade de <i>software</i> p/ leitura da informação.
Não exige uso de tecnologia (computador)	Pouco flexível	Computação dos números é mais simplificada	Quando em formato de edição, pode ser facilmente adulterada	Computação dos números é mais simplificada	Quando em formato de edição, pode ser facilmente adulterada

Fonte: Elaboração própria

b. No caso da informação disponibilizada em formato electrónico, nomeadamente através da Internet, qual a melhor forma de apresentação: Ficheiros PDF, Páginas HTML, Ficheiros tipo Excel ou tipo Word, outro formato/forma?

É quase unânime, com a excepção de um entrevistado, que os ficheiros tipo Excel são o formato mais adequado para aceder às informações contabilístico-financeiras. Todos são de opinião que o PDF é mais seguro por não permitir a alteração dos dados, mas tem o inconveniente de se precisar de uma ferramenta adicional para se poder visualizar a informação, ao passo que no formato Excel é mais fácil aceder à informação, dado que o Excel é um dos aplicativos principais do computador que normalmente já está instalado. Este formato tem ainda a vantagem de ser mais fácil de tratar pelo utilizador.

A escolha quase que unânime dos ficheiros tipo Excel deve-se ao facto de poucos utilizadores manipularem com alguma facilidade as TIC, no caso de Angola, sendo difícil nalgumas vezes obter na Internet algumas ferramentas necessárias para a manipulação dessas informações, como é o caso do Adobe Acrobat Reader. O acesso ao Excel é mais facilitado devido ao facto de o mesmo vir incorporado já no pacote Office, que é instalado no computador do utilizador aquando da criação do posto de trabalho. Por outro lado, mesmo que o utilizador saiba utilizar o PDF, para o instalar no seu computador precisa recorrer a um técnico da área de apoio ao utilizador, porque, por regra, os utilizadores normais não possuem perfil de administrador de infra-estruturas, pelo que não têm permissão para a instalação de qualquer aplicativo informático nos seus computadores. No Quadro 8 resumimos as vantagens e desvantagens dos diferentes formatos de ficheiros, assinaladas pelos entrevistados.

A resposta dos entrevistados vai de encontro aquilo que são as recomendações dos organismos reguladores quanto à utilização da Internet para a divulgação da informação contabilístico-financeira. As entidades reguladoras sugerem que qualquer um dos formatos PDF, HTML, XLS, DOC ou XBRL é aconselhável para a apresentação da informação financeira na Internet, embora o PDF seja o mais indicado se o objectivo da empresa for divulgar uma versão análoga à de papel. Caso o objectivo seja divulgar no seu sítio *web* o Relatório e Contas tendo em conta o tempo de descarregamento, e a forma de manusear o documento, é aconselhável a utilização do HTML.

Quadro 8: Vantagens e desvantagens dos tipos de ficheiros para apresentação da informação contabilístico-financeira

PDF		Páginas HTML		Excel ou tipo Word	
Vantagens	Desvantagens	Vantagens	Desvantagens	Vantagens	Desvantagens
Impede qualquer alteração dos documentos	Não permite editar a informação existente	De rápida leitura	É um formato “ <i>read only</i> ”	Permite editar a informação existente	Vulnerável à alteração da informação

Fonte: Elaboração própria

- c. **No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, considera importante a existência de uma “zona” própria no sítio *web*, claramente identificada como vocacionada para os investidores/accionistas? Ou recomenda um endereço diferente? (Porquê?)**

Esta foi uma questão que dividiu os entrevistados. Parte dos entrevistados (cerca de 50%), considera relevante a existência de um endereço diferente para os investidores/accionistas. Esta recomendação tem a ver, segundo eles, com o facto de os investidores/accionistas procurarem informação específica destinada a este tipo de utilizadores, o que lhes permitiria, caso houvesse um endereço diferente, aceder à informação com mais facilidade. Como os investidores necessitam geralmente de informações mais viradas para o desempenho financeiro da empresa e a estrutura accionista e os seus responsáveis, e geralmente estas informações vêm acompanhadas de gráficos, imagens e às vezes até gravações áudio de discursos de responsáveis da empresa, essas informações podem sobrecarregar o sítio *web*, tornando desta forma mais difícil aceder aos conteúdos destes sítios.

Outra parte dos entrevistados considera irrelevante a existência de uma zona no sítio *web* da empresa destinada aos investidores/accionistas. Entendem não ser necessário haver uma área para informação relacionada com investidores e/ou accionistas desde que a informação no sítio *web* esteja bem organizada e seja de fácil localização. Consideram que a informação que os investidores e/ou accionistas procuram também tem interesse para os outros visitantes do sítio *web* da empresa.

Segundo recomendações dos organismos reguladores, é importante que as empresas criem endereços específicos dentro das páginas *Web* que agrupem toda a informação contabilístico-financeira oferecida. Esta informação deverá ser acessível directamente desde a página principal, seleccionando uma opção que permita lá chegar, como por exemplo, informação para accionistas.

d. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, quais são os conteúdos/informações que considera como fundamentais?

Os entrevistados são de opinião que o balanço, a demonstração de resultados e o mapa de fluxo de caixa são fundamentais para a apresentação da informação contabilístico-financeira das empresas. Consideram também como relevante a necessidade de disponibilização destas informações numa base semestral e/ou anual. Isto permitiria saber a situação financeira da empresa e ter um histórico da mesma num determinado período de tempo, permitindo desta forma um julgamento mais real da situação financeira da empresa e do seu posicionamento no seu sector de actuação.

Se tivermos em atenção aquilo que são as recomendações, quer de organizações, quer de investigadores, verificamos que as informações que os utilizadores angolanos procuram coincidem com aquilo que é recomendado a nível internacional.

e. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante que a informação disponibilizada por este meio coincida com aquela que é disponibilizada no formato tradicional (relatório distribuído em papel pela empresa)? Ou pode, e deve, ser disponibilizada mais informação? Se sim, deve existir alguma advertência? (Porquê?)

Nesta questão os entrevistados foram todos da mesma opinião. Segundo eles, a informação divulgada na Internet deve coincidir com a que é disponibilizada no formato tradicional porque, em princípio, tanto a informação em formato electrónico, como a informação em papel (formato tradicional), são fontes diferentes que podem ser consultadas indiscriminadamente pelos utilizadores, logo devem coincidir para não induzir em erro. Ou seja, independentemente do formato, são informações que os utilizadores precisam saber para efectuar o escrutínio sobre a performance económico-financeira da(s) empresa(s). Se a informação não coincidir, deve existir uma advertência para que os utilizadores saibam que não estão a ter acesso a informação completa, analisando-a com alguma reserva, o que vem coincidir com as recomendações analisadas, uma vez que estas "dizem" que as empresas devem incluir na sua página *web* as versões

digitais da informação apresentada noutros formatos impressos ou notas de imprensa.

f. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, deve ser separada a informação que já foi objecto de auditoria daquela que ainda não foi? (Porquê?)

É fundamental que a informação auditada seja separada da não auditada. A informação auditada é uma informação séria. Quando se está a aceder à informação auditada há a garantia de se estar a aceder a uma informação credível e que a empresa tem cumprido com todas as normas e procedimentos do ponto de vista ético, financeiro e até legal para a prossecução dos seus objectivos, ou seja, a auditoria ajuda os utilizadores na redução de equívocos quanto à informação publicada, uma vez que garante a fiabilidade dessa informação. No entanto, segundo a maioria dos entrevistados, ultimamente tem sido prática de algumas empresas de auditoria, com a conivência das empresas auditadas, sonegar informações relevantes da empresa de modo a passar à opinião pública uma imagem mais positiva da empresa, mesmo sabendo da má gestão que nelas se pratica. Esta situação leva os entrevistados a ter algumas reservas quanto às informações que as empresas vêm publicando e também quanto à seriedade das auditorias que têm sido feitas, fundamentalmente em instituições bancárias.

Aqui também podemos observar mais uma vez que a opinião dos utilizadores angolanos vai de encontro às recomendações dos organismos reguladores. Segundo estes organismos, é importante separar claramente nas páginas *web* das empresas, os documentos auditados de qualquer outra informação financeira não auditada, para que o utilizador possa conhecer claramente o alcance da auditoria sobre a informação que está a consultar.

g. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a identificação dos princípios contabilísticos que foram seguidos/adoptados? (Porquê?)

A identificação dos princípios contabilísticos que foram seguidos, segundo os entrevistados, é importante, pois ajudam a perceber os métodos usados para apresentação das contas. É do conhecimento de todos que vários países têm

princípios contabilísticos diferentes, mas a opinião dos entrevistados é a de que quando se trate de informação disponibilizada na Internet, por ser informação acessível a partir de qualquer parte do mundo por utilizadores de variados países e realidades diferentes, é importante que se aplique os princípios contabilísticos internacionais, principalmente quando as empresas estão cotadas na bolsa de valores.

Esta opinião é, também, coincidente com as orientações dos organismos reguladores, que recomendam a identificação clara dos PCGA na preparação da informação contabilístico-financeira apresentada.

h. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a apresentação das fontes de informação (quando há informação que não é da responsabilidade da empresa)? (Porquê?)

A apresentação das fontes, quando se trata de informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet e que não é da responsabilidade da empresa, é importante para evitar o risco de se assumir um erro que pode não ter sido cometido pela empresa. Segundo os entrevistados, a apresentação das fontes acrescenta valor relativamente à fiabilidade da informação disponibilizada e, por outro lado, ajuda na busca de mais informações para completar o juízo que se quer fazer desta informação.

Os organismos reguladores recomendam que as empresas identifiquem claramente aquela informação que, sendo parte do sítio *Web*, terá sido gerada por terceiros, em cujo caso a fonte deverá ser identificada, logo as opiniões dos utilizadores angolanos vão de encontro às recomendações das entidades reguladoras.

i. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é recomendável a sua apresentação em diferentes idiomas (português e inglês, por exemplo)? (Porquê?)

A divulgação da informação contabilístico-financeira em diferentes idiomas é importante, na opinião de todos os entrevistados, na medida em que permite aos diferentes destinatários (ou *stakeholders*) efectuar o escrutínio da performance económico-financeira da(s) empresa(s), principalmente quando as empresas

estão cotadas na bolsa de valores, porque estão abertas a investidores de qualquer país do mundo e a questão do idioma não deve reduzir a potencialidade do mercado.

Também esta necessidade dos utilizadores angolanos vai de encontro às recomendações dos organismos reguladores uma vez que, segundo estas entidades, é aconselhável às empresas a difusão noutras línguas, principalmente em inglês, da sua informação financeira, principalmente para empresas preocupadas em captar investidores no âmbito internacional.

j. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, devem ser indicadas as datas de publicação/actualização dos documentos? (Porquê?)

Segundo os entrevistados, é importante a indicação das datas de publicação/actualização dos documentos. O impacto da informação depende do tempo/período em que a mesma é publicada. Quanto mais recente for a informação, maior é o impacto que ela produz nos seus utilizadores. As datas da publicação da informação financeira, ou da sua actualização, permitem aos utilizadores fazer uma análise mais adequada dessa informação. A não actualização da informação leva os utilizadores a efectuar análises desajustadas uma vez que não sabem qual a data que esta informação relata. Esta necessidade de indicação da data de publicação/actualização da informação financeira na Internet vai de encontro às recomendações dos organismos reguladores.

k. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, devem ser apresentados contactos específicos (nome, morada, telefone, fax, e-mail)? (Porquê?)

Todos os entrevistados são de opinião que os contactos específicos são importantes na medida em que ajudam os utilizadores, caso pretendam, a obter mais informações que muitas vezes não foram publicadas, o que coincide com as recomendações internacionais.

1. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a adopção de medidas de segurança para garantir a autenticidade dos documentos? (Porquê?)

A segurança é um factor determinante em todo e qualquer negócio. Quando este é efectuado através da Internet os riscos são maiores. A adopção de medidas de segurança ajuda a proteger a informação contabilístico-financeira divulgada, evitando desta forma que seja adulterada por quem não é o proprietário. Permite desta forma, proteger a empresa de forma a não correr riscos desnecessários, tanto para a sua imagem e bom-nome, como riscos legais. Por isso, todos os entrevistados são de opinião que devem ser adoptadas medidas de segurança para a protecção deste tipo de informação e qualquer outra informação que seja publicada na Internet.

As recomendações que identificámos sobre este tema apontam no sentido da adopção de medidas de segurança razoáveis para evitar a manipulação não autorizada da informação apresentada pelas empresas nos sítios *Web*.

Em síntese, verificamos que a forma e o conteúdo de informação contabilístico-financeira que os utilizadores angolanos procuram nos sítios *Web* das empresas não são diferentes daquilo que são as recomendações identificadas no trabalho de revisão bibliográfica que realizámos. Assim, é nossa opinião que cabe às entidades de direito incentivarem as empresas sedeadas em Angola a utilizarem a Internet para a divulgação das suas informações contabilístico-financeiras e com base nas recomendações dos organismos reguladores criarem instrumentos legais para salvaguardar a integridade dessas informações.

Capítulo 7 – Considerações finais

7.1 – Conclusões

Com o objectivo geral de identificar e definir quais são as necessidades e os interesses dos utilizadores da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, quanto à forma de apresentação e ao conteúdo, num mercado bolsista emergente, como é o caso de Angola, decidimos elaborar um estudo que nos permitisse identificar estas necessidades. O estudo foi dividido em duas partes, sendo que na primeira foram analisados vários documentos que nos permitiram recolher informação suficiente para nos situar no problema em questão.

Dos documentos analisados, verificámos que existem diversas instituições a nível mundial que estão preocupadas com a divulgação da informação contabilístico-financeira na Internet. Há estudos que fazem a análise da realidade do relato financeiro electrónico num determinado país, outros fazem uma comparação entre a realidade de países e empresas que divulgam a informação contabilístico-financeira na Internet; há ainda estudos que fazem recomendações quanto à divulgação de informação contabilístico-financeira na Internet e por fim os que estão preocupados com o conteúdo e a forma de apresentação da informação contabilístico-financeira na Internet.

Verificámos que destes estudos, são poucos os que procuram analisar o conteúdo e a forma de apresentação da informação contabilístico-financeira que os utilizadores dessa informação procuram. Foi neste lado da procura de informação contabilístico-financeira por parte dos utilizadores, que realizámos o nosso estudo, analisando qual a forma e o conteúdo de informação que os utilizadores, no caso de Angola, procuram.

Na segunda fase, e tendo como referência o trabalho de revisão bibliográfica inicialmente realizado, elaborámos um guião para as entrevistas semi-estruturadas que realizámos. Foi nosso entendimento, e depois de analisada a situação que nos propusemos investigar, que a recolha de dados fosse feita através de entrevistas semi-estruturadas, uma vez que este método permitir-nos-ia formular questões num guião e dar ainda a liberdade de formular novas questões no decurso da entrevista, caso fosse necessário.

Dos vários estudos analisados, verificamos que o rápido desenvolvimento das TIC tem levado as empresas de diversos países a considerar o impacto da Internet sobre a entrega e disseminação da informação financeira. Verificamos que a maioria das empresas, sobretudo em países desenvolvidos, tem incrementado o uso da Internet para a divulgação das informações contabilístico-financeiras. Fazem-no, principalmente, porque o uso da Internet na divulgação deste tipo de informação, permite captar vários investidores, permite que as informações cheguem aos *stackolders* no menor tempo possível e com custos muito reduzidos. Principalmente, faz com que a empresa seja considerada moderna.

A implementação deste canal de divulgação de informação contabilístico-financeira tem criado novos desafios para gestores e auditores internos, que são os responsáveis por estabelecer e rever os controlos necessários para garantir que a informação divulgada é verdadeira.

Num mercado bolsista emergente, como é o caso de Angola, o uso deste canal permite sobretudo incentivar as empresas a fecharem as suas contas no período certo, isto é, apresentar os seus relatórios e contas no primeiro trimestre do ano económico seguinte para que os diversos utilizadores da informação tenham informação atempada, oportuna e poderem, a partir dela, fazer um juízo da empresa. De acordo com Gray e Roberts (1989), citado por Craven e Marston (1999), a divulgação da informação contabilístico-financeira na Internet promove a imagem e reputação da empresa, melhora a decisão de investimento pelos investidores, promove e apresenta a contabilidade aos accionistas e permite uma avaliação mais exacta do risco por parte dos investidores.

A adesão ao relato financeiro electrónico em Angola é ainda muito reduzida, verificamos que poucas empresas publicam as suas informações contabilístico-financeiras na Internet, e as que o fazem são principalmente entidades bancárias, fundamentalmente as de capitais estrangeiros.

Identificámos também quem são os utilizadores potenciais dessa informação e verificámos que em Angola estes utilizadores se encontram constituídos em três grupos:

- **Empresas:** Instituições públicas ou privadas, como por exemplo, empresas de consultoria, que utilizam a informação contabilístico-financeira de empresas no âmbito da sua actividade;

- **Utilizadores:** Analistas de crédito para empresas e Gestores financeiros;
- **Reguladores:** Auditores internos, auditores externos e supervisores de instituições financeiras.

Relativamente às principais fontes de informação que referem recomendações quanto à forma de divulgar a informação contabilístico-financeira através da Internet, verificámos que são vários os organismos que estão preocupados com o uso que se tem dado à Internet para a divulgação da informação contabilístico-financeira, de entre eles o IASC, que mais tarde evoluiu para IASB, do Reino Unido, o FASB, dos Estados Unidos da América, a AICPA, dos Estados Unidos da América, a CMVM, de Portugal, e a AECA, de Espanha. Estes organismos apresentam diversas recomendações de boas práticas de divulgação da informação financeira na Internet, para que as empresas que o fazem apresentem informação não muito diferente umas das outras do ponto de vista da forma e do conteúdo. O objectivo destas entidades é formalizar e publicar normas contabilísticas a serem observadas na apresentação das demonstrações financeiras e promover a sua aceitação a nível mundial.

Em relação à forma e ao conteúdo de informação contabilístico-financeira que os utilizadores procuram, os vários estudos por nós analisados revelam a utilização de vários formatos como o PDF, o HTML, XLS, DOC e o XBRL. Vários autores são de opinião de que nenhum dos formatos funciona como alternativa, uma vez que tudo depende do objectivo pretendido. Se o objectivo da empresa for divulgar uma versão análoga à publicada em papel, o mais indicado é o PDF. Se for para divulgar no seu sítio *web* o Relatório e Contas tendo em conta o tempo de descarregamento, e a forma de manusear o documento, é aconselhável a utilização do HTML. Há outros autores que são de opinião que o formato PDF é o mais popular e fácil de criar a partir de documentos originais, e quando descarregados e impressos, disponibilizam uma cópia exacta do documento original. Para as empresas, a produção dos ficheiros em formato PDF não acarreta custos significativos e os ficheiros são relativamente seguros.

Verificámos que os utilizadores angolanos preferem o formato XLS. Em relação ao conteúdo da informação contabilístico-financeira publicada na Internet a sua preferência coincide com as recomendações de organismos internacionais que regulam o uso da Internet para a divulgação da informação financeira das empresas, ou seja, balanço,

demonstração de resultados, informação previsional, informação sobre gestores e accionistas e antecedentes históricos da empresa.

Será importante nos próximos tempos, com o arranque da BVDA, que as entidades competentes organizem seminários e palestras às empresas sedeadas em Angola no sentido de se dar a conhecer e de se prestar maior atenção às recomendações de organismos internacionais relativamente a estas matérias.

7.2 – Limitações e investigações futuras

A transmissão de informação contabilístico-financeira na Internet ainda não se faz sentir em Angola devido à baixa utilização da Internet por parte das empresas.

Muitos gestores não têm ainda confiança neste tipo de tecnologia, por acharem ser um meio no qual é muito fácil violar a informação que nele transita. Por outro lado, o custo elevado e a pouca qualidade dos serviços de Internet que são oferecidos não constituem elementos motivadores para que se incentive as empresas e os utilizadores individuais a aderirem a este meio de informação e comunicação.

Por isso, durante a realização deste trabalho fomos-nos deparando com dificuldades para a obtenção de informação que nos pudesse ajudar. Verificámos que poucas empresas têm uma página *web*, verificámos que as poucas empresas que têm página *web* são maioritariamente do sector bancário. Aliás, verificámos também que apenas as instituições bancárias publicam as suas informações contabilístico-financeiras no seu sítio *web*.

Também verificámos que alguns dos utilizadores deste tipo de informação contabilístico-financeira sentem algum desconforto e desinteresse para responder a entrevistas deste tipo, pois têm receio de serem prejudicados no seu trabalho se o seu superior souber que aceitaram ser entrevistados para falarem de informação contabilístico-financeira. Essa situação constituiu um dos maiores constrangimentos uma vez que foi complicado encontrar indivíduos manipuladores de informação contabilístico-financeira dispostos a participar das entrevistas.

Por outro lado, pelo facto de poucas empresas terem um sítio *web* e pouca divulgarem as suas informações contabilístico-financeiras através da Internet, foi-nos difícil seleccionar uma amostra maior para a realização do nosso estudo.

Pensamos que é necessário sensibilizar os utilizadores da informação contabilístico-financeira no sentido de incentivá-los a participar em trabalhos desta natureza, pois isso pode ajudar a melhorar a qualidade da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, contribuindo desta forma para a melhoria do seu trabalho.

Pensamos que este trabalho não termina com a apresentação desta dissertação. É nossa intenção prosseguir com a investigação neste domínio, fazendo um estudo comparativo sobre a utilização da Internet para a divulgação de informação contabilístico-financeira na região da SADC (*Southern Africa Development Community*), região onde se encontram inseridas Angola, África do Sul e Moçambique, e estudar também estes territórios, África do Sul e Moçambique, ao nível dos utilizadores da informação contabilístico-financeira, tal como fizemos para Angola.

7.3 - Recomendações

A Internet tornou-se nos últimos tempos no canal de comunicação mais importante para muitas empresas divulgarem as suas informações contabilístico-financeira, principalmente aquelas que estão cotadas nas bolsas de valores.

Este canal de divulgação de informação apresenta uma série de vantagens, desde a redução de custos de divulgação, redução do tempo de distribuição, fácil acesso por parte dos utilizadores, melhoria no acesso à informação por parte dos utilizadores, aumento da quantidade de dados oferecidos ao utilizador, e permite também o acesso à informação contabilístico-financeira de forma contínua e cómoda e no local e hora da preferência dos utilizadores.

No caso concreto de Angola, tem-se verificado um aumento no número de empresas com sítio *web* para divulgação das suas informações. Verifica-se ainda, que são poucas as que divulgam as suas informações contabilístico-financeiras. As que o fazem, são principalmente empresas com capitais estrangeiros, principalmente as do sector bancário.

Este facto deve-se, por um lado, ao não arranque da Bolsa de Valores e Derivativos de Angola, uma vez que as empresas cotadas em bolsa terão que publicar as suas informações contabilístico-financeiras, para demonstrar que a empresa é séria e moderna e cumpre os princípios estabelecidos pelos organismos reguladores quanto à divulgação desta informação; por outro lado, o facto de não existir ainda um grande número de utilizadores dessa informação, também ajuda a explicar porque é que as empresas não o fazem, pois não há muitos interessados.

Aquando dos estudos por nós realizados para elaboração deste trabalho, verificámos que muitos utilizadores preferem ainda deslocar-se às empresas a fim de obter em papel essas informações contabilístico-financeiras por acharem que dessa forma a informação é mais credível e de mais fácil acesso.

Verificámos também que são poucas as empresas que utilizam a Internet no âmbito das suas actividades porque, segundo as mesmas, os custos dos serviços de Internet em Angola são ainda muito elevados relativamente aos ganhos que a mesma pode trazer, e por outro lado, dizem que os provedores de serviços de Internet ainda não oferecem serviços com a qualidade exigida, como maior largura de banda, serviços disponíveis 24 horas por dia, 7 dias por semana e assistência técnica regular.

Sendo assim, é nossa recomendação que:

- Se massifique o uso da Internet em Angola, principalmente ao nível das empresas: criar nas empresas a cultura de distribuição de informação electrónica de forma a reduzir o uso do papel e, por consequência, a utilização de ferramentas electrónicas, melhorando desta forma a qualidade da informação transmitida bem como o acesso à mesma;
- Se melhorem os serviços prestados pelos provedores de Internet: dever-se-á garantir a qualidade dos serviços prestados pelos provedores, estabelecendo Acordos de Níveis de Serviços, com o objectivo de medir a satisfação dos utilizadores desses serviços;
- Se reduzam os custos dos serviços de Internet: a redução de custos com os serviços de Internet possibilitará a um grande número de empresas e utilizadores individuais adquirirem esses serviços, o que irá contribuir para a massificação

do uso da Internet e, como consequência, muitas empresas poderão ver neste meio de comunicação um veículo para a transmissão das suas informações contabilístico-financeiras, entre outras;

- Se sensibilize os gestores das empresas a aderirem a esta ferramenta de comunicação, a Internet, e que a utilizem como mais um canal de comunicação com todos os *stakeholders*;
- A Comissão de Mercado de Capitais deve criar regras para regular a informação contabilístico-financeira das empresas que deve ser publicada na Internet;
- As empresas de auditoria, de consultoria e de supervisão financeira devem incentivar as empresas a utilizar a Internet para a divulgação das suas informações contabilístico-financeiras;
- O conteúdo e a forma de apresentação da Informação contabilístico-financeira na Internet devem ser padronizados.

Bibliografia

AECA (2002): Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet. Asociación Española de Contabilidad y Administración, Madrid.

Alves, S. (2005): Relato Financeiro na Internet em Portugal. Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação, vol. 2, nº 1, pp. 3-20.

Alves, P. e Silva, P. (2001): O relato Financeiro na Era Digital, Instituto superior de Contabilidade e Administração da universidade de Aveiro;

Ashbaugh, H., Johnstone, K. e Warfield, T. (1999): Corporate Reporting on the Internet. Accounting Horizons, vol.13, nº 3, septiembre, pp. 241-257.

Barac, K. (2004): Financial Reporting on the Internet in South Africa. Meditari Accountancy Research, vol. 12, nº 1, pp. 1-20.

Beattie, V. e Pratt, K. (2003): Issues concerning web-based Business reporting: an analysis of the views of interested parties. The British Accounting Review, vol. 35, nº 2, pp. 155-187.

Boritz, J e No, W (2004): Security in XML – Based Financial Reporting Services on the Internet. School of Accountancy, University of Waterloo, August 2004.

Cárdenas, M. e Calvo, L. (2004): Información Financiera e Internet: Un Análisis empírico referido a las Principales empresas europeas (FT - 100). Tesis. <http://www.uv.es/catedra-aeca/refc/124tesis4.pdf>.

CMVM (2001): Entendimentos e Recomendações da CMVM Sobre a Utilização da Internet. Comissão do Mercado de Valores Mobiliários. <http://www.cmvm.pt/NR/exeres/611A5B37-F906-4978-8397-B62745BBFD35.htm> [14-01-2009].

Craven, B. e Marston, C. (1999): Financial Reporting on the Internet by Leading UK companies. European Accounting Review, vol. 8, nº 2, pp. 321-333.

Debreceny, R. e Gray, G. L. (1999): Financial reporting on the Internet and the external audit. European Accounting Review, vol. 8, nº 2, pp. 335-350.

Debreceeny, R., Gray, G. L. e Mock, T. J. (2001): Financial Reporting Web Sites: What Users Want in Terms of Form and Content. *The International Journal of Digital Accounting Research*, vol. 1, n° 1, pp. 1-23.

Deller, D., Stubenrath, M. e Goethe, C. (1999): A survey on the Use of the Internet for Investor relations in the USA, the UK and Germany. *European Accounting Review*, vol. 8, n° 2, pp. 351-364.

DeLone, W., e McLean, I., (2003): The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems / Spring 2003*, vol. 19, N° 4, pp. 9 – 30.

Ettredge, M., Richardson, V. J. e Scholz, S. (2002): Dissemination of information for investors at corporate Web sites. *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 21, n° 4-5, pp. 357-369.

FASB (2000): Business Reporting Research Project – Electronic Distribution of Business Reporting Information. Financial Accounting Standards Board. <http://www.fasb.org/brrp/brrp1.pdf> [20-01-2009].

Freixo, M. (2009): Metodologia Científica – Fundamentos, Métodos e Técnicas. Instituto Piaget.

Geerings, J., Bollen, L. H. H. e Hassink, H. F. D. (2003): Investor Relations on the Internet: a survey of the Euronext Zone. *European Accounting Review*, vol. 12, n° 3, pp. 567-579.

Gowthorpe, C. e Amat, O. (1999): External Reporting of Accounting and Financial Information via the Internet in Spain. *European Accounting Review*, vol. 8, n° 2, pp. 365-371.

Hedlin, P. (1999): The Internet as a Vehicle for Investor Relations: The Swedish Case. *European Accounting Review*, vol. 8, n° 2, pp. 373-381.

IASB (1999): Business Reporting on the Internet. International Accounting Standards Committee. <http://www.iasb.org>.

Inchaustin, B. G. e Jorge, M. L. (2002): Qué Información Financiera Ofrecen las Compañías españolas en Internet? Bolsa de Madrid, nº 105, pp. 38-43.

Kelton, A. (2006): Internet Financial Reporting: The effects of Hyperlinks and Irrelevant Information on Investor Judgments. Department of accounting and Information Management, University of Tennessee.

Larrán e Giner (2002): The Use of the Internet for Corporate Reporting by Spanish Companies. The international journal of Digital Accounting Research, Vol.2, Nº 1, pp.53-82, ISSN: 1577 – 8517.

Leon, G. (2003): Los riesgos de la información financiera publicada en Internet. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, nº 36. pp. 393-408.

Ley 26/2003 (2003): Ley /2003, de 17 de julio, por la que se modifican la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, Boletín Oficial del Estado, nº 171, 18 de julio de 2003, pp. 28046-28052.

Lymer, A. (1999): Internet and the future of reporting in Europe, European Accounting Review, vol. 8, nº 2, pp. 289-301.

Marconi, M. e Lakatos, E. (2001): Metodologia do Trabalho Científico, 6ª edição Revista e Ampliada, Editora Atlas

Marston, C. e Polei, A. (2004): Corporate reporting on the Internet by German companies. International Journal of Accounting Information Systems, vol. 5, pp. 285-311.

Marston, C. e Wu, W (2002): Financial Reporting on the Internet by Leading Japanese Companies. Corporate Communications: An International Journal, Vol. 8, Issue 1, pp. 23-34.

McCafferty, J. (1995): How Much to Reveal OnLine. CFO; vol. 11, nº 12; pp 12-12.

O'Kelly, C. (2000): Business reporting on the Internet. Reporting gets personal; Accountancy Ireland; august 2000; 32,4; ABI / INFORM GLOBAL

Oyelere, P., Laswad, F. e Fisher, R. (2003): Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies. Journal of International Financial Management and Accounting, vol. 14, nº 1, pp. 26-63.

Pérez, C. e Delgado, C. (2002): Las Empresas Cotizantes en el Mercado de Capitales Mexicano ante los Nuevos Instrumentos de Comunicación de la Información Financiera, Septiembre-Diciembre de 2002, Año 8, Numero 22.

Peréz, M., Martínez, F. e Martín, J. (2002): Información digital presentada por las entidades financieras españolas: Un estudio empírico. Comunicación presentada en la VIII Jornada de Trabajo de Análisis Contable de ASEPU, Valladolid, España.

Pirchegger, B. e Wagenhofer, A. (1999): Financial Information on the Internet: A Survey of the Homepages of Austrian Companies. European Accounting Review, vol. 8, nº 2, pp. 383-395.

Quagli, A. e Riva, P. (2004): Do financial Sites Webs meet the user's information needs? A survey from the Italian context.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=863744

Quivy, R. e Campenhoudt, L. (1999): Manual de Investigação em Ciências Sociais. Editora Gradiva.

Rodrigues, L. e Menezes, C. (2001): Relato Financeiro na Internet: Estudo do Caso Português. Jornal do Técnico de Contas e da Empresa, nº 424 e 425, pp. 369-372 e 402-410.

Salawu, R. (2009): Financial Reporting on the Internet by Quoted Companies in Nigeria, Repositioning African Business and Development for the 21th Century, Simon Sigué (Ed).

Sekaran, U. e Bougie, R. (2010): *Research Methods for Business. A skill Building Approach*. Fifth Edition, Wiley.

Silva, P. e Alves, P. (2001): As Novas Tecnologias como Veículo de Transmissão de Informação Financeira. *Revista Contabilidade & Finanças FIPECAFI - FEA – USP*, vol. 16, nº 27, pp. 24-32.

Silva, W. e Filho, P. (2005): Determinantes da Disseminação Voluntária da Informação Financeira na Internet. *RAE-eletrônica*, vol. 4, nº 2.

Silva, A. e Quaresma, R. (2001): Análisis de la Información presentada en Internet por las empresas: Estudio empírico para el caso Portugués. Artigo apresentado no XI Congresso AECA, 26-28 de Setembro, Madrid. 2001.

Smith, B. e Peppard, D. (2005): Internet Financial Reporting Benchmarking Irish PLCs against best practice. *Accountancy Ireland*, vol.37, nº6, pp. 22-24.

Soares, J. (2009): Metodologia do Trabalho Científico. Febrai. www.jjsoares.com, Download realizado em 20 de Julho de 2010.

Westarp, F., Dieter, O., Stubernat, M., Buxmann, P. e Konig, W. (1999): Internet – Based Corporate Reporting – Filling the Standardization Gap. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

Xiao, Z. Jones, M. e Lymer, A. (2002): Immediate Trends in Internet Reporting. *European Accounting Review*, vol. 11, nº 2, pp. 245–275.

Xiao, J. Z., Yang, H. e Chow, C. W. (2004): The determinants and characteristics of voluntary Internet-based disclosures by listed Chinese companies. *Journal of Accounting and Public Policy*, nº 23, pp. 191–225.

Luó, X., (2007): The content and design of Chinese Media Groups Corporate Sites Webs: An Empirical Study. A Dissertation Presented in Part Consideration for The Degree of MSc in International Business.

Anexo – Guião das Entrevistas



DEPARTAMENTO DE GESTÃO

Mestrado em Gestão

Área de especialização: Contabilidade e Auditoria

O Relato Financeiro Electrónico. Que Informação procuram os utilizadores? O caso Angolano.

Aluno

Gilberto Moisés Moma Capeça

Orientador

Prof. Doutor Rui Filipe Cerqueira Quaresma

Introdução

O Relato Financeiro tem um papel importante no processo de tomada de decisão dos investidores e/ou potenciais investidores, uma vez que lhes permite aceder a um conjunto de informações financeiras necessárias à elaboração do seu juízo. Com o aparecimento da Internet surgiu uma nova forma de relato financeiro, o relato financeiro electrónico, o qual permite aos utilizadores da informação contabilístico-financeira acederem a um conjunto alargado de dados de natureza financeira

Várias são as empresas que nos últimos anos se têm preocupado em divulgar as suas informações contabilístico-financeiras através da Internet. Esta prática, segundo vários estudos, demonstra que a empresa é moderna e procura chegar a um grande número de utilizadores de informação financeira. Esta nova forma de relato financeiro tem trazido ganhos no relacionamento entre empresas e investidores.

A generalidade dos estudos realizados até à data sobre este tema incide na importância da divulgação da informação contabilístico-financeira através da Internet, analisando e produzindo recomendações sobre como deve ser realizado o relato financeiro na perspectiva do lado da oferta de informação. Contudo, e porque também é importante saber se a informação disponibilizada é, realmente, a que os utilizadores procuram, é nesta base que nos propomos realizar o presente trabalho. Esperamos, desta forma, contribuir com recomendações que permitam às empresas divulgar a informação que interessa aos utilizadores.

Fica desde já expresso o meu reconhecimento e a minha gratidão, pela disponibilidade apresentada.

1. IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

- a. Nome:
- b. Órgão ou Serviço:
- c. Cargo ou Função:
- d. Grau de escolaridade:
- e. Área de formação:

2. QUESTÕES

- a. Se puder escolher, qual a melhor forma para consultar a informação contabilístico-financeira:
 - Formato papel (relatórios disponibilizados pelas empresas)?
 - Formato electrónico (CD's ou outros suportes do género disponibilizados pelas empresas)?
 - Formato electrónico (sítio Web da empresa)?
 - (Porquê?)
- b. No caso da informação disponibilizada em formato electrónico, nomeadamente através da Internet, qual a melhor forma de apresentação:
 - Ficheiros PDF?
 - Páginas HTML?
 - Ficheiros tipo Excel ou tipo Word?
 - Outro formato/forma?
 - (Porquê?)
- c. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, considera importante a existência de uma “zona” própria no sítio web, claramente identificada como vocacionada para os investidores/accionistas? Ou recomenda um endereço diferente? (Porquê?)
- d. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, quais são os conteúdos/informações que considera como fundamentais:
 - Balanço
 - Demonstração de resultados

- Informação previsional (com indicação clara do tipo de informação)?
- Informação sobre gestores e accionistas?
- Antecedentes históricos da empresa?
- Apresentações de conferências?
-
- Outros?
- (Porquê?)

- e. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante que a informação disponibilizada por este meio coincida com aquela que é disponibilizada no formato tradicional (relatório distribuído em papel pela empresa)? Ou pode, e deve, ser disponibilizada mais informação? Se sim, deve existir alguma advertência? (Porquê?)
- f. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, deve ser separada a informação que já foi objecto de auditoria daquela que ainda não foi? (Porquê?)
- g. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a identificação dos princípios contabilísticos que foram seguidos/adoptados? (Porquê?)
- h. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a apresentação das fontes de informação (quando há informação que não é da responsabilidade da empresa)? (Porquê?)
- i. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é recomendável a sua apresentação em diferentes idiomas (português e inglês, por exemplo)? (Porquê?)
- j. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, devem ser indicadas as datas de publicação/actualização dos documentos? (Porquê?)

- k. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, devem ser apresentados contactos específicos (nome, morada, telefone, fax, e-mail)? (Porquê?)

- l. No caso da informação contabilístico-financeira divulgada através da Internet, é importante a adopção de medidas de segurança para garantir a autenticidade dos documentos? (Porquê?)