

Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

A IMPORTÂNCIA DO REPORTE DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA E NÃO FINANCEIRA PARA A CENTRAL DE BALANÇOS DO BANCO DE MOÇAMBIQUE: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

Luís Pedro Ramos Augusto

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Contabilidade e Finanças orientado pela Professora Doutora Liliana Marques Pimentel e apresentado à Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Junho de 2019

Agradecimentos

O desenvolvimento deste relatório só foi possível devido ao apoio, ajuda e colaboração de determinadas pessoas, às quais tenho de prestar o meu reconhecimento e gratidão.

O maior elogio é para os meus pais, por me terem dado a oportunidade de concretizar todo o meu percurso académico e pela paciência e atenção constante em todas as ocasiões. Uma palavra de agradecimento também à minha irmã por todos os conselhos sábios e úteis ao longo do meu percurso.

À Professora Doutora Liliana Pimentel, minha orientadora académica, pelo suporte académico, pela ajuda e paciência demonstrada. Ao Grupo Visabeira, que me acolheu e proporcionou uma oportunidade ímpar e enriquecedora no meu percurso profissional. Um agradecimento especial à Doutora Sandra Silva, minha coorientadora na entidade, pela atenção, disponibilidade, compromisso e amabilidade prestada ao longo dos cerca de quatro meses de estágio.

Relembro ainda, com uma palavra de reconhecimento, todos os meus amigos pelos diversos bons momentos vividos, pela camaradagem, pela amizade e por toda a colaboração e ajuda moral ao longo desta etapa decisiva.

Por fim, a maior palavra de agradecimento é para a minha namorada, Inês. Sem dúvida uma companheira de todas as batalhas, de todas as horas, para os bons e maus momentos. Inquestionavelmente a pessoa mais importante ao longo do meu percurso académico e, conseqüentemente, da elaboração do meu relatório.

Obrigado!

Resumo

A divulgação de informação financeira e, mais recentemente, informação não financeira, tanto de cariz obrigatório como voluntário, tem cada vez mais importância no que diz respeito às empresas e aos diversos *stakeholders*, permitindo que estes tomem decisões bem fundamentadas e alicerçadas nessa informação útil disponibilizada pelas organizações. Em Portugal, o Decreto-Lei 89/2017 transpõe para o direito nacional a Diretiva 2014/95/UE, relativamente à divulgação de informações não financeiras e de informações sobre a diversidade por parte de determinadas grandes empresas e grupos, em relação às áreas ambientais e sociais.

Divulgar informação financeira e não financeira pode ser feita de inúmeras formas, tais como, por exemplo, recorrendo a documentos contabilísticos de prestação de contas, relatórios de gestão, relatório de responsabilidade social, relatório de sustentabilidade ou mesmo uma mensagem do presidente executivo.

A informação não financeira divulgada por uma organização tem um papel preponderante no sucesso de uma empresa, uma vez que tem aumentado consideravelmente o valor que é dado pelos vários *stakeholders* a esse tipo de informação. Além disso, os *stakeholders*, tais como investidores, credores ou clientes, recorrem de uma forma cada vez mais notória a esse tipo de informação, pois torna-se essencial na tomada de decisões adequadas e corretamente informadas.

O principal objetivo deste relatório de estágio passa por apresentar uma visão simples e clara da importância do reporte de informação financeira e não financeira para a central de balanços do Banco de Moçambique, no caso particular da Visabeira Global, com base numa tarefa realizada durante o estágio. De facto, como se perceberá ao longo do texto, esta tarefa, explicada com maior pormenor na última parte do relatório, tem uma enorme relevância para a empresa na medida em que representa uma das formas mais eficazes de divulgar informação financeira e não financeira, no caso ao Banco, que fica disponível para poder ser consultada pelos diversos *stakeholders*, permitindo que estes tenham em conta essa informação transparente e acessível nas suas tomadas de decisões, nomeadamente de investimento.

PALAVRAS-CHAVE: Informação Financeira; Informação não Financeira; Stakeholders; Relato Financeiro; Inclusão Financeira.

Abstract

The voluntary and mandatory release of both financial non financial information regarding businesses and stakeholders has been garnishing growing importance, allowing for them to make well founded decisions, based on this useful information provided by multiple organizations. In Portugal, according to decree-law 89/2017, the Directive 2014/95/EU has been transpose to national right, regarding the release of non-financial information in as it relates to environmental and social diversity.

The release of financial and non-financial information can be achieved in multiple ways, such as reports on management, by resorting to contabilistic documents, social responsibility reports, sustainability reports or even a message from the executive president.

The non-financial information released by an organization plays an importante role in the overall success of a company, as the weight put on this factor by stakeholders has been increasing. Furthermore, stakeholders, such as investors, clients and creditors rely on this information for adequate and correct decision making.

The main objective of this work is to present a clear and simple take on the importance of the financial and non financial reports delivered to the balance central of the Mozambique Bank, in this case relative to the Visabeira Global, based on the tasks undertaken during the internship. This matters, as discussed in this report, are of great importance to the enterprise, as it represents one of the most effective ways of revealing to the bank both financial and non financial information, which becomes available for consultation for the stakeholders, allowing them to consider it in their decision making, such as when considering investements.

KEYWORDS: Financial Information; Non-financial Information; Stakeholders, Financial Report; Financial Inclusion.

Siglas

CAE – Código de Classificação das Atividades Económicas
CSC – Código das Sociedades Comerciais
FEPICOP – Federação Portuguesa da Indústria da Construção e Obras Públicas
UE – União Europeia
TIC – Tecnologias da Informação e Comunicação
APPB – Associação Portuguesa de Produtores de Biocombustíveis
INE – Instituto Nacional de Estatística
PIB – Produto Interno Bruto
EBITDA – *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization* (Resultados antes de Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações)
AT – Autoridade Tributária
SAP – Systems, Applications & Products
IRPC – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (em Moçambique)
IRC – Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (em Portugal)
FASB – *Financial Accounting Standards Board*
PME – Pequena e média empresa
IASB – *International Accounting Standards Board*
IFRS – *International Financial Reporting Standards*
OFR – *Operating and Financial Review*
AICPA - *American Institute of Certified Public Accountants*
BSC – *Balanced Scorecard*
ASB – *Accounting Standards Board*
SNC – Sistema de Normalização Contabilística
NCRF-PE - Norma Contabilística e de Relato Financeiro para Pequenas Entidades
APCMC – Associação Portuguesa dos Comerciantes de Materiais de Construção
ICAEW – *The Institute of Chartered Accountants in England and Wales*
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

Listagem de Figuras e Tabelas

Figuras

Figura 1 – Estrutura do Grupo Visabeira

Tabelas

Tabela 1 – Separação do Volume de Negócios por *subholding*

Tabela 2 – Separação do Volume de Negócios por região

Tabela 3 – Análise Económica e Financeira da Visabeira Global

Tabela 4 – Volume de Negócios por região - Visabeira Global

Tabela 5 – Análise Económica e Financeira da Visabeira Indústria

Tabela 6 – Volume de Negócios por região - Visabeira Indústria

Tabela 7 – Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo

Tabela 8 – Volume de Negócios por região - Visabeira Turismo

Tabela 9 – Análise Económica e Financeira da Visabeira Imobiliária

Tabela 10 – Volume de Negócios por região - Visabeira Imobiliária

Tabela 11 – Análise Económica e Financeira da Visabeira Participações

Tabela 12 – Volume de Negócios por região - Visabeira Participações

Tabela 13 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços

Tabela 14 – Volume de Negócios por região - Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços

Tabela 15 – Rácios Económico-Financeiros

Tabela 16 – Análise SWOT

Tabela 17 – Relações principal/agente

Tabela 18 – Tipos de informação

Índice

Agradecimentos	2
Resumo	3
Abstract.....	4
Siglas	5
Listagem de Figuras e Tabelas.....	6
Índice	7
Introdução.....	9
Parte I: Apresentação do Grupo Visabeira	11
1.1 Evolução Histórica.....	11
1.2 Estratégia, Missão, Visão, Valores	15
1.3 Principais Negócios.....	16
1.4 Os setores de mercado	17
1.5 O Grupo Visabeira nas diferentes áreas de atividade.....	22
1.6 Análise SWOT	32
2. O Estágio Curricular	34
2.1 Objetivos do Estágio.....	34
2.2 Descrição das atividades desenvolvidas	34
2.3 Análise Crítica	37
Parte II: Enquadramento da divulgação de informação obrigatória e voluntária (informação financeira e não financeira)	39
1. O relato financeiro	39
2. Relato de informação financeira e não financeira.....	39
3. Divulgação de informação obrigatória <i>versus</i> voluntária.....	41
4. Legislação.....	42
5. Novos modelos de relato do negócio	43
6. Teorias justificativas do relato	51
Parte III: Enquadramento do tema no Grupo Visabeira	61
1. Formas de divulgação de informação (financeira e não financeira) pela empresa.....	61
2. Uma tarefa particular de divulgação de informação.....	62
3. Enquadramento da tarefa realizada com a teoria.....	64
4. A importância e o porquê de existirem este tipo de tarefas de divulgação de informação	65
A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.	7

Conclusão.....	68
Referências Bibliográficas	70
Anexos	75

Introdução

O seguinte relatório foi desenvolvido no âmbito do Estágio Curricular, realizado no Grupo Visabeira, com o propósito da conclusão do Mestrado de Contabilidade e Finanças da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. O estágio decorreu no departamento de contabilidade da empresa, entre o início de Setembro e o meio de Janeiro de 2019, tendo a duração de aproximadamente 720 horas.

O Grupo Visabeira é uma sociedade que se divide em cinco *subholdings*. As atividades principais passam pelas áreas da tecnologia, energia, construção, telecomunicações, turismo, imobiliária, serviços, cerâmica e cristalaria, cozinhas, biocombustíveis, energia térmica e recursos naturais. A sede da empresa situa-se em Viseu, empregando o Grupo atualmente mais de 10.000 colaboradores, espalhados pelo globo.

Durante a realização do estágio foram acompanhadas e desenvolvidas tarefas quase sempre relacionadas com a parte contabilística. Tendo o Grupo Visabeira impacto em todo o mundo, com presença em todos os continentes, o tema escolhido para a elaboração deste relatório prende-se com a importância da divulgação de informação financeira e não financeira, quer seja ela obrigatória ou voluntária, pela empresa. Sem dúvida um aspeto essencial para o sucesso do Grupo.

O Grupo Visabeira, com a dimensão que lhe é reconhecida, não se pode limitar apenas a divulgar informação financeira através, por exemplo, de Relatórios e Contas. É igualmente essencial e fundamental a preocupação em divulgar informação de cariz não financeiro, por exemplo, nos Relatórios de Gestão.

Neste relatório pretende-se analisar todas as componentes que envolvem o tema da divulgação de informação financeira e não financeira (obrigatória e voluntária). O grande foco passará depois por analisar essa teoria, relacionando-a com uma das principais tarefas realizadas durante o estágio. Concretizando, o propósito fundamental passará por tentar explicar e demonstrar o valor do reporte de informação financeira e não financeira para a central de balanços do Banco de Moçambique, no caso particular da Visabeira Global, a partir de uma tarefa efetuada na empresa. Na verdade, esta tarefa, explicada na última parte do relatório, tem uma grande pertinência uma vez que retrata uma das maneiras mais eficientes de divulgar informação financeira e não financeira, no caso ao Banco de Moçambique, que fica ao dispor dos diversos *stakeholders* para poder ser examinada, possibilitando que estes usem essa informação nas suas tomadas de decisões, designadamente de investimento.

Desta forma, para um melhor entendimento desta temática e descrição do estágio, o relatório organiza-se em três partes. Na parte I, primeiramente é apresentado o Grupo Visabeira, através de uma breve evolução da história da empresa, missão, visão, valores e estratégia da empresa, os principais negócios, os setores de mercado, o Grupo nas diferentes áreas de atividade, terminando com uma análise SWOT. Na parte final, serão analisados os objetivos do estágio, as tarefas realizadas no estágio tendo em conta esses mesmos objetivos, culminando numa análise crítica.

Na parte II será apresentada a revisão da literatura e o principal normativo português a ter em atenção neste tema. Portanto, irá ser feito um enquadramento do tema da divulgação de informação obrigatória e voluntária (financeira e não financeira), explicando em que consiste o relato financeiro, o relato de informação financeira e não financeira, a divulgação de informação obrigatória *versus* voluntária, os novos modelos de relato do negócio e as teorias justificativas do relato.

Por fim, na Parte III será feito um enquadramento do tema no Grupo Visabeira, onde são abordadas as várias formas de divulgação de informação (financeira e não financeira) pela empresa, uma tarefa particular de divulgação de informação, o enquadramento dessa tarefa realizada com a teoria e a importância e a razão de existirem este tipo de tarefas de divulgação de informação.

Parte I: Apresentação do Grupo Visabeira

O Grupo Visabeira é uma *Holding* multinacional e multissetorial, do qual fazem atualmente parte mais de 10.000 colaboradores. É uma estrutura com 35 anos de atividade com génese em Viseu, que se divide hoje em cinco *subholdings*: Visabeira Global, com os setores da energia, da construção, da tecnologia e das telecomunicações; Visabeira Indústria, com os setores da cerâmica e cristalaria, cozinhas, biocombustíveis e recursos naturais; Visabeira Turismo, com a vertente da hotelaria, restauração, entretenimento, lazer e desporto; Visabeira Imobiliária; e Visabeira Participações, com as áreas da saúde, investimento e serviços. A sua sede localiza-se na Rua do Palácio do Gelo, nº 1, Palácio do Gelo Shopping, Piso 3, Viseu, com o CAE 69200 e Capital Social 115.125.630€ (à data de 31 de Dezembro de 2018). O Grupo Visabeira está presente em 16 países, incluindo França, Alemanha, Dinamarca, Itália, Bélgica, Reino Unido, Espanha, Angola e Moçambique, comercializando produtos e serviços para 94 nações.

1.1 Evolução Histórica

Decorria o ano de 1980 quando a Visabeira iniciou a sua atividade no âmbito das infraestruturas de telecomunicações, ao serviço dos Telefones de Lisboa e Porto e CTT.

Nos primeiros anos (1982-1984), houve a formação de um conjunto de empresas em diversos segmentos para proporcionar soluções cada vez mais globais: Sanebeira, Servibeira, Steelbeira, Predibeira e Beiratel.

Em 1986 foi criada em Viseu uma das maiores discotecas do país – *The Day After* – um espaço polivalente de lazer e animação emblemático a nível nacional.

No ano de 1987 surge a primeira grande construção da empresa no setor imobiliário na cidade de Viseu – a Quinta do Bosque. Também neste ano foi ainda criado o Rodízio Real, uma unidade de restauração, especializado em rodízio à brasileira, que ainda hoje é uma referência gastronómica em Viseu.

1988 foi um ano marcante na vida da Visabeira, com a criação da Famobeira (atual MOB), uma empresa de fabrico de mobiliário de cozinha; criaram também a Vibeiras, empresa dedicada à arquitetura paisagista e espaços verdes; surgiu igualmente, por outro lado, a Benetrónica, empresa relacionada com equipamentos de telecomunicações; e, por último, criaram ainda o Montebelo – empresa exclusivamente dedicada ao turismo, hotelaria e lazer.

No ano seguinte, surgiu a Granvisa (empresa dedicada à transformação de rochas ornamentais) bem como a Ródia (empresa responsável pela exploração dos espaços de restauração do Grupo). Foi ainda no ano de 1989 que a Visabeira passou a Grupo Visabeira enquanto *Holding* – sociedade gestora de participações sociais.

Foi em 1990 que se deu a internacionalização do Grupo, com a criação da Televisa Moçambique, empresa dedicada à engenharia de redes de telecomunicações e eletricidade naquele país africano. Ainda neste ano criaram a Movida, a Cerutil (fabrico de cerâmica utilitária), a Viatel

(empresa do setor das telecomunicações – engenharia de redes fixas e móveis) e a Edivisa (empresa da área da construção civil, obras públicas e paisagismo).

No ano de 1992 surgiu a Sogitel Moçambique, empresa dedicada à construção civil e obras públicas. No ano seguinte, foi criada a Visabeira Moçambique.

Em 1994 foi criada a Mercury Moçambique, empresa que atua no ramo dos equipamentos, materiais e acessórios. Ainda no decorrer desse ano surgiu não só a Turvisa Moçambique, empresa da área do turismo e animação, mas também a Imovisa Moçambique, com atuação no setor imobiliário local e gestão de património. 1994 foi também o ano da inauguração do Hotel Montebelo, na cidade de Viseu, Portugal.

No ano seguinte foi criada a Granbeira, uma empresa que permitiu ao Grupo uma expansão no setor de produção de inertes, instalação da central de areias e aumento da capacidade produtiva.

No ano de 1996 foi criada a Álamo Moçambique, empresa do ramo da indústria florestal; foi também criada a Agrovisa Moçambique, empresa dedicada à agricultura e agropecuária, bem como a TV Cabo Moçambique, empresa que atua como operador de televisão por cabo, *internet* e serviços multimédia. 1996 foi igualmente o ano da abertura do Palácio dos Desportos, um complexo de lazer com pavilhão polivalente, piscinas e ginásios. Hoje em dia, este Palácio já não existe, tendo dado lugar ao atual Palácio do Gelo em Viseu, local onde está sediado o Grupo Visabeira.

1997 foi mais um ano histórico para o Grupo, uma vez que conseguiram expandir os seus negócios até Angola, com a criação da Visabeira Angola. Logo nesse mesmo ano foi criada nesse país a Comatel, empresa do ramo da engenharia de redes de telecomunicações e infraestruturas. Por outro lado, em Moçambique foi criada a Hidoráfrica, uma empresa que se foca na exploração, tratamento de águas e ambiente. Na cidade de Viseu criou-se o Montebelo Golfe, um enorme espaço verde de lazer para os apaixonados pela modalidade.

Em 1998 foram criadas mais duas empresas em Moçambique, a Celmoque, dedicada ao fabrico de cabos e condutores elétricos e telefónicos e a Autovisa, empresa de mecânica e comercialização de viaturas. Foi também inaugurado o Rodízio Real na capital de Moçambique, Maputo.

No ano de 1999 foi inaugurado o Indy Village, um aldeamento turístico em Maputo, Moçambique. Foi neste ano que o Grupo Visabeira foi em busca dos mercados europeus, começando pela vizinha Espanha, com a criação da Telesp, uma empresa de engenharia de redes de telecomunicações e infraestruturas.

No início do séc. XXI, em 2001, o Grupo Visabeira criou as seguintes *subholding*: Visabeira Telecomunicações e Construção, para os negócios das áreas de telecomunicações e construção; Visabeira Indústria, para negócios da área da indústria; Visabeira Turismo, para negócios relacionados com animação, lazer e turismo; e, por último, a Visabeira Imobiliária, para negócios do setor imobiliário.

Em 2002, o grupo inaugurou, em Viseu, na área da restauração, o Forno da Mimi. Também neste ano inauguraram o Expocenter/Salão de festas, localizado no antigo espaço da discoteca *The Day After*. Igualmente em 2002 foi criada a TV Cabo Angola, uma empresa para atuar nesse país

como operador de televisão, *internet* e serviços multimédia. Foi ainda neste ano que o Grupo continuou a avançar pelo mercado europeu, chegando a França, onde criou a Constructel, uma empresa de engenharia de redes de telecomunicações.

No ano de 2003, na cidade de Maputo, foi inaugurado não só o Girassol Bahia Hotel, uma unidade hoteleira com vista para a baía da cidade, mas também o Restaurante Bahia. Com o objetivo de satisfazer e angariar novos clientes foi ampliado o aldeamento turístico Indy Village, com a construção de novas moradias, restaurante, piscina e jardins.

2004 foi o ano em que se ergueu o Edifício Nampula em Moçambique, funcionando como um centro de negócios e *shopping center*. Neste ano, o Grupo inaugurou mais dois novos hotéis em Moçambique: o Girassol Nampula Hotel e o Girassol Lichinga Hotel. Por outro lado, em Viseu, o Montebelo Hotels & Resorts viu a sua lotação ser aumentada para 172 quartos, passando também a contar desde esse ano com spa e centro de congressos.

Em 2005 ocorreu em Viseu mais uma abertura de uma nova unidade de restauração – a Antártida Cervejarias. Já em Moçambique, o Grupo passou a contar com a cadeia hoteleira Girassol.

No ano de 2006, a empresa TV Cabo Angola inovou e passou a ter ao seu dispor a rede digital. Com o intuito de alargar a sua oferta ao nível do turismo, o Grupo Visabeira inaugurou mais dois novos hotéis na cidade de Viseu: o Hotel Príncipe Perfeito e o Hotel Palácio dos Melos, este último situado bem no centro histórico da cidade. Por outro lado, para satisfazer os amantes do desporto, lazer e bem-estar da cidade de Viseu, foi criado nesse ano o Complexo Desportivo Príncipe Perfeito, que conta com piscinas, um parque aquático, um ginásio e campos de ténis.

2007 foi o ano da criação de mais uma empresa do Grupo em Moçambique, a Electrotec – empresa de redes e infraestruturas elétricas.

Passado um ano, foi criada a Visabeira Global – mais uma *subholding* do Grupo para negócios das áreas de telecomunicações, energia, tecnologia e construção. Por outro lado, 2008 foi o ano da inauguração do novo edifício do Palácio do Gelo. No seu interior, o Grupo criou o Forlife, um centro de desporto, bem-estar e spa, inaugurou o Rodízio do Gelo e ainda criou o Bar de Gelo de Viseu, o único bar no país onde tudo é feito de gelo.

Em 2009 foi criada a Real Life Technologies, uma empresa que faz parte da *subholding* Visabeira Global, para funcionar como integrador de tecnologias de informação e comunicação, com capacidade para atuar em todos os locais em que o Grupo Visabeira está presente. Por outro lado, o Grupo Visabeira adquiriu nesse ano tanto a empresa Bordallo Pinheiro como as empresas do Grupo Vista Alegre Atlantis. Ainda neste ano criaram a Energy Solutions – empresa dedicada às energias renováveis – e a Pinewells – unidade fabril especializada no fabrico de pellets. 2009 foi também um ano marcado pela expansão da oferta turística do Grupo, com a inauguração quer do Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa localizado na Barragem da Aguieira quer do Hotel Casa da Ínsua situado em Penalva do Castelo.

2010 foi mais um ano marcante na história do Grupo Visabeira e dos seus colaboradores com a abertura dos novos escritórios centrais com 6.500 m² no edifício do Palácio do Gelo.

Em 2011 ocorreu a abertura de um novo complexo turístico em Moçambique – o Girassol Gorongosa Lodge & Safari – com vista a aumentar e melhorar a oferta turística para os seus clientes. A TV Cabo Angola distingue-se dos seus concorrentes nesse ano com a primeira célula totalmente em fibra ótica na rede de Luanda. Por outro lado, em Moçambique, foi criada a Visaqua, uma empresa do setor de abastecimento de águas, saneamento e resíduos.

No ano de 2012 o Grupo continuou à conquista da Europa, surgindo a Constructel GmbH na Alemanha, uma empresa a atuar no ramo das telecomunicações e infraestruturas. Em Lisboa, Portugal, inauguraram o Restaurante Zambeze. Em Moçambique, abriram mais uma nova unidade hoteleira – o Girassol Songo. Por outro lado, a Vista Alegre abriu um *show room* em Nova Iorque na *Madison Avenue*.

Em 2013, o Grupo chega ao norte da Europa, mais concretamente à Suécia, com mais uma empresa da Constructel, dedicada ao setor das telecomunicações e infraestruturas. 2013 foi o ano em que, por exemplo, a empresa MOB abriu a sua primeira loja em Paris, França e a Vista Alegre Atlantis abriu a sua primeira loja em Pequim, China.

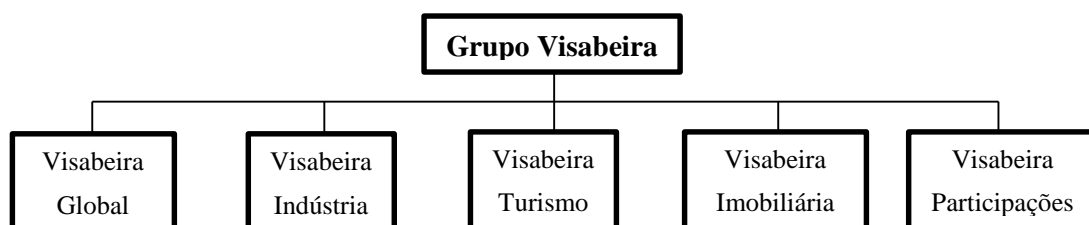
2014 ficou marcado pelo arranque da produção da unidade fabril da Riastone em Ílhavo. Por outro lado, surgiu a Vista Power Angola, em parceria com a Mota Engil, empresa para operar no setor da energia, linhas de transporte, distribuição e subestações.

No final de 2015 a Casa da Ínsua passou a integrar a rede Paradores, sob a designação Parador Casa da Ínsua.

Em 2016, o Grupo Visabeira inaugurou não só mais uma nova unidade hoteleira, desta vez em Ílhavo – o Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel – que contou com a presença do Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, mas também o Museu da Vista Alegre, ambos integrados no complexo turístico do Lugar da Vista Alegre.

No último ano, uma empresa do Grupo Visabeira, a Constructel, comprou a empresa britânica MJ Quinn, conseguindo chegar desta forma ao mercado do Reino Unido. Esta empresa executa projetos, fornece a instalação e manutenção de telecomunicações, sistemas mecânicos, de deteção e supressão de incêndios, iluminação LED, refrigeração de ar e serviços de construção.

Figura 1 – Estrutura do Grupo Visabeira



Fonte: Elaboração própria

1.2 Estratégia, Missão, Visão, Valores

Começando pelos Valores, a empresa assume que a criatividade, a inovação, a competitividade, o dinamismo e a ambição são os valores que, funcionando como elementos caracterizadores da marca Visabeira, são transversais a todos os colaboradores e às mais diversas áreas da organização, desempenhando um papel decisivo na evolução do Grupo e no seu contínuo sucesso.

No que diz respeito à Missão, a empresa assume como objetivo levar aos seus parceiros e clientes respostas cada vez mais completas e eficientes, tendo em conta as necessidades e procurando responder às expectativas de cada um. Devido à transdisciplinaridade que define o Grupo, este é capaz de produzir uma grande variedade de bens e serviços, criando inúmeras oportunidades de negócio.

O Grupo Visabeira pauta por trabalhar na criação de infraestruturas de telecomunicações de última geração, tanto em grandes centros urbanos como em zonas bastante remotas e isoladas; procura trabalhar com engenheiros, artesãos ou até artistas altamente especializados para produzir cristal e cerâmica distinguidos universalmente; oferece uma vasta variedade quer de propostas turísticas quer de restauração, não só em Portugal mas também no estrangeiro, nomeadamente em Moçambique, com o intuito de diversificar e surpreender continuamente os clientes; cria e constrói mobiliário de cozinha que se identifica com as exigências funcionais e estéticas de um público global; concebe e cria projetos imobiliários que se diferenciam pela alta qualidade e máximo conforto; presta serviços de saúde e de bem-estar. Estes são apenas alguns exemplos da capacidade inovadora, produtiva e operacional da Visabeira. A cada dia, em qualquer parte do mundo, a empresa procura ser um facilitador do dia a dia das pessoas, levando mais qualidade às suas vidas ao satisfazer as suas expectativas.

Em relação à Visão, o Grupo Visabeira por meio de um crescimento sustentado e de uma expansão de negócio, passando o foco por otimizar os recursos, cria valor e percebe atempadamente as necessidades e os anseios dos seus clientes, considerando os diferenciados mercados onde opera, procurando manter sempre o nível máximo de qualidades dos seus serviços.

A Estratégia do Grupo passa por trabalhar consistentemente de acordo com a sua missão, procurando considerar sempre o crescimento e a qualidade como os fatores-chave em tudo o que fazem. A necessidade e o objetivo de atingir um progresso constante só será possível adotando-se um modelo de otimização de competências e maximização de sinergias. Tendo sempre em conta um contínuo crescimento e a melhoria da sua oferta, a organização tem como objetivo ir ao encontro das necessidades globais dos diferentes mercados, usando serviços integrados e cada vez mais uma visão abrangente.

O grupo Visabeira e o conjunto das suas empresas têm vindo a manter ao longo dos últimos anos uma postura ativa de apoio a importantes iniciativas no âmbito da responsabilidade e sustentabilidade social.

Por outro lado, o ambiente, a qualidade e a segurança e saúde no trabalho são bastante valorizados pelo Grupo, representando um dos principais pilares da sua gestão. Na Visabeira o foco também passa pelo bem-estar dos colaboradores, proporcionando-lhes as melhores condições de trabalho em ambiente seguro e digno.

Em termos ambientais, as empresas do Grupo estão comprometidas com medidas ecologicamente sustentáveis, tendo já merecido grande parte delas a atribuição da norma internacional ISO14001, com o intuito de implementar, manter e melhorar um sistema de gestão ambiental.

No seguimento destas orientações estratégicas, o Grupo Visabeira tornou-se, no final de 2012, membro ativo do *Global Compact* da Nações Unidas, tendo, assim, assumido o compromisso de apoiar e respeitar os Dez Princípios do Pacto Global, que se relacionam com os Direitos do Trabalho, Proteção do Meio Ambiente, Direitos Humanos e Combate à Corrupção em todas as suas formas.

I.3 Principais Negócios

O Grupo Visabeira tem cinco *subholdings*, cada uma com diferentes áreas de negócios:¹

Visabeira Global:

- Telecomunicações
- Energia
- Construção
- Tecnologia

Visabeira Indústria:

- Cerâmica e cristalaria
- Cozinhas
- Biocombustíveis e energia térmica
- Recursos naturais

Visabeira Turismo:

- Hotelaria
- Restauração
- Entretenimento e lazer
- Desporto e bem-estar

Visabeira Imobiliária:

- Residencial e comércio

¹ https://grupovisabeira.com/assets/R&C_2017_FINAL_singlepage_Lock.pdf
A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

- Gestão e serviços

Visabeira Participações:

- Investimento
- Saúde
- Serviços
- *Trading*

1.4 Os setores de mercado

1.4.1 O setor das telecomunicações

Uma das principais e mais elementares funções das empresas que atuam neste setor prende-se com o facto de tentarem fornecer tudo o que os seus clientes necessitam para que estes possam comunicar à distância com outras pessoas.

Segundo um artigo de Ferreira (2004), todo o sistema das telecomunicações pode ser visto como uma força socioeconómica de grande relevo, sobretudo quando se pode contar com variadíssimos equipamentos, tais como o telefone, os satélites, a comunicação de dados, a internet ou as redes de fibra ótica. O avanço e o progresso deste setor desempenha um papel significativo numa sociedade globalizada, levando a aumentos dos índices de produção, de produtividade do trabalho, estimulando o desenvolvimento económico.

De acordo com um artigo de Hoerning (2005) publicado no Jornal de Negócios, o mercado das telecomunicações não se trata apenas de um só mercado, mas de um grande conjunto de mercados que, por um lado, podem ser distinguidos de acordo com a posição na cadeia de valor, ou seja, quer sejam serviços oferecidos num mercado grossista ou retalhista e, por outro, segundo o tipo de serviços prestados ao cliente: telefone fixo ou móvel, acesso à internet, etc.

Apesar de ter perdido um quarto das suas receitas devido à crise financeira, o mercado das telecomunicações não deixa de ser um dos mais interessantes a nível europeu no que diz respeito a novos serviços e soluções, tendo já este setor apresentado melhorias nos últimos anos, com um crescimento de cerca de 2% em 2017, de acordo com um estudo publicado pela Informa D&B.

1.4.2 O setor da energia

O setor energético representa para Portugal um pilar essencial da economia nacional, tanto do ponto de vista das empresas como do ponto de vista da pessoa singular. Devido à sua natureza, é um sistema bastante complexo que compromete e abarca várias instituições e agentes, estando em constante mudança para se moldar aos desafios universais.

Este setor energético decompõem-se em três diferentes setores: o setor elétrico, o setor do gás natural e o setor petrolífero.

Desde o início do século XXI que o setor da energia em Portugal se tem deparado com alguns desafios, devido não só à alteração do seu enquadramento interno (normativo e de

funcionamento – a liberalização dos mercados), e da diversificação das origens de energia, mas também relacionado com a internacionalização dos mercados, do aumento dos preços e dos compromissos assumidos ao nível ambiental, entre outros fatores que mudaram o mercado da energia nacional, relativamente ao sucedido nos últimos anos do século XX.

1.4.3 O setor da construção

O setor da construção tem uma grande influência na realidade económica dos mercados. Por outro lado, é um setor intimamente ligado a diversas componentes, tais como as matérias-primas, a maquinaria ou a mão-de-obra que utiliza, ou mesmo aos setores comerciais e financeiros que origina. O poder do setor da construção prende-se também com o vasto número de atividades que se desenvolvem ao seu redor. Isto pressupõe que há uma interligação dependente que não só valoriza a atividade do setor como também interroga a volatilidade dos efeitos em cadeia.

Segundo uma previsão da FEPICOP, depois de se ter verificado um crescimento estimado de 3,5% na produção do setor da construção em 2018, as estimativas apontam para uma ténue aceleração do seu ritmo de produção, prevendo-se um acréscimo de 4% na atividade do setor no presente ano. Prevê-se eu o valor total da produção possa ultrapassar os 12,5 mil milhões de euros, ficando, contudo, distante do valor de produção alcançado antes da crise que atingiu o setor da construção depois do ano de 2002.

Por outro lado, de acordo com uma notícia publicada em Junho de 2018 no Jornal Económico, uma análise efetuada pela *Euroconstruct* defende que o setor em Portugal voltou em 2017 aos níveis de crescimento exibidos em 2007, sendo que a nível europeu a perspetiva é igualmente otimista, tal como em Portugal. Esta análise prevê ainda que o segmento residencial, a nível nacional, cresça acima dos 4% até ao ano de 2020 sendo o mesmo válido para o segmento não residencial.

No seguimento do que referi anteriormente, segundo uma notícia publicada em Fevereiro deste ano no Jornal o Observador, a produção no setor da construção aumentou 0.7% na zona euro e 0.5% na UE, dados do mês de Dezembro de 2018 quando comparados com o mesmo mês de 2017. De acordo com o Eurostat, a produção média do setor aumentou 2% na UE e 1.7% na zona euro em 2018, em relação ao ano de 2017.

1.4.4 O setor da tecnologia

As Tecnologias da Informação e Comunicação podem ser percebidas como um conjunto de recursos tecnológicos integrados entre si, que possibilitam, através das funções de *software*, *hardware* e telecomunicações, a automação e comunicação das fases dos negócios, da pesquisa científica, etc.

O setor da tecnologia é transversal a todos os restantes setores, proporcionando inúmeras aplicações em cada processo, em cada fase, em cada cadeia de valor.

De acordo com dados da União Europeia, em 2015 incorporavam o mercado laboral das TIC cerca de 8 milhões de pessoas. Na sua globalidade, este setor representava 3,5% do emprego

A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

total. No que diz respeito a Portugal, a média estava nesse ano nos 2,3%, significando um total de 104 mil pessoas empregadas neste setor.

O setor tecnológico está cada vez mais forte, com reflexo nos números do emprego. Houve um claro crescimento, em média, de 3% ao ano desde 2006. Olhando para os dados do Eurostat, a média da EU revele um crescimento de 77,8%, em 2005, para 83,9% uma década depois, no sexo masculino, enquanto que decresceu na mesma proporção no que diz respeito às mulheres. A nível nacional verificou-se a mesma tendência, ainda que com percentagens diferentes.

Segundo uma notícia publicada no Diário de Notícias em Abril de 2018, é o setor da tecnologia que lidera as tentativas de recrutamento num Portugal cada vez mais tecnológico. Verifica-se já um défice entre a oferta e a procura neste setor, com a falta de mão-de-obra, levando as empresas a oferecer salários mais elevados. O setor tecnológico está muito dinâmico, com necessidade de contratar para diferenciadas funções e a tendência é para perdurar nos próximos anos. De facto, o emprego do futuro denomina-se tecnologias da informação.

1.4.5 O setor da cerâmica e cristalaria

De acordo com o referido na revista Portugalglobal de Maio de 2017, a indústria da cerâmica e cristalaria, no que a Portugal diz respeito, caracteriza-se pela tradição, antiguidade e fabrico artesanal. Ainda assim, com os avanços tecnológicos e o desenvolvimento das funcionalidades da cerâmica e da cristalaria tornou-se possível perceber um potencial de aplicabilidade noutros setores de atividade industrial.

O setor da cerâmica e cristalaria apresenta invariavelmente produtos de alta qualidade, aproveitando uma crescente aposta no *design* e na inovação.

Orientado fortemente para a internacionalização, este setor, em Portugal, tem vindo a aumentar consideravelmente as suas exportações ao longo dos últimos anos. O ano de 2016 foi sem dúvida histórico para o setor, com o valor das exportações da cristalaria a atingir os 81,5 milhões de euros, e o valor das exportações da cerâmica a alcançar os 701 milhões de euros. De facto, mais de metade do que é produzido na indústria da cerâmica e cristalaria destina-se aos mercados externos.

1.4.6 O setor das cozinhas

Tendo em conta o que é dito na revista Portugalglobal de Abril de 2018, as empresas do setor das cozinhas, em Portugal, focam-se na inovação para criar a cozinha perfeita, utilizando matérias e produtos únicos e diferenciados que exportam para vários mercados. Desde os acessórios de cozinha, à pedra e mármore, à louça metálica, à cerâmica ou mesmo ao mobiliário e aos eletrodomésticos, a nível nacional existe uma ampla oferta para construir uma cozinha à imagem de cada um, num espaço personalizado que é cada vez mais requisitado pelo consumidor final.

Verifica-se uma tendência crescente para as empresas deste setor que passa pela criação de uma cozinha à medida de cada um, onde o *design*, a inovação e a qualidade imperam num setor tendencialmente exportador.

1.4.7 O setor dos biocombustíveis e energia térmica

Os biocombustíveis contribuem, em termos de política energética, para a segurança energética, diversificação do aprovisionamento energético, diminuição das emissões de gases com efeito de estufa e redução da dependência do exterior relativamente aos mercados de combustíveis fósseis (em particular, petróleo e gás). Por outro lado, têm também como meta a criação de novos mercados e fontes de rendimento para os produtos agroflorestais.

De acordo com uma notícia do Diário de Notícias de Novembro do ano passado, as empresas do setor dos biocombustíveis, sob a voz do Presidente da APPB, alertaram o Governo para o risco de falência das mesmas. As empresas que produzem biocombustíveis esperavam que a meta de incorporação subisse para 10% no presente ano, tal como está previsto na lei. Contudo, em vez disso, a proposta do Orçamento do Estado para 2019 ditou uma diminuição da taxa de 7,5% para 7%. Apesar deste recuo, o Governo assegurou que que essa redução não prejudica o cumprimento das metas e objetivos a que Portugal se vinculou em termos de incorporação de combustíveis verdes até 2020. Na verdade, esta proposta do Governo não se compreende tendo em conta as metas assumidas por Portugal perante Bruxelas: “Portugal deveria ter chegado aos 9% de incorporação de biocombustíveis já em 2017 e 2018, prevendo-se um salto para a meta seguinte de 10% em 2019 e 2020”. De salientar, por outro lado, que as preocupações levantadas pelas empresas do setor e pelo responsável da APPB são reais, tendo já havido sinais de que uma das empresas (a Biovegetal) tenha parado a sua atividade.

1.4.8 O setor dos recursos naturais

Os recursos naturais são elementos que existem na natureza e que estão disponíveis para o ser humano. São essenciais para a sua sobrevivência, conforto e desenvolvimento de inúmeras atividades. Exemplos deles são os vegetais, os ventos, a água, a energia solar, o solo, as florestas, os minérios, etc.

O setor da energia e recursos naturais depara-se, desde os últimos anos, com novos e estimulantes desafios, catalisados pelo aumento da procura de formas mais limpas de energia, exigências regulatórias, inovações tecnológicas, e necessidades dos consumidores.

Por outro lado, este setor ocupa uma posição cada vez mais fulcral para a economia mundial. O crescimento da procura, os efeitos da globalização, a flutuação de preços e as inerentes questões ambientais potenciam a criação de uma atmosfera sem precedentes, com desafios e mudanças para todos os que operam e interagem neste setor dos recursos naturais.

1.4.9 O setor do turismo

De acordo com dados divulgados pelo INE e Banco de Portugal em 2017, o Turismo de Portugal refere que o setor do turismo é a maior atividade económica exportadora do país, sendo A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

responsável por cerca de 50% das exportações de serviços e 18% das exportações totais, contribuindo as receitas turísticas para cerca de 7,8% do PIB nacional.

Avança ainda o Turismo de Portugal dizendo que o turismo no nosso país tem atingido números recorde, destacando-se: a expansão da atividade turística a meses pouco tradicionais, com dois terços do crescimento a incidir na “época baixa”; o aumento do emprego no setor do turismo, tendo um peso de 7% na economia portuguesa; todas as regiões do país com um crescimento acentuado, em 2017, sobretudo os Açores, o Centro e o Alentejo; o ritmo do aumento das receitas turísticas e dos lucros em hotelaria mais acelerado do que o crescimento do número de hóspedes; a diversificação de mercados, desde o americano, passando pelo polaco ao brasileiro; o reconhecimento internacional com a angariação de inúmeros prémios a nível internacional. Assim, todos estes resultados são elucidativos da capacidade de o turismo gerar mais receita, mais emprego e expandir a atividade durante todo o ano e ao longo do vasto território nacional.

Segundo uma notícia do Observador de Janeiro deste ano, 2018 foi o ano em que mais empresas foram criadas, sendo que o setor do turismo foi o que mais contribuiu para isso. De acordo com os dados e as conclusões retiradas do barómetro anual da Informa D&B, foi o ano de 2018 o ano recorde na constituição de novas empresas, destacando-se para tal um setor: as atividades ligadas ao turismo – incluindo transportes, atividades imobiliárias, alojamento e restauração. De facto, o setor do turismo representou cerca de 40% de todas as novas empresas criadas no ano passado em Portugal.

Contudo, e apesar de se esperar um ano de 2019 igualmente bom para o setor do turismo em Portugal ainda que sem um aumento de procura significativo, os hoteleiros nacionais perspetivam que neste ano o turismo caminhe para uma certa estabilização, contribuindo para isso o *Brexit*, a recuperação de destinos mediterrânicos e o esgotamento do aeroporto de Lisboa.

A nível mundial, o setor do turismo está no topo dos que têm maior crescimento. Verifica-se um número crescente de destinos a investir no setor, o que faz com que o turismo seja a principal alavanca de crescimento social e económico em cada vez mais regiões, criando empresas, empregos, infraestruturas e receitas. A expansão do turismo não abranda desde as últimas décadas, sendo o setor o que regista maior crescimento em todo o planeta, estimando-se que seja o terceiro maior empregador do mundo.

1.4.10 O setor imobiliário

Em termos genéricos, o setor imobiliário pode ser entendido como o setor da economia onde são negociados os chamados bens imóveis. O mercado imobiliário é composto por diversos agentes, tais como imobiliárias, proprietários, empreiteiros e empresas, desde as de construção civil às prestadoras de serviços. Por outro lado, este setor é tendencialmente visto como o impulsionador do desenvolvimento do espaço urbano das cidades, possibilitando maior qualidade de vida para a sociedade.

De acordo com uma notícia do Jornal Público de Janeiro de 2019, o mercado imobiliário comercial no nosso país ultrapassou recordes, tendo-se registado um investimento de 3,3 mil

milhões de euros, segundo dados da consultora JLL Portugal. Esta consultora realça o facto do investimento no setor imobiliário esperado para 2018 ter praticamente igualado a totalidade do valor acumulado investido entre 2008 e 2014. As preferências dos investidores, dos quais 94% são internacionais, passam pelo retalho, com 45% do capital transacionado no ano passado, e os escritórios, com 24%. No segmento da habitação, a consultora recorre aos dados disponibilizados pelo INE sobre vendas de habitação, nos primeiros três trimestres de 2018, cerca de 19% superiores a 2017. Defende a JLL Portugal que a oferta apresenta atualmente maior dinamismo e diversificação, o que levará à correção dos preços em 2019, com tendência para suavizar a sua subida. Explica ainda Pedro Lancastre, o diretor geral da consultora JLL Portugal, que há hoje em dia um "mercado imobiliário mais equilibrado, com maior diversidade e escala, onde existem e persistem mais fontes de procura, mais origens de investidores, mais perfis de promotores, num cenário económico favorável e num contexto onde há uma maior abrangência geográfica com emergência de destinos de investimento muito promissores, como é o caso do Porto".

Por outro lado, o diretor geral da consultora imobiliária CBRE Portugal, Francisco Horta e Costa, prevê que 2019 se torne no segundo melhor ano de sempre para o imobiliário comercial, com investimentos a ultrapassarem os 2.500 milhões de euros. Deverá ser um ano marcado pelo aumento de preços, diversificação de usos e diminuição de oferta.

1.5 O Grupo Visabeira nas diferentes áreas de atividade

Dividindo o Grupo Visabeira nas suas cinco *subholdings* (Tabela 1), é inquestionavelmente a Visabeira Global que tem a maior percentagem (cerca de 70%) do volume de negócios. Depois surge a Visabeira Indústria como a segunda principal geradora de receitas para o Grupo, com aproximadamente 20% do volume de negócios. A restante percentagem divide-se pela Visabeira Turismo, Imobiliária e Participações.

Tabela 1 - Separação do Volume de Negócios por subholding

Grupo Visabeira			
<i>Subholding</i>	Volume de Negócio 2017		Volume de Negócio 2018
	%	Valor	Valor
Global	70,6%	451.000.000€	542.853.575€
Indústria	19,9%	127.000.000€	140.632.261€
Turismo	5,5%	34.900.000€	60.524.437€
Imobiliária	1,4%	8.800.000€	
Participações	2,6%	16.700.000€	
Total	100%	638.400.000€	744.010.273€

Fonte: Relatório e Contas 2017 e 2018

Por outro lado, também podemos olhar para o volume de negócios através de uma perspetiva geográfica, como apresentado na Tabela 2.

Tabela 2 - Separação do Volume de Negócios por região

Grupo Visabeira			
Região	Volume de Negócio 2017		Volume de Negócio 2018
	%	Valor	Valor
Portugal	36,3%	232.000.000€	240.000.000€
Europa	41,7%	266.000.000€	391.000.000€
África	20,2%	129.000.000€	102.000.000€
América	1,2%	7.900.000€	10.500.000€
Ásia	0,5%	3.500.000€	2.100.000€
Total	100%	638.400.000€	745.600.000€

Fonte: Relatório e Contas 2017 e 2018

Fazendo uma análise breve à Tabela 2, é no mercado europeu que o Grupo Visabeira tem a maior percentagem do seu volume de negócios. No último ano, o volume de negócios na Europa cresceu consideravelmente, com um aumento superior a 100.000.000 de euros. O volume de negócios em Portugal constitui a segunda maior fatia de receita para a empresa, tendo-se verificado um ligeiro aumento do ano de 2017 para o ano de 2018. O continente africano, em 2017, não representava nem um quarto do volume de negócios do Grupo, sendo que em 2018 o valor do volume de negócios dessa região do globo reduziu cerca de 25.000.000 de euros. Por fim, o volume de negócios na América teve um ligeiro crescimento em 2018 enquanto que, no que diz respeito à Ásia, houve uma ligeira diminuição do volume de negócios, quando comparado com o ano de 2017.

1.5.1 Análise Económica e Financeira da Visabeira Global

Tabela 3 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Global

Indicadores Consolidados (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Volume de negócios						
• <i>Telecomunicações</i>	310	358	374	345	360	439
• <i>Energia</i>	39.8	49.2	55.6	46.4	64.4	64.1
• <i>Construção</i>	27	30.4	41	22	12.8	23.6
• <i>Tecnologia</i>	17.5	17.3	20.1	16.4	13.2	16.4
EBITDA						
• <i>Telecomunicações</i>	37.7	48.6	53.3	52.5	67.3	71
• <i>Energia</i>	3.1	1.6	1.8	1.1	4.6	4.4
• <i>Construção</i>	8.4	9.3	7.9	12.3	5	10.7

• <i>Tecnologia</i>	1.1	1.8	2.1	1.6	1	1.5
Resultado Operacional	38.4	42.2 *	43.6 *	52.7 *	54.3 *	55.2*
Resultado Líquido	16.8	23.5	18.4	25.9	20.4	16.5
Dívida	71.7	127.1	107.9	80.7	149.9	227
Inventários	52.1	59.6	40.5	36.2	31.1	35.5
Ativos Fixos (Incluindo goodwill)	199	236	217	142	276	282

* Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Em relação ao volume de negócios da Visabeira Global (Tabela 3), é a área das telecomunicações que tem um maior valor, tendo atingido em 2018 os 439.000.000 de euros. O setor da energia tem vindo a aumentar o seu volume de negócios desde 2013, com exceção para o ano de 2016. A área da construção e da tecnologia tiveram o seu pico de volume de negócios no ano de 2015, tendo-se verificado nos dois anos seguintes uma diminuição, sendo que no ano de 2018 inverteu essa tendência. O EBITDA do setor das telecomunicações tem vindo sempre a crescer desde 2013. O EBITDA do setor da energia, depois de três anos consecutivos com valores relativamente baixos, cresceu nos últimos dois anos. Em relação à área da construção, o EBITDA tem oscilado ao longo dos últimos anos, enquanto que o EBITDA do setor da tecnologia tem mantido valores relativamente constantes. O resultado operacional da Visabeira Global tem vindo a aumentar desde 2013. Já o resultado líquido, depois de atingir o seu maior valor em 2016, diminuiu nos dois anos seguintes. No que respeita à dívida, atingiu o valor mais alto em 2018 (227.000.000€). Em relação aos inventários, verificou-se uma diminuição do seu valor desde 2014 até 2017, tendo existido um ligeiro aumento em 2018. Os ativos fixos alcançaram o seu maior valor em 2018.

Tabela 4 – Volume de Negócios por região - Visabeira Global

Volume de Negócios por região (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Volume de negócios						
• <i>Portugal</i>	208	224	231	180.5	139	146
• <i>Europa</i>	73.5	94	104	157.8	207.5	318
• <i>África</i>	112	136	155	91.9	104.3	78.9
• <i>América</i>	0.2	0.2	-	-	-	-

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

De acordo com a Tabela 4, foi na Europa que se verificou no ano de 2018 a maior fatia do volume de negócios da Visabeira Global (desde 2013 que o volume de negócios no continente europeu tem vindo a aumentar consideravelmente). Tanto em Portugal como na África, o volume de negócios da Visabeira Global atingiu o seu pico em 2015. No continente africano, a tendência nos anos seguintes foi de diminuição do valor do volume de negócios. O mesmo aconteceu em

Portugal, com exceção para o ano de 2018, onde já se verificou um ligeiro aumento, em comparação com o ano anterior.

1.5.2 Análise Económica e Financeira da Visabeira Indústria

Tabela 5 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Indústria

Indicadores Consolidados (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Volume de negócios						
• Cerâmica e Cristalaria						106
○ Vista Alegre Atlantis	54.2	65.2	71.8	75.4	85	-
○ Bordallo Pinheiro	3.4	3.5	4.4	5.0	6.1	-
○ Cerutil	7.0	6.0	5.2	5.3	7.3	-
• Biocombustíveis e energia térmica						29.2
○ Ambitermo	16.5	17.4	17.3	10	10.5	-
○ Pinewells	16.8	17.1	13.1	7.5	12.3	-
• Cozinhas						-
○ Mob	4.7	5.0	5.8	6.5	6.4	-
EBITDA						
• Cerâmica e Cristalaria						20.5
○ Vista Alegre Atlantis	1.6	2.3	6.8	9.5	13.6	-
○ Bordallo Pinheiro	0.54	0.6	0.946	1.1	1.4	-
○ Cerutil	0.83	0.76	0.929	0.9	1.2	-
• Biocombustíveis e energia térmica						3.8
○ Ambitermo	2.1	1.7	0.7	0.8	1.4	-
○ Pinewells	2.4	1.7	1.7	-	-	-
• Cozinhas						-
○ Mob	-	-	-	-	-	-
Resultado Operacional	1.4	2.5 *	4.1	6.4 *	13 *	19.6*
Resultado Líquido	- 6.8	- 0.1	- 3.5	0.0	2.1	6.9
Dívida	68.7	75.1	71.1	66.2	62.5	66.2
Inventários	38.9	41.5	44.7	43.6	42.6	41.4
Ativos Fixos (Incluindo goodwill)	197	202	205.8	205	206	234

* Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

No que diz respeito à Visabeira Indústria (Tabela 5), é o ramo da cerâmica e da cristalaria que representa o maior volume de negócios, tendo atingido em 2018 cerca de 106.000.000 de euros. A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

Neste ramo de mercado, é a Vista Alegre Atlantis quem mais contribui para esse valor, tendo vindo a aumentar o seu volume de negócios desde 2013. Também a Bordallo Pinheiro, desde 2013 que tem vindo a aumentar o seu volume de negócios. O setor dos biocombustíveis e da energia térmica atingiu em 2018 cerca de 29.000.000 de euros, enquanto que o setor das cozinhas apresentou uma tendência de crescimento desde 2013. Em relação ao EBITDA, foi de cerca de 20.000.000 de euros no setor da cerâmica e cristalaria no ano de 2018. A área dos biocombustíveis atingiu cerca de 4.000.000 de euros de EBITDA em 2018. Tanto o resultado operacional como o resultado líquido da Visabeira Indústria têm vindo a crescer substancialmente desde 2013. A dívida, à semelhança dos inventários, tem-se mantido relativamente estável nos últimos anos. O valor dos ativos fixos tem vindo a crescer desde 2013, tendo alcançado em 2018 o seu valor mais alto (234.000.000€).

Tabela 6 – Volume de Negócios por região - Visabeira Indústria

Volume de Negócios por região (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Volume de negócios						
• Portugal	57.4	71.3	67.7	54.7	48.2	48
• Europa	33.5	33.2	41.7	42.9	58.7	73
• África	6.7	7.2	7.7	6.0	8.8	7
• América	8.5	7.6	8.0	9.2	11.4 *	10.5
• Ásia	2.1	1.1	-	-	11.4 *	2.1

* Valor do volume de negócios conjunto de América e Ásia

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

De acordo com a Tabela 6, foi na Europa que se verificou no ano de 2018 o maior valor do volume de negócios da Visabeira Indústria (desde 2013 que o volume de negócios no continente europeu tem vindo a aumentar ao longo dos anos). Em sentido contrário, em Portugal o volume de negócios da Visabeira Indústria tem vindo a decrescer ao longo dos últimos anos. No continente africano, tem-se verificado relativa estabilidade do valor do volume de negócios. Relativamente à América, a tendência tem sido de um ligeiro crescimento do valor do volume de negócios nos últimos anos.

1.5.3 Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo

Tabela 7 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo

Indicadores Consolidados (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018***
Volume de negócios						
• Hotelaria - Portugal						
○ Montebelo	9.6	9.8	14.0	15.2	17.8	
• Hotelaria - Moçambique						

○ <i>Turvisa</i>	12.0	11.7	10.5	6.6	7.0
• <i>Restauração</i>					
○ <i>Ródia</i>	2.5	2.8	-	-	-
○ <i>Zambeze</i>	-	-	1.2	1.2	1.3
• <i>Shopping</i>					
○ <i>Movida</i>	13.7	13.8	14.1	15.4	16.5
EBITDA					
• <i>Hotelaria - Portugal</i>					
○ <i>Montebelo</i>	1.7	-	1.2	3.4	3.7
• <i>Hotelaria - Moçambique</i>					
○ <i>Turvisa</i>	3.5	3.4	4.4	1.3	1.6
• <i>Restauração</i>					
○ <i>Ródia</i>	-	-	-	-	-
○ <i>Zambeze</i>	-	-	56.3 **	57.0 **	59.9 **
• <i>Shopping</i>					
○ <i>Movida</i>	8.0	7.7	8.0	8.7	10.0
Resultado Operacional	8.6	5.4 *	8.7	12.2 *	11.5 *
Resultado Líquido	5.6	19.0	0.9	6.9	4.3
Dívida	36.2	33.7	36.3	67.7	133.9
Inventários	1.5	0.4	1.6	1.8	2.2
Ativos Fixos (Incluindo goodwill)	126	112	142	124	124

*Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

**Valor em milhares de euros

***Ver tabela 13

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Em relação à Visabeira Turismo (Tabela 7), o valor do volume de negócios da hotelaria em Portugal e do *shopping* tem vindo a crescer desde 2013. Já a hotelaria em Moçambique tem apresentado uma ligeira diminuição do seu volume de negócios nos últimos tempos (o valor mais elevado foi atingido em 2013). No que diz respeito ao EBITDA, verifica-se a tendência de ligeiro crescimento ao longo dos últimos anos do seu valor para a hotelaria em Portugal (Montebelo) e para o *shopping* (Movida). O resultado operacional da Visabeira Turismo tem variado, apresentando alguma estabilidade em 2016 e 2017. O resultado líquido teve o seu valor mais elevado em 2014, tendo-se verificado no ano seguinte uma queda abrupta. A dívida atingiu em 2017 um valor bastante elevado, confirmando a tendência de crescimento dos anos anteriores. Por fim, tanto os inventários como os ativos fixos têm gozado de relativa estabilidade dos seus valores.

Tabela 8 – Volume de Negócios por região - Visabeira Turismo**Volume de Negócios por região (valores em milhões de euros)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Volume de negócios						
• Portugal	21.0	21.5	27.5	27.0	28.4	
• África	11.6	10.4	9.7	6.4	6.5	

*Ver tabela 14

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Tendo em conta a Tabela 8, é em Portugal que a Visabeira Turismo tem o seu volume de negócios mais elevado, verificando-se uma tendência de crescimento de ano para ano. Em sentido inverso, o volume de negócios em África tem vindo a decrescer desde 2013.

1.5.4 Análise Económica e Financeira da Visabeira Imobiliária**Tabela 9 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Imobiliária****Indicadores Consolidados (valores em milhões de euros)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018**
Volume de negócios						
• Visabeira Imobiliária	-	-	-	4.3	7.5	
• Imovisa	4.3	4.3	4.4	2.5	2.6	
EBITDA						
• Visabeira Imobiliária	-	-	-	0.6	0.7	
• Imovisa	0.329	0.319	0.97	0.695	0.705	
Resultado Operacional	5.3	2.8 *	1.2	1.8 *	0.9 *	
Resultado Líquido	0.7	28.2	- 1.2	0.0	- 1.6	
Dívida	22.3	17.6	9.9	6.8	8.2	
Inventários	86.0	67.6	57.0	53.8	47.5	
Ativos Fixos (Incluindo goodwill)	4.1	2.8	6.5	16.0	16.0	

*Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

**Ver tabela 13

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Em relação à Visabeira Imobiliária (Tabela 9), o volume de negócios da Imovisa manteve-se constante em 2016 e 2017, enquanto que o volume de negócios da Visabeira Imobiliária teve um ligeiro aumento nesses dois anos. No que toca ao EBITDA, o valor em 2016 e 2017 tem-se mantido estável, tanto para a Imovisa como para a Visabeira Imobiliária. O resultado operacional da Visabeira Imobiliária apresentou o seu valor mais baixo em 2017. O resultado líquido atingiu um valor negativo em 2017, à imagem do que já tinha acontecido em 2015. A dívida tem um valor consideravelmente mais baixo em 2017, se compararmos com os valores de 2013 e 2014. A

tendência dos inventários ao longo dos últimos anos tem sido de diminuição do seu valor. Em sentido oposto, o valor dos ativos fixos tem crescido desde 2014.

Tabela 10 – Volume de Negócios por região - Visabeira Imobiliária
Volume de Negócios por região (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Volume de negócios						
• Portugal	7.1	1.0	1.8	4.2	7.1	
• África	3.6	3.2	3.8	1.7	1.7	

*Ver tabela 14

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Depois de uma queda abrupta em 2014 do volume de negócios da Visabeira Imobiliária em Portugal, verificou-se nos anos seguintes uma tendência de crescimento, tendo-se atingido em 2017 o mesmo valor do volume de negócios que se tinha verificado em 2013 (Tabela 10). Em relação a África, em 2016 e 2017 verificam-se valores mais baixos do volume de negócios quando comparado com anos anteriores.

1.5.5 Análise Económica e Financeira da Visabeira Participações

Na Tabela 11 apresentam-se alguns indicadores consolidados relativos a uma análise económica e financeira da Visabeira Participações.

Tabela 11 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Participações
Indicadores Consolidados (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018**
Volume de negócios	17.8	20.5	23.5	18.8	16.7	
EBITDA	7.1	14.8	13.5	9.2	6.0	
Resultado Operacional	10.1	13.2 *	12.4	6.9 *	4.0 *	
Resultado Líquido	- 11.0	- 55.4	5.8	- 4.5	24.9	
Dívida	465	471	523	521	303	
Inventários	5.6	9.8	6.3	3.4	4.2	
Ativos Fixos (Incluindo goodwill)	28.8	42.5	63.1	50.6	55.0	

*Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

**Ver tabela 13

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Em relação à Visabeira Participações (Tabela 11), o seu volume de negócios tem vindo a diminuir desde 2015 (ano em que atingiu o seu valor mais alto), atingindo em 2017 o seu valor mais baixo. O valor do EBITDA tem vindo a decrescer de forma acentuada desde 2014, verificando-se a mesma tendência para o resultado operacional. O resultado líquido apresentou o

seu melhor valor em 2017, depois de alguns anos anteriores com valores negativos. A dívida, depois de atingir o seu valor mais alto em 2015, tem vindo a diminuir, atingindo o seu valor mais baixo em 2017. O valor dos inventários tem diminuído desde 2014, tendo havido um ligeiro aumento em 2017 face ao ano anterior. Relativamente aos ativos fixos, o seu valor tem-se mantido mais ou menos constante desde 2015.

Tabela 12 – Volume de Negócios por região - Visabeira Participações
Volume de Negócios por região (valores em milhões de euros)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Volume de negócios						
• Portugal	0.3	0.6	5.1	10.7	9.4	
• África	17.4	19.8	18.4	8.1	7.3	

*Ver tabela 14

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

O volume de negócios da Visabeira Participações em Portugal tem vindo a aumentar consideravelmente desde 2013, tendo estabilizado na casa dos 10.000.000 de euros em 2016 e 2017 (Tabela 12). Em relação a África, o volume de negócios nessa região tem vindo a diminuir desde 2014, atingindo o seu valor mais baixo em 2017.

1.5.5 Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços (ano de 2018)

Tabela 13 - Análise Económica e Financeira da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços

Indicadores consolidados (valores em milhões de euros)

	2017	2018
Volume de Negócios		
• Visabeira Turismo	34.9	37.3
• Visabeira Imobiliária	8.8	12
• Visabeira Serviços	17.4	11.9
EBITDA		
• Visabeira Turismo	15.9	15.3
• Visabeira Imobiliária	1.4	1.9
• Visabeira Serviços	4.2	9.4
Volume de negócios	60.5	60.5
EBITDA	21.5	26.6
Resultado Operacional*	14.1	23.2
Resultado Líquido	24.5	36.2
Dívida	133	162

<i>Inventários</i>	33.5	53.8
<i>Ativos Fixos (Incluindo goodwill e prop. de investimento)</i>	507	598

*Resultado operacional excluindo o efeito das variações do justo valor das propriedades de investimento, das provisões e perdas por imparidade.

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

Olhando para uma análise económica e financeira conjunta da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços para o ano de 2018 (Tabela 13) verificamos que o volume de negócios cresceu de 2017 para 2018, com exceção para a Visabeira Serviços que diminuiu. Relativamente ao valor do EBITDA, manteve-se relativamente constante em 2017 e 2018 no que toca à Visabeira Turismo, tendo aumentado para a Imobiliária e para os Serviços em 2018 (neste último verificou-se um aumento mais significativo). O volume de negócios da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços manteve-se inalterado de 2017 para 2018 (cerca de 60.000.000€). Todas as restantes rubricas, desde o EBITDA, passando pela dívida, aos ativos fixos viram os seus valores aumentar de 2017 para 2018.

Tabela 14 – Volume de Negócios por região - Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços

**Volume de Negócios por região
(valores em milhões de euros)**

	2018
<i>Volume de negócios</i>	
• <i>Portugal</i>	44.4
• <i>África</i>	16

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

De acordo com a Tabela 14, o volume de negócios da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços em 2018 teve um valor muito mais significativo em Portugal, a atingir perto de 45.000.000 de euros. África assume a outra fatia do volume de negócios da Visabeira Turismo, Imobiliária e Serviços (à volta de 15.000.000€).

Concluindo, apresento na Tabela 15 alguns rácios económico-financeiros que demonstram um bom desempenho do Grupo Visabeira ao longo dos anos:

Tabela 15 - Rácios Económico-Financeiros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Autonomia Financeira (%)</i>	21.6%	20.3%	20.7%	21.2%	23.7%	22.6%
<i>Solvabilidade (%)</i>	27.5%	25.5%	26.2%	26.9%	31.0%	29.2%
<i>Liquidez Geral</i>	0.91	1.04	0.89	0.83	0.84	0.83
<i>Liquidez Imediata</i>	0.06	0.08	0.08	0.08	0.09	0.08

Fonte: Elaboração Própria, com base nos relatórios de gestão

I.6 Análise SWOT

Após ser efetuada uma análise do meio envolvente, para determinar as oportunidades e ameaças, e uma análise da empresa, para averiguar quais os seus pontos fortes e fracos, a análise SWOT surge para apresentar de forma conjunta e integrada o resultado do processo de análise estratégica, avaliando o ambiente competitivo da empresa através de quatro dimensões: *Strengths* (pontos fortes/forças), *Weaknesses* (pontos fracos/fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças).

Desta visão integrada das forças e fraquezas da empresa com as oportunidades e ameaças provenientes do meio envolvente, devem ser geradas medidas estratégicas que possibilitem à empresa aproveitar as oportunidades, diminuir o impacto das ameaças e, se possível, eliminá-las ou transformá-las em oportunidades, e ainda reforçar as suas forças e diminuir as suas fraquezas.

Apresenta-se na Tabela 16 a análise/matriz SWOT do Grupo Visabeira.

Tabela 16 – Análise SWOT

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">• Equipas formadas por pessoas altamente qualificadas, competentes, eficientes e eficazes• Internacionalização• Atuação em diversos setores de mercado• Boas relações com clientes e fornecedores• Enorme diversidade e qualidade de produtos e serviços• Boa reputação	<ul style="list-style-type: none">• Alguma desmotivação dos colaboradores• Insuficiente/escasso esforço publicitário
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">• Crescimento do setor do turismo e da construção• Maior quantidade e qualidade de publicidade relativa à empresa• Facilidade de aceder a novos mercados exteriores• Alianças estratégicas	<ul style="list-style-type: none">• Necessidade de adaptação às mudanças repentinas das necessidades e gostos dos clientes• Possível aumento de preços pelos fornecedores• Empresa concorrente apresenta um serviço/produto inovador ou um novo preço

Fonte: Elaboração Própria

Analisando o ambiente interno aparece como vantagem interna da empresa, isto é, como ponto forte, a existência de equipas de trabalho formadas por colaboradores extremamente competentes, eficientes e qualificados. Outra vantagem interna é o facto de a empresa apresentar uma enorme diversidade de negócios, atuando em diferentes setores de mercado, oferecendo produtos e serviços sofisticados e diferenciados. A tudo isto, ainda se acrescentam como forças internas da empresa as boas relações que mantém com clientes e fornecedores, a sua excelente reputação e a internacionalização alcançada na última década do século XX, estando atualmente presente em cerca de 17 países, comercializando produtos e serviços para mais de 70 nações.

Olhando para as desvantagens internas da empresa, elas não são muito fáceis de encontrar no seio da organização. Ainda assim, um dos pontos fracos do Grupo Visabeira está relacionado, no meu entender, com alguma desmotivação por parte dos colaboradores no trabalho diário que executam. Por outro lado, penso que é igualmente uma fraqueza interna os reduzidos esforços no que respeita à publicidade da empresa.

Na análise ao ambiente externo, os aspetos positivos que poderão fazer a empresa evoluir, ou as oportunidades da empresa, passam pela possibilidade do Grupo poder realizar alianças estratégicas com outras organizações, ou investir na publicidade/marketing sobre a empresa ou, ainda, continuar a sua expansão geográfica, acedendo a novos mercados externos. Por outro lado, representa igualmente uma oportunidade para a empresa o crescimento, sobretudo, do setor do turismo e também da construção, que se tem verificado nos últimos anos.

Relativamente às ameaças existentes no meio envolvente à empresa, pode existir a necessidade/dificuldade da empresa ter de se adaptar a alterações inesperadas ou repentinas das necessidades ou gostos dos clientes. Além disso, pode-se verificar o aumento dos preços praticados pelos fornecedores. Por outro lado, a empresa incorre sempre no risco de uma concorrente sua apresentar um produto ou serviço inovador ou um novo preço.

Em suma, desta análise SWOT, conclui-se que o Grupo Visabeira tem inúmeras possibilidades de continuar a triunfar no futuro, tanto a nível nacional como internacional, tendo ao seu dispor um conjunto de pontos fortes e oportunidades que se sobrepõem em larga medida às suas fraquezas e ameaças.

2. O Estágio Curricular

O estágio curricular decorreu na área financeira, no departamento da contabilidade, da Visabeira – Pro - Estudos e Investimentos, S.A., entre 4 de Setembro de 2018 e 18 de Janeiro de 2019, tendo sido realizadas a maioria das atividades inicialmente propostas pela empresa.

2.1 Objetivos do Estágio

Um dos principais objetivos do Estágio Curricular foi o de proporcionar uma experiência profissional que mostrasse uma ligação da teoria e da prática e ainda como a informação contabilística e financeira pode ser usada no desempenho das empresas.

Os objetivos do Estágio Curricular inicialmente previstos e propostos pela empresa passavam por compreender o funcionamento da direção da Contabilidade, bem como conhecer as aplicações informáticas associadas e indispensáveis à área da Contabilidade e, ainda, conhecer os procedimentos administrativos relacionados com os circuitos contabilísticos.

Concretizando um pouco mais, foi-me proposto que integrasse uma equipa da Contabilidade Internacional, relacionada com as empresas do Grupo presentes em África, com especial enfoque com as empresas de Moçambique. Além disso, foi-me transmitido que poderia ter que ajudar, se necessário, noutras tarefas relacionadas com a Contabilidade a nível nacional ou europeu.

2.2 Descrição das atividades desenvolvidas

Inicialmente houve uma fase de integração no departamento de contabilidade, onde compreendi os métodos de organização utilizados bem como algumas das principais plataformas ou programas utilizados diariamente indispensáveis à correta realização das tarefas contabilísticas, nomeadamente o sistema SAP.

De seguida apresento as tarefas realizadas com maior pormenor:

- **Análise de contas correntes**

A análise de contas correntes no sistema SAP foi uma tarefa realizada inúmeras vezes. Na verdade, ver, analisar e perceber os valores que constam nos diferentes tipos de conta corrente, desde clientes a fornecedores por exemplo, torna-se essencial para a realização de outras tarefas complementares. Por exemplo, a Autoridade Tributária de Moçambique solicitou que lhe fossem enviadas determinadas contas correntes, nomeadamente das contas de gastos e rendimentos, da empresa Combustíveis do Songo, relativas aos anos de 2013 a 2017. Ora, neste caso foi necessário entrar em SAP para analisar, primeiro, as contas correntes pedidas pela AT para depois poder tirar o extrato de cada conta para cada ano relativo à empresa em causa. Por outro lado, e dando outro

exemplo, foi-me pedido para que semanalmente analisasse a conta corrente relativa a adiantamentos de clientes diversos da empresa Turvisa, uma conta de natureza credora, para proceder à sua compensação (os montantes a débito anulam-se com os montantes a crédito), recorrendo para isso à transação *Compensar Clientes* no sistema SAP.

- **Conciliação de contas**

A conciliação de contas consiste na verificação de cada conta para que se possa determinar se o respetivo saldo corresponde à realidade efetiva. Para que se possa iniciar o processo de encerramento da contabilidade mensal, semestral ou anual é necessário que os saldos de todas as contas estejam com os seus saldos corretos, isto é, os saldos contabilísticos devem corresponder exatamente com os saldos reais existentes na data de encerramento. No departamento da Contabilidade de uma empresa são realizados inúmeros lançamentos contabilísticos, havendo a possibilidade de ocorrerem alguns erros que se não forem descobertos e corrigidos atempadamente, deixarão os saldos das Contas irreais, trazendo reflexos nas Demonstrações Financeiras da empresa de modo que estas não espelharão a sua situação patrimonial real. Alguns dos erros mais comuns são: valores lançados incorretamente; troca de contas; lançamento em duplicado, entre outros. Por outro lado, um dos meios de correção mais utilizado é o estorno do lançamento.

Assim, foi-me pedido algumas vezes que procedesse à conciliação de determinadas contas, nomeadamente: nas contas relativas ao Ativo Não Corrente, como por exemplo a conta dos Ativos Fixos Tangíveis, verificar se os lançamentos contabilísticos estão suportados por documentos e se não há lançamentos incorretos. Ora, foi aqui, na minha opinião, que senti uma das principais dificuldades no processo de conciliação, pois muitas das vezes deparei-me com a falta de informação para saber a qual documento corresponde ou pertence um determinado lançamento contabilístico.

- **Reconciliação Bancária**

Esta tarefa consiste na comparação do saldo de uma conta bancária registada pela contabilidade de uma empresa com informação externa à contabilidade, por exemplo um extrato bancário, para que se possa ter a certeza quanto à exatidão do saldo em análise, em determinada data.

Assim, aquando da realização desta tarefa, retiram-se os extratos das contas do banco registadas pela contabilidade da empresa em SAP para se compararem com todos os restantes extratos bancários. Nesta comparação, deve-se verificar uma consonância entre os documentos contabilizados e a informação que consta no documento do banco. Caso existam divergências devem ser lançados os documentos.

- **Lançamentos de documentos contabilísticos**

No âmbito dos lançamentos contabilísticos efetuados no sistema SAP, destaco as duas seguintes tarefas:

- Realização de uma reclassificação de entidade/empresa: a Martifer-Amal (antiga) em Martifer Visabeira (nova). Neste sentido, foi necessário fazer os lançamentos de todos os saldos em aberto referentes a clientes da Martifer-Amal na Martifer Visabeira, havendo, assim, uma transferência desses saldos em aberto para a nova entidade. Depois de efetuados todos os lançamentos procedeu-se ao bloqueamento da entidade Martifer-Amal.
- Replicação do diário da Índia em sistema SAP: este diário indiano diz respeito à empresa Birla Visabeira Private Limited. Em junho de 2015 o Grupo, através da Visabeira Global, assinou uma parceria com a companhia indiana Birla Group tendo dado origem a uma nova empresa de capitais mistos, a Birla Visabeira Private Limited, criada com o objetivo de desenvolver projetos na área das telecomunicações e no setor da energia elétrica. Assim, depois de me ser facultado o diário da empresa da Índia com todos os movimentos contabilísticos do ano de 2018, foi necessário replicá-los em sistema SAP, pois estavam em falta, pelo que tive de proceder ao lançamento de cada movimento contabilístico presente no diário. Esta foi sem dúvida uma das tarefas mais árduas que realizei durante o estágio, ocupando-me durante cerca de um mês.

- **Análise de processos fiscais**

Uma das tarefas que realizei neste âmbito teve a ver com os créditos IRPC a recuperar relativos às mais de 20 empresas do Grupo Visabeira em Moçambique. IRPC é o Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas, o equivalente ao IRC em Portugal.

A responsável pela Contabilidade em África informou que esta era uma tarefa com alguma importância para a empresa, pois o Grupo tinha a receber do estado moçambicano cerca de 500.000€, provenientes do IRPC a recuperar das mais de 20 empresas presentes em Moçambique, entre os anos 2014 e 2017. Este valor encontrava-se pendente pois existiam uma série de comprovativos e documentos em falta na contabilidade. Deste modo, para esta tarefa foi necessário analisar as modelo 22 de cada empresa para cada ano, para poder preencher um ficheiro *excel* com informações relativas a cada empresa, nomeadamente sobre as retenções dos juros credores de cada ano. Depois verifiquei se para cada valor da retenção de juros havia ou não disponível o respetivo comprovativo. Ao fim de fazer a análise para todas as empresas de Moçambique que tinham IRPC a recuperar, ficou claro que havia muitos comprovativos em falta, sendo que alguns consegui encontrar no *teamwork* da contabilidade, mas outros tivemos de pedir ao Dr.º Gil, o responsável pela contabilidade em Moçambique, para ele pedir os comprovativos em falta, nomeadamente ao

Banco. Só ao fim de ter todos os documentos comprovativos alinhados por ano e por empresa é que se pôde proceder ao seu envio para que o Estado moçambicano analisasse.

- **Preenchimento de Inquéritos da Central de Balanços do Banco Central de Moçambique**

Esta foi a tarefa sem dúvida mais aliciante que tive oportunidade de realizar em todo o estágio e que me deixou bastante motivado e empenhado em realizá-la com sucesso. Digo isto porque, a meu ver, foi a tarefa que mais me permitiu colocar em prática conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do meu percurso académico.

Durante o meu estágio, por duas vezes o Banco Central de Moçambique enviou inquéritos para serem preenchidos sobre algumas empresas do Grupo presentes em Moçambique. Cada inquérito era necessário preencher com informações gerais sobre a empresa em questão, nomeadamente o tipo de empresa ou o número de trabalhadores. Para além disso, no inquérito constava um balanço, uma demonstração de resultados, um mapa de imobilizado, entre outros, todos com rubricas muito mais pormenorizadas e detalhadas do que o habitual. Assim, para proceder ao seu correto preenchimento tive de recorrer a ficheiros *excel* de cada empresa onde constavam dados bastante minuciosos sobre ativos fixos tangíveis, intangíveis, inventários, caixa, Estado, empréstimos, clientes, fornecedores, etc.

De salientar que esta será a tarefa sobre a qual me debruçarei ao longo do relatório, em especial na parte III do relatório.

2.3 Análise Crítica

Após a apresentação dos objetivos e das atividades desenvolvidas durante o estágio, penso que a realização deste estágio foi de extrema importância para aprofundar os meus conhecimentos adquiridos ao longo de todo o meu percurso académico. O estágio possibilitou um contacto mais próximo com o mercado do trabalho, realidade que eu desconhecia totalmente, dando a possibilidade de colocar em prática algumas das competências adquiridas até então. Todas as tarefas desempenhadas durante o estágio deram uma pequena noção dos problemas com que se lida na área da contabilidade diariamente.

Os conhecimentos contabilísticos, mas também de fiscalidade, entre outros, foram essenciais para a realização da maioria das tarefas. Por outro lado, foi muito importante a explicação que me foi dada no início do estágio relativamente ao sistema SAP, uma vez que é o sistema utilizado todos os dias na parte contabilística. Além disso, foi igualmente importante compreender as funcionalidades das restantes plataformas *online* disponíveis, como por exemplo o *teamwork*, fundamentais para a pesquisa de documentos e outras informações contabilísticas.

Na grande maioria das tarefas ou atividades realizadas, penso que me foi dada grande autonomia e sentido de responsabilidade na elaboração de cada uma, o que fez com que os meus níveis de empenho e confiança estivessem bastante elevados ao longo do estágio. Poucas foram as A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

tarefas em que estive apenas a assistir. Ainda assim, houve algumas, contribuindo, contudo, para a minha aprendizagem. Talvez o único ponto a lamentar foi o facto de não ter havido a possibilidade de ajudar na realização de uma tarefa a nível nacional.

No que diz respeito à entidade de acolhimento, é sabido que tanto o comportamento dos grupos como das pessoas singulares são a chave para um bom desempenho e correto funcionamento das organizações. Os colaboradores devem ser reconhecidos e considerados pelo gestor, que deve ter a capacidade de os ouvir.

Por outro lado, tive a oportunidade de presenciar algumas atividades mais lúdicas como foi o caso do dia em que houve uma espécie de visita guiada às instalações para dar a conhecer aos colaboradores de cada departamento da empresa todos os locais de saída existentes em caso de incêndio. Além disso, em dias de aniversário de colaboradores era hábito haver sempre um pequeno lanche para os restantes trabalhadores do departamento. Todas estas pequenas atividades entre colaboradores estabelece os seus laços e contribuem para o bom ambiente, motivando-os nos seus postos de trabalho.

Contudo, na minha opinião, a comunicação clara e acessível entre a chefia e os colaboradores é um dos fatores que mais influencia positivamente o trabalho. As mensagens devem ser entregues diretamente, dispensando comunicações entre terceiros, de modo a não prejudicar a relação profissional desses e a mensagem ser transmitida adequadamente.

Em suma, conclui-o que em termos genéricos o estágio tornou-se positivo podendo vir a contribuir futuramente para uma boa integração nos desafios que me possam surgir.

Parte II: Enquadramento da divulgação de informação obrigatória e voluntária (informação financeira e não financeira)

I. O relato financeiro

De acordo com Barbosa (2015), o relato financeiro das organizações é realizado, sobretudo, através das suas demonstrações financeiras, que revelam a posição financeira, desempenho e possíveis mudanças na posição financeira da empresa, sendo que a sua divulgação e tempestividade afeta ou pode afetar as expectativas dos mercados.

Pires (2014, *apud* Barbosa, 2015, p. 6), refere que “através do relato financeiro, as empresas procuram confirmar expectativas dos analistas e, assim, quando as empresas têm bons resultados a apresentar, a sua divulgação ocorre mais cedo”.

Segundo Gomes (2010, *apud* Barbosa, 2015, p. 7) é fundamental que os investidores confiem plenamente nos mercados financeiros para que estes funcionem de forma eficiente, conduzindo ao crescimento económico e à estabilidade a nível global.

Na perspetiva de Lapa (2014, *apud* Barbosa, 2015, p. 8), a informação, em particular a financeira, deverá ser fiável e credível para que possibilite aos seus usuários retirarem as conclusões mais apropriadas e, assim, serem proveitosas no momento da tomada de decisões.

De acordo com Owusu-Ansah (1998, *apud* Gaio e Mateus, 2014, p. 46), a “divulgação financeira é qualquer transmissão deliberada de informação económica, financeira ou não financeira, numérica ou qualitativa, por via formal ou através de canais mais informais, relativa à posição financeira e à performance de uma determinada empresa”.

Os objetivos do relato financeiro de interesse geral são abordados no primeiro capítulo da estrutura conceptual do IASB (Alves, 2015). De acordo com o autor, em termos genéricos, os objetivos do relato financeiro passam por proporcionar informação financeira da entidade, sobre recursos económicos, obrigações, desempenho, fluxos de caixa, alterações nos recursos económicos e obrigações não resultantes do desempenho, que seja útil na tomada de decisão dos diversos utentes. Olhando para os utentes principais (atuais e potenciais), temos os investidores, financiadores e outros credores, sendo que existem ainda outros utentes, tais como autoridades judiciais e tributárias (Estado), bolsas de valores, entidades reguladoras e público em geral (Alves, 2015).

2. Relato de informação financeira e não financeira

Segundo Rocha (2017, p.3), “a informação financeira pode ser definida com um conjunto de informação quantificada e expressa em unidades monetárias explicitada através das demonstrações financeiras, com base nas normas em vigor, aceites pela generalidade”.

De acordo com Cravo *et al.* (2009, *apud* Gaio e Mateus, 2014, p. 41), a divulgação da informação financeira tem um papel fulcral na comunicação entre quem gere as organizações e os titulares do capital, não esquecendo potenciais investidores e demais participantes no mercado, garantindo um funcionamento correto do mercado de capitais.

Tendo em conta Lourenço (2017), ao longo dos últimos tempos tem vindo a crescer o número de empresas que divulgam um maior volume de informações não financeiras. Esta situação relaciona-se com o facto de as empresas perceberem que esta é uma prática que os *stakeholders* atribuem cada vez mais importância a que esteja incorporada na estratégia da organização. Assim, os mercados e investidores exigem o aumento da fiabilidade e credibilidade destas divulgações através de certificações emitidas por entidades independentes, uma vez que por não se tratar de divulgações que possam ser transpostas de forma fácil para números podem levar a distorções de acordo com os objetivos que a empresa pretende transmitir ao mercado.

De acordo com Abeysekera (2013, *apud* Lourenço, 2017, p. 11), a divulgação de informações financeiras, mesmo sendo obrigatória, já não consegue satisfazer totalmente a diversidade de informação que os *stakeholders* precisam e exigem. Logo, as organizações começaram a perceber que esta é uma área que devem dar especial atenção, porque as questões não financeiras são cada vez mais valorizadas na tomada de decisão de investimento. Assim, segundo Marimon *et al.* (2012, *apud* Lourenço, 2017, p. 11), a publicação de Relatórios de Sustentabilidade tem sido o mecanismo mais utilizado para demonstrar o desempenho das empresas ao longo do tempo numa perspetiva não financeira, onde são somadas preocupações de cariz social e ambiental, às já obrigatórias e indispensáveis divulgações económico-financeiras. Lourenço (2017) defende que, apesar de ter cariz voluntário, o Relatório de Sustentabilidade tem vindo a ganhar importância, quer no número de divulgações quer no conteúdo divulgado, já que é visto como um instrumento complementar ao Relato Financeiro que possibilita divulgar informações suplementares que a organização considere pertinentes, e que contribuirão para a criação de valor no longo prazo.

Ainda no âmbito do relato da informação não financeira e no que diz respeito ao enquadramento legislativo comunitário do tema do reporte empresarial é importante referir a Diretiva 2014/95/UE (Marques, 2016). O objetivo dessa diretiva é, segundo Marques (2016), o de ampliar a transparência e o desempenho das organizações ao nível ambiental e social e, assim, contribuir para o desenvolvimento económico e do emprego numa perspetiva futura. O autor refere ainda que as empresas abrangidas pela Diretiva são obrigadas à divulgação não só de informação relevante sobre as políticas, os riscos e os resultados mas também sobre os indicadores da *performance* não financeira associados a questões ambientais, sociais, ao apeço pelos direitos humanos, ao combate a corrupção e às tentativas de suborno. Por outro lado, Marques (2016) refere que a Diretiva defende ainda que as empresas categorizadas de interesse público, tais como empresas cotadas, bancos ou companhias de seguros, com mais de quinhentos colaboradores devem divulgar informação não financeira precisa e proveitosa nos seus relatórios de gestão. No entanto, a Diretiva 2014/95/EU não obriga a adoção do relato integrado pelas empresas.

Neste contexto, segundo Marques (2016), o relato integrado encontra-se um passo à frente face ao enunciado na legislação comunitária, uma vez que procura a integração de uma maneira lógica e global, pelas organizações, da sua informação financeira, ambiental, social, por contraste à importância dada às divulgações relativas a questões ambientais e sociais nos relatórios de gestão tal como recomendado pela Diretiva supramencionada. De acordo com Marques (2016), o relato integrado envolve informação financeira e não financeira, permitindo mostrar uma imagem mais global do negócio, incluindo objetivos futuros e conexões entre o desempenho financeiro e a responsabilidade social e ambiental da organização. Assim, segundo Jensen e Berg (2011, *apud* Marques, 2016, p. 6), as métricas do desempenho são reajustadas, substituindo a perspetiva de curto prazo dos relatórios anuais tradicionais por uma visão de médio e longo prazo. De acordo com Sierra-Garcia *et al.* (2013, *apud* Marques, 2016, p. 7), o relatório integrado é a melhor forma de transmitir aos *stakeholders* o desempenho geral de uma organização, caso se verifique uma combinação adequada entre normas, regulamentos e a divulgação voluntária.

3. Divulgação de informação obrigatória versus voluntária

Segundo Branco e Góis (2013) a divulgação voluntária de informação desempenha um papel importante no relato financeiro realizado pelas empresas, contribuindo para a qualidade da informação que é disponibilizada aos seus utentes cada vez mais exigentes. Na verdade, tanto a globalização como o desenvolvimento dos mercados têm feito com que os relatos efetuados pelas organizações tenham cada vez mais importância para os seus utilizadores. Por todo o mundo, muito se tem falado sobre a integridade, qualidade, e transparência da informação divulgada nos relatos financeiros. A divulgação de informação pelas empresas nos relatos financeiros representa uma das formas de comunicação mais importantes de que os gestores dispõem na relação com os investidores e mercado em geral. De acordo com Watson *et al.* (2002, *apud* Branco e Góis, 2013, p. 1), as divulgações voluntárias são aquelas que vão para além das exigidas por normativos contabilísticos ou pelas entidades reguladoras dos mercados de valores mobiliários ou por leis. Assim, a divulgação voluntária de informação é, atualmente, uma das principais formas usadas para tentar eliminar algumas das lacunas da informação financeira.

Segundo Nkano (2018), a diferença entre a divulgação obrigatória e a voluntária prende-se essencialmente com a inexistência de qualquer obrigatoriedade na sua divulgação ou de organismos reguladores que requeiram a divulgação das mesmas. De acordo com Almeida e Salgueiro (2004), na perspetiva do FASB, são várias as potenciais vantagens da divulgação voluntária de informação, quer para as empresas quer para os seus proprietários, tais como um aumento da credibilidade e melhoria das relações com os investidores, o acesso a mercados mais líquidos com menores variações de preço entre transações, a probabilidade de realização de melhores decisões de investimento.

Por outro lado, temos a divulgação de informação obrigatória, que segundo Tian e Chen (2009, *apud* Nkano, 2018, p. 9), é a informação que deve ser divulgada de acordo com os A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

normativos contabilísticos, código de valores mobiliários e regulamentos das agências reguladoras. Devem ser usados os regulamentos e as leis para ajustar a comunicação de informações entre empresas cotadas e outras partes interessadas. Relativamente ao conteúdo da informação obrigatória divulgada, faz parte: introdução das empresas, informações financeiras básicas, informações sobre o conselho de administração e os principais gestores, transações vitais relacionadas, notas explicativas para itens importantes. No que diz respeito ao formato, este tipo de informação deve ser disponibilizada em relatórios anuais ou intercalares. Uma das principais razões da divulgação deste tipo de informação é a diminuição do monopólio que as empresas têm sobre a sua própria informação.

4. Legislação

Segundo Santos (2014), com o encerramento de um exercício cada empresa tem que elaborar o seu relatório e contas. Refere o autor que uma das partes que constitui o relatório e contas é o relatório de gestão, cuja elaboração está exclusivamente a cargo dos respetivos órgãos de gestão. Ora, este documento relevante apresenta, na maior parte dos casos, várias lacunas e raramente cumpre as exigências legais impostas pelo Código das Sociedades Comerciais (Santos, 2014).

Dever de relatar a gestão e de apresentar contas

De acordo com Santos (2014, p.1), o artigo 65.º do CSC refere que os membros da administração devem entregar “aos órgãos competentes da sociedade o relatório de gestão, as contas do exercício e demais documentos de prestação de contas previstos na lei, relativos a cada exercício anual” e que a preparação destes documentos deve cumprir com o que está redigido na lei.

Tanto o relatório de gestão como as contas do exercício requerem a assinatura de todos os membros da gerência, sendo que se houver uma recusa de assinatura por qualquer deles deve ser explicada no documento a que respeita e fundamentada pelo próprio perante o órgão competente para a aprovação. (Santos, 2014). Refere ainda o autor que quer o relatório de gestão quer as contas do exercício são desenvolvidos “e assinados pelos gerentes ou administradores que estiverem em funções ao tempo da apresentação”, tendo os antigos membros da gerência que fornecer todas as informações necessárias para esse efeito, caso lhes sejam requeridas. (Santos, 2014, p.2).

Santos (2014, p.2) refere ainda que “o relatório de gestão, as contas do exercício e demais documentos de prestação de contas devem ser apresentados ao órgão competente e por este apreciados, salvo casos particulares previstos na lei, no prazo de três meses a contar da data do encerramento de cada exercício anual, ou no prazo de cinco meses a contar da mesma data quando se trate de sociedades que devam apresentar contas consolidadas ou que apliquem o método da equivalência patrimonial”.

Requisitos mínimos do relatório de gestão

De acordo com Santos (2014), as exigências legais para o desenvolvimento do relatório de gestão encontram-se previstas no artigo 66.º do CSC, através do qual se percebe que o relatório de gestão deve incluir, pelo menos, uma descrição honesta, fidedigna e clara da evolução dos negócios, do desempenho e da posição da empresa, a qual se deve basear numa análise ponderada e geral tendo em conta a estrutura de cada organização, sem esquecer a descrição dos riscos e ameaças com que a mesma se depara.

Tendo em conta o imprescindível ao entendimento da evolução dos negócios, do desempenho ou da posição da empresa, a análise descrita no parágrafo anterior deve incluir não só as questões financeiras mas também, quando necessário, as questões não financeiras pertinentes para as atividades próprias da organização, nomeadamente informações relativas a matérias ambientais (Santos, 2014).

Segundo Santos (2014), o relatório de gestão deve indicar, entre outros:

- “Os factos relevantes ocorridos após o termo do exercício”;
- “A evolução previsível da sociedade”;
- “As autorizações concedidas a negócios entre a sociedade e os seus administradores, nos termos do artigo 397.º do CSC”;
- “Uma proposta de aplicação de resultados devidamente fundamentada”;
- “A existência de sucursais da sociedade”.

Proposta de aplicação de resultados

Refere Santos (2014, p.3) que os membros da gestão ao desenvolverem a proposta de aplicação de resultados (tal como previsto no artigo 66.º do CSC), devem ter em consideração aquilo que é referido nos artigos 32.º e 33.º do mesmo código, “uma vez que existem limites para distribuição de bens aos sócios, assim como lucros e reservas não distribuíveis”.

5. Novos modelos de relato do negócio

De acordo com Nielsen (2005, *apud* Milhinhos, 2008, p. 20), o Relato do Negócio representa “uma perspetiva estratégica sobre o Relato voluntário, e permite divulgar perspetivas das empresas que o Relato tradicional não consegue”.

Segundo Milhinhos (2008), a perceção de que o relato financeiro tradicional se encontra ultrapassado, uma vez que divulga informação baseada em acontecimentos antigos, incapaz de responder à necessidade dos utilizadores acederem a informação futura que sirva de apoio às suas decisões de investimento, levou ao surgimento desde o início da década de 90, de diversos Modelos de Relato do Negócio, designados, *New Reporting Models for Business*.

Ainda assim, para Milhinhos (2008), a adoção destes modelos pelas organizações encontrava-se abaixo das expectativas, tanto pela falta de conhecimento dos mesmos pelos seus gestores, como pelos custos elevados de implementação e manutenção que os mesmos acarretam. No entanto, é consensual que a resposta às necessidades de informação dos diversos *stakeholders* poderá alcançar-se através dos novos modelos de relato do negócio.

A opinião internacional nesta matéria tem procurado escolher o modelo de relato que melhor se enquadre com as necessidades dos utilizadores, de forma a generalizar cada vez mais a sua adoção, pelo menos pelas grandes empresas (Milhinhos, 2008).

Assim, de seguida, abordarei algumas das propostas de modelos de relato do negócio mais relevantes, tais como, o *Jenkins Report*, o *Management Commentary*, o *Operating and Financial Review* e o *Balanced Scorecard*.

- **A proposta do *Management Commentary* do IASB**

De acordo com Arshad, Nor e Noruddin (2011), as normas internacionais de relato financeiro (IFRS) estão a ser cada vez mais adotadas pelas diversas organizações, situação que se tem verificado nos últimos tempos. Referem as autoras que os pedidos de transparência organizativa realizados pelo IASB e a adoção das IFRS devem resultar no fornecimento de informação financeira comparável e de fácil compreensão para os utilizadores das demonstrações financeiras. As autoras defendem ainda que o *Management Commentary* permitiria afetar os incentivos de divulgação de informações não financeiras dos gestores nos relatórios anuais das empresas.

Segundo Kabalski (2012), em Dezembro de 2010, o IASB publicou um documento intitulado de *IFRS Practice Statement: Management Commentary - A framework for presentation*.

Na perspetiva de Arshad, Nor e Noruddin (2011), o *Management Commentary* proporciona à administração uma oportunidade de explicar quais os seus objetivos e estratégias para alcançar os fins globais da organização. Acrescentam as autoras que é esperado que tal informação facilite aos utilizadores das demonstrações financeiras a avaliação futura das perspetivas da empresa, os seus riscos gerais, bem como o sucesso das estratégias da administração para alcançar os objetivos gerais declarados.

Kabalski (2012) refere que de acordo com o IASB, o *Management Commentary* deve conter informações integradas que formem o contexto no qual os utilizadores das demonstrações financeiras interpretam a situação financeira e a *performance* financeira da empresa. Estas informações refletem a visão da administração sobre acontecimentos presentes, as suas causas e as conclusões para o futuro. Acrescenta o autor que o *Management Commentary* deve explicar todas as tendências e fatores relevantes que determinam os resultados futuros, a posição e o desenvolvimento da entidade. Com base no *Management Commentary*, os utilizadores das demonstrações financeiras serão capazes de avaliar os riscos e as perspetivas de negócio da empresa e a eficácia das suas estratégias.

Assim, e de acordo com o IASB (2010, *apud* Kabalski, 2012, p. 90), o *Management Commentary* deve conter informação que permita perceber a natureza do negócio, os objetivos estabelecidos pela gestão e as estratégias para atingir esses objetivos, os recursos, riscos e relacionamentos mais significativos, os resultados alcançados e esperados das operações e os indicadores de desempenho chave usados pela administração para avaliar o grau de cumprimento das metas acordadas.

- ***Operating and Financial Review (OFR)***

De acordo com Milhinhos (2008), o essencial para um bom “*Corporate Governance*” tem por base um crescente comprometimento dos acionistas. Apenas com acionistas informados, com capacidade de influência nas organizações, é que se torna possível que as suas expectativas e do público em geral se tornem mais facilmente conhecidas. Refere ainda a autora que os acionistas só conseguirão exercer um controlo efetivo, se possuírem informação objetiva e fidedigna, sobre os principais indicadores da *performance* passada e futura das empresas. Assim, foi proposto um novo modelo de relato do negócio, no Reino Unido, abrangendo todas as empresas cotadas a partir de 2005, denominado OFR – *Operational and Financial Review*.

Segundo o ASB (2005, *apud* Milhinhos, 2008, p. 59), a OFR foi feita com o intuito de fornecer informação essencial aos acionistas. Os acionistas, recorrendo a um relatório detalhado, poderão avaliar tanto o desempenho passado como a visão dos diretores relativamente às perspetivas futuras da entidade e a sua abordagem para a gestão de fatores, nomeadamente, aspetos relacionados com o emprego, o desempenho ambiental, as relações com os fornecedores, clientes e comunidades locais, fatores que se revelam fundamentais futuramente no sucesso e reputação das organizações.

Milhinhos (2008) refere que a OFR se caracteriza por ter particularidades inovadoras, revelando determinadas facetas básicas dos Novos Modelos de Relato do Negócio – “a informação económico-financeira histórica possui cada vez menos interesse para os investidores, empresários e órgãos reguladores do mercado, sendo a informação sobre a estratégia a seguir no presente e no futuro, a que lhes permite fundamentar melhor os seus investimentos” (ASB, 2005, *apud* Milhinhos, 2008, p. 59).

Segundo Milhinhos (2008), a OFR original foi elaborada pelo ASB em Julho de 1993. Assim, a intenção das empresas prepararem uma OFR, foi consignado pelo *Company Law Review*, e colocado em execução pelo governo do Reino Unido em 1998. O relatório final encorajava as entidades de capital público e as grandes empresas de capital privado a elaborarem a OFR. Contudo, o *Company Law Review* percebeu que várias empresas cotadas em bolsa já tinham feito uma OFR, mas com diversas falhas e irregularidades, cuja correção requeria um certo tipo de norma.

A OFR foi idealizada como sendo uma estrutura generalizada, e não como um agregado de regras e requisitos, colocando grande relevo na tomada de decisão dos diretores em relação à

adaptação dessa estrutura às circunstâncias peculiares de cada empresa, e na necessidade desta divulgar a análise do negócio, segundo a perspectiva dos diretores (Milhinhos, 2008).

A OFR consiste, então, segundo o ASB (2006), numa explicação narrativa, presente no relatório anual ou não, das principais tendências e fatores subjacentes ao desenvolvimento, desempenho e posição da empresa durante o exercício ou período coberto pelas demonstrações financeiras, bem como dos que possam afetar futuramente o desenvolvimento, desempenho e posição da organização.

De acordo com o ASB (2006), alguns dos princípios do OFR são:

- Deve estabelecer uma análise do negócio através da perspectiva ou visão do conselho de administração;
- Deve focar-se em assuntos ou questões relevantes para os interesses dos membros da organização;
- Deve ter uma orientação voltada para o futuro, identificando todas as tendências e fatores relevantes para a avaliação por parte dos membros sobre o desempenho atual e futuro do negócio da organização bem como o progresso da empresa em direção à realização dos objetivos de longo prazo;
- Deve complementar a informação presente nas demonstrações financeiras, com vista a melhorar a divulgação geral da empresa.
- Deve fornecer informação útil que ajude os utentes a avaliar as estratégias adotadas pela empresa e o potencial dessas estratégias terem sucesso no futuro;
- Deve ser abrangente e compreensível;
- Deve ser comparável ao longo do tempo;
- Deve ser equilibrado e neutro, lidando de forma totalmente imparcial com os bons e maus acontecimentos;
- Deve incluir uma descrição do negócio e do ambiente externo à empresa no qual ela desenvolve a sua atividade;
- Deve discutir os objetivos do negócio para gerar ou preservar valor no longo prazo;
- Deve analisar os principais fatores e perigos que os diretores consideram poder vir a afetar as perspectivas futuras da empresa;
- Deve incluir uma descrição dos recursos disponíveis na empresa e a forma como estes são geridos; e
- Deve conter uma análise sobre a posição financeira da empresa, uma discussão da estrutura de capital da entidade e uma definição das políticas e objetivos de tesouraria da organização.

- ***Jenkins Report***

Segundo o AICPA (1994, *apud* Milhinhos, 2008, p. 24), o objetivo do relato do negócio passa por facultar informação profícua e proveitosa aos utilizadores e demais *stakeholders*, para a

tomada das suas decisões, como por exemplo, quando investir numa entidade, qual o momento adequado para fazê-lo e a que preço.

De acordo com Cunha (2013), o AICPA (1994) foi um dos primeiros organismos que se dedicou à questão de haver um relato de negócio mais apropriado e de acordo com as necessidades atuais, com o *Jenkins Report*, que teve como objetivo melhorar a credibilidade das informações do negócio e a confiança do público em geral, procurando um crescimento da utilidade do relato de negócio bem como um aumento da prevenção do número de fraudes.

Milinhos (2008) refere que o Relatório *Jenkins* considerou três tipos diferenciados de utilizadores no seu estudo das necessidades: investidores profissionais, credores e consultores. Defende a autora que a principal razão pela qual um investidor recorre ao relato do negócio prende-se com a necessidade em apoiar a sua decisão de investimento; o credor é pela necessidade de apoiar a sua decisão de crédito; por outro lado, o consultor é pela necessidade de fundamentar a sua análise económico-financeira, para que consiga fornecer uma recomendação fidedigna aos investidores e credores.

Cunha (2013) refere que o *Jenkins Report* defende que o essencial é serem apresentadas informações sobre o risco, as oportunidades e os planos de médio e longo prazo da organização, permitindo, assim, ajudar os utentes da informação a tomarem decisões de forma fundamentada. No que diz respeito às informações sobre a administração e os acionistas, este ponto deve revelar informações sobre a gestão executiva, a quantidade de ações detidas pela administração, as transações com os diversos *stakeholders* e o relacionamento existente entre os acionistas, gestores, diretores, fornecedores e clientes. No último ponto desta proposta, os autores revelam a importância e a necessidade de elaborar informações para cada tipo de segmento de negócio, de maneira a que os diferentes *stakeholders* consigam perceber quais os objetivos globais da empresa e a sua visão de futuro.

Segundo Cunha (2013) é importante reforçar que o *Jenkins Report* assenta na ideia de que o relato de negócio deve ser elaborado num ambiente de completa confiança e neutralidade, isto é, a informação deve ser verdadeira e fidedigna e transmitir a real imagem da empresa, proporcionar aos *stakeholders* a realização de investimento de forma racional, bem como crédito e outras tomadas de decisão idênticas.

Na visão de Cunha (2013) e tendo em conta o *Jenkins Report*, o relato de negócio constitui uma ferramenta fulcral e decisiva de tomada de decisão, tanto para credores como para investidores, já que representa uma importante ajuda nas decisões de investimento, nas decisões de crédito, ou ainda nas decisões sobre a gestão do negócio. Por outro lado, ajuda igualmente a perceber a capacidade de uma entidade em cumprir e honrar os seus compromissos e, por fim, ajuda na avaliação dos pontos fortes e fracos dos concorrentes e estratégias de negócio.

- **Balanced Scorecard (BSC)**

Segundo Kaplan e Norton (1997, *apud* Hernandez, Cruz e Falcão, 2000), o termo *Balanced Scorecard* traduz “o equilíbrio entre os objetivos de curto e longo prazos, entre medidas financeiras e não financeiras, entre indicadores de tendências e ocorrências e entre perspectivas interna e externa”.

De acordo com Milhinhos (2008), o *Balanced Scorecard* (BSC), desenvolvido por Kaplan e Norton no ano de 1992, “é uma filosofia prática e inovadora de gestão do desempenho das empresas e organizações”.

Tendo em conta Epstein e Manzoni (1998, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 82), o *Balanced Scorecard* (BSC) foi desencadeado pela necessidade de perceber toda a complexidade do desempenho na entidade e tem sido cada vez mais empregado no seio das empresas.

Serra (2003, *apud* Milhinhos, 2008, p. 77) defende que o BSC é “um sistema de gestão estratégica”, que ajuda a gerir a estratégia da empresa no futuro, possibilitando “traduzir a missão e estratégia da empresa, num conjunto abrangente de medidas de desempenho, que servem de base para um sistema de medição e gestão estratégica”. Segundo o autor, o BSC deverá ser usado para as seguintes finalidades: esclarecer e alcançar consenso no que diz respeito à estratégia; comunicar a estratégia a toda a empresa; alinhar os desafios departamentais e pessoais à estratégia; associar os objetivos estratégicos com metas de médio e longo prazo e orçamentos anuais; identificar as iniciativas estratégicas; fazer revisões estratégicas pontuais e sistemáticas; conseguir *feedback* para aprofundar o conhecimento da estratégia e melhorá-la.

Refere Milhinhos (2008) que num contexto bastante competitivo, manter a posição no mercado exige um entendimento do valor da organização. Efetuar uma análise integrada da empresa é um fator decisivo para a sobrevivência da mesma, pelo que essa análise se torna crucial para se gerarem decisões certas e críticas para o sucesso da empresa. Defende ainda a autora que para a organização permanecer competitiva precisa de adotar as decisões mais adequadas e estar munida de informação correta.

Para Milhinhos (2008), o *Balanced Scorecard*, ao invés dos métodos de gestão tradicionais, possibilita suportar a estratégia da entidade com indicadores tanto financeiros como não financeiros. O BSC torna possível uma abordagem estratégica de futuro, assente num sistema de gestão, comunicação e medição da *performance*, cuja implementação possibilita adotar uma visão repartida dos objetivos a alcançar, a todos os níveis da empresa.

Entre as contribuições de Epstein e Manzoni (1998, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 82) estão o desenvolvimento e a visualização de fatores de desempenho que espelhem a estratégia de negócios da entidade. Segundo Kaplan e Norton (1996; 2000, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 82), o *Balanced Scorecard* deve conduzir à implementação de uma rede de indicadores de *performance* que deve alcançar todos os diferentes níveis organizacionais, sendo, assim, essencial na comunicação e promoção da responsabilidade e compromisso geral com a estratégia da corporação.

Tendo em conta Kaplan e Norton (1992; 1996, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 82), o BSC resume indicadores de desempenho em quatro perspetivas: financeira, clientes, processos internos e aprendizagem e crescimento. Cada uma destas perspetivas precisa do seu próprio e distinto leque de medidas de desempenho, as quais necessitam de ser específicas de acordo com a identidade de cada organização. Essas medidas, por sua vez, devem refletir e materializar a missão e a estratégia da empresa (Kaplan e Norton, 1993, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 82).

Perspetiva financeira: “*O que devemos fazer para satisfazer as expetativas dos acionistas?*” (Fernández, 2001, p.34)

De acordo com Carvalho *et al.* (2006), esta perspetiva verifica se a estratégia da empresa está a contribuir para a melhoria dos resultados financeiros. As metas financeiras relacionam-se com rentabilidade, crescimento e valor para os acionistas. Referem ainda os autores que os objetivos financeiros desempenham um papel duplo ao definirem tanto a *performance* financeira esperada da estratégia como ao servirem de meta principal para o estabelecimento de objetivos das outras perspetivas do *scorecard*. Segundo Kaplan e Norton (2000, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 83), no seio desta perspetiva, as organizações operam com base em duas estratégias: crescimento da receita e produtividade.

Segundo Fernández (2001), alguns exemplos de objetivos estratégicos desta perspetiva são: aumentar o valor do crescimento das vendas unitárias; crescimento das vendas em segmentos-chave; manter a rentabilidade.

Perspetiva do cliente: “*O que devemos fazer para satisfazer as necessidades dos clientes?*” (Fernández, 2001, p.34)

Segundo Carvalho *et al.* (2006), esta é uma perspetiva que pressupõe definições relativas ao mercado e seus segmentos nos quais a empresa pretende competir. A entidade deve representar em medidas específicas os fatores fundamentais para os clientes. A proposta é acompanhar e verificar a forma como a empresa entrega real valor ao cliente certo. Os autores defendem ainda que por norma estabelecem-se indicadores de satisfação e de resultados respeitantes aos clientes: satisfação, retenção, captação e lucratividade.

De acordo com Fernández (2001), alguns exemplos de objetivos estratégicos desta perspetiva são: fidelizar clientes rentáveis; melhorar a densidade de produtos por cliente; entrar em novos segmentos; aumentar as vendas de novos produtos; melhorar a satisfação dos clientes; ser considerado líder pelos distribuidores.

Perspetiva dos processos internos: “*Em que processos devemos ser excelentes para satisfazer as necessidades?*” (Fernández, 2001, p.34)

Segundo Carvalho *et al.* (2006), tanto os indicadores da perspectiva dos clientes como dos acionistas dever ser suportados por processos internos. Nesta perspectiva, as empresas percebem quais os processos críticos para a elaboração e realização dos objetivos das duas perspectivas anteriores. Os processos devem fornecer as condições ideais para que a empresa ofereça propostas de valor ao cliente, capazes de atrair, angariar e reter clientes nas suas áreas de atuação e, ao mesmo tempo, criando valor aos acionistas.

De acordo com Fernández (2001), alguns exemplos de objetivos estratégicos desta perspectiva são: identificar novos clientes; aumentar a intensidade da relação com os clientes; melhorar a qualidade dos serviços; gerir os recursos de forma eficiente; reforçar a imagem/marca.

Perspetiva da aprendizagem e do crescimento: “*Que aspetos são críticos para podermos manter a excelência?*” (Fernández, 2001, p.34)

Segundo Carvalho *et al.* (2006), uma organização com capacidade para ser cada vez melhor é uma empresa que tem sem dúvida capacidade de aprender. Esta capacidade que a empresa pode ou não ter distingue-se através dos investimentos em novos equipamentos, em pesquisa e desenvolvimento de novos serviços e produtos, em sistemas e procedimentos e nos recursos humanos à disposição da organização.

De acordo com Fernández (2001), alguns exemplos de objetivos estratégicos desta perspectiva são: melhorar as capacidades de pessoas chave na empresa; melhorar a comunicação interna; potenciar alianças estratégicas; adaptar a tecnologia às necessidades; conseguir fontes de financiamento.

Segundo Carvalho *et al.* (2006), o BSC espelha o conhecimento, habilidades e sistemas que, de uma forma integrada, os colaboradores necessitarão para inovar e criar as capacidades estratégicas corretas que darão valor específico ao mercado, proporcionando o crescimento de valor ao acionista. Kaplan e Norton (1996, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 83) definem quatro processos de gestão para implementar o BSC:

De acordo com Carvalho *et al.* (2006), o processo de tradução da visão permite a construção de um consenso ao redor da visão e da estratégia da empresa. Os autores salientam que não se deve recorrer a declarações vagas tais como “o melhor do departamento”, uma vez que o processo deve levar à definição das medidas de *performance*.

Para Carvalho *et al.* (2006), o processo de comunicação e ligação representa a comunicação da estratégia no sentido vertical e horizontal da estrutura, fazendo uma ligação entre os objetivos departamentais e individuais. Os objetivos individuais não devem ser altamente valorizados para não priorizarem as metas de curto prazo, devendo ser alinhados com a estratégia da organização.

Segundo Carvalho *et al.* (2006), o processo de planeamento do negócio visa alocar os recursos e estabelecer as prioridades segundo as metas estratégicas.

Por outro lado, Carvalho *et al.* (2006) referem que o processo de feedback e aprendizagem consiste em fornecer à organização a capacidade de aprendizagem estratégica, isto é, tornar a gestão estratégica um processo contínuo. Com o BSC, uma empresa pode acompanhar e verificar os seus resultados de curto prazo nas quatro perspetivas, tornando possível modificar as estratégias em curso e refletir a aprendizagem organizacional.

Por fim, há alguns aspetos críticos na implementação do *Balanced Scorecard (BSC)*. Segundo Kaplan e Norton (2000), Mercer (1999) e Schneiderman (1999, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 84), são várias as empresas que se deparam com dificuldades na implementação do BSC, com o uso substancial de recursos humanos e financeiros, sem os resultados pretendidos. De acordo com os autores, um dos problemas mais comuns surge a partir do momento em que os executivos passam a delegar toda a estratégia do processo de implementação aos gestores intermediários. Kaplan (1999, *apud* Carvalho *et al.*, 2006, p. 84) defende que esses gestores do nível hierárquico intermediário podem não estar suficientemente capacitados para perceber quer a estratégia quer o projeto do BSC como um todo, não tendo nem a autoridade nem o conhecimento das fases imprescindíveis para uma correta implementação.

6. Teorias justificativas do relato

- **Teoria da Agência**

Segundo ICAEW (2005, *apud* Ereira, 2007, p. 14), “A teoria da agência é uma teoria económica da accountability muito útil”. De acordo com Kunz e Pfaff (2002, *apud* Ereira, 2007, p. 14), “Não há dúvida que a teoria da agência conceptualiza a empresa como um complexo de contratos constituindo assim um dos maiores pilares teóricos da contabilidade”.

Segundo Martinez (1998, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 331), a Teoria da Agência “tem sido usada pelos académicos em várias áreas do conhecimento das ciências sociais e comportamentais, entre as quais se poderiam destacar: economia, finanças, *marketing*, ciências políticas, psicologia, sociologia e na contabilidade.” Nos últimos tempos, tem representado uma ferramenta de grande valor para o desenvolvimento do conhecimento, tendo vindo a ser bastante estudada através de pesquisas empíricas, com vista a validar as suas hipóteses implícitas.

Segundo Jensen e Meckling (1976, *apud* Ereira, 2007, p. 14), a Teoria da Agência assenta no conflito de interesses entre os proprietários das organizações e os gestores ou administradores das mesmas, nos casos em que se verifica uma divisão entre a propriedade e a gestão, ou nos casos em que um indivíduo delega noutro o cumprimento ou gestão de uma certa tarefa. O problema da agência prende-se, assim, com a separação da propriedade e do controlo. Há um vínculo contratual entre o agente, o tomador de decisões, e o principal, aquele que transferiu esse poder.

De acordo com Nascimento e Reginato (2008, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 332), enquanto uma empresa é de pequena dimensão, o seu proprietário tem capacidade para a administrar e controlar sozinho. Todas as decisões e ações são tomadas pelo proprietário, assumindo este o papel

A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

de gestor, sendo considerado igualmente como o único acionista da empresa e, logo, atua segundo o que pensa ser o mais correto para o bom funcionamento e desenvolvimento dos seus negócios. Referem ainda os autores que a partir do momento em que a empresa se desenvolve e cresce, o seu funcionamento torna-se cada vez mais complexo, pelo que o proprietário sente a necessidade de contratar administradores da sua confiança, que irão ser remunerados e assumirão posições de controlo específicas sobre determinadas partes do negócio. As decisões que outrora eram exclusivamente tomadas pelo proprietário, passam agora para a responsabilidade dos administradores.

Hendriksen e Van Breda (1999, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 332) defendem que a partir desse momento o proprietário passa a designar-se principal e o administrador de agente. Desta denominação surgiu então a Teoria da Agência. O agente tem o dever e a responsabilidade de realizar determinadas tarefas para o principal, e este é responsável por remunerar o agente por isso.

Por outro lado, Hendriksen e Van Breda (1999, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 332) dizem ainda que “os proprietários são ditos avaliadores da informação; os seus agentes são tomadores de decisões”. O sistema de informação é do âmbito do principal, ou seja, é da responsabilidade deste optar por um sistema que influencie os tomadores de decisões a escolher pelas melhores opções de decisão, tendo em consideração os interesses do principal. Os autores acrescentam ainda que as ações pertencerão aos agentes, pelo que na altura de escolher o sistema de informação, o principal terá que considerar também a utilidade do agente, de forma a que as decisões deste possam ir também de encontro aos interesses do principal. Cada um dos membros da empresa age de acordo com os seus próprios interesses, e a Teoria da Agência procura perceber e explicar a relação contratual existente entre ambos.

De acordo com Bezerra *et al.* (2012), existe uma questão relevante, sobre a qual se debruça a Teoria da Agência, é o risco a que estão expostos o principal e o agente, ou seja, o agente pode adotar uma posição oportunista nas suas decisões ou omissões, procurando aumentar a sua satisfação pessoal, sem se preocupar com o principal. Segundo Martinez (1998, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 332), a Teoria da Agência não só procura identificar e diagnosticar a natureza das questões existentes, como também sugere ferramentas que garantem a implementação e a construção de um contrato o mais eficiente possível na solução dos problemas relacionados com a relação entre principal e agente.

Para Martinez (1998, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 332), “A literatura organizacional consagra como principal o acionista ou o proprietário dos recursos económicos, já no papel de agente encontra-se o gerente, que administra o negócio para os proprietários da empresa (principal)”.

Tabela 17 – Relações Principal/Agente

Relações		O que o Principal espera do Agente?
Principal	Agente	
Acionistas	Gerentes	Maximizar o lucro.
Credores	Gerentes	Assegurar o cumprimento dos contratos de financiamento.
Clientes	Gerentes	Assegurar a entrega de produtos de valor para o cliente.
Governo	Gerentes	Garantir o cumprimento das obrigações fiscais da empresa.
Comunidade	Gerentes	Garantir a preservação dos interesses comunitários, a cultura, os valores, o meio ambiente, etc.
Acionistas	Audidores Internos	Atestar a validade das demonstrações financeiras (foco na rentabilidade e na eficiência).
Credores	Audidores Internos	Atestar a validade das demonstrações financeiras (foco na liquidez e no endividamento).
Gerentes	Audidores Internos	Avaliar as operações na ótica da sua eficiência e eficácia.
Gerentes	Colaboradores	Trabalhar para os gerentes dando o seu melhor, atendendo às expectativas dos mesmos.
Gerentes	Fornecedores	Suprimir as necessidades de materiais dos gerentes no momento adequado, nas quantidades necessárias.

Fonte: Elaboração própria, com base no artigo de Bezerra *et al.* (2012)

Conflito de Agência

Bezerra *et al.* (2012) referem que na gestão de uma empresa pequena ou clássica não se verificavam conflitos de interesses, uma vez que o proprietário era ao mesmo tempo o gestor, o único interessado no sucesso da empresa. Segundo Lopes e Martins (2007, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), com o aparecimento do conceito de empresa moderna aparecem igualmente os conflitos de agência, visto que o proprietário já não é o único interessado na organização.

Para Bezerra *et al.* (2012) conflito de agência significa conflito de interesses entre os diversos interessados no sucesso dos negócios da empresa. Segundo Lopes e Martins (2007, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), “os interesses dos acionistas são bastante diferentes dos interesses dos administradores da empresa e das outras classes de participantes. Cada grupo de interessados na empresa possui uma classe distinta de aspirações”.

De acordo com Bezerra *et al.* (2012), os teóricos usavam antes o modelo de empresa da teoria clássica, até que surgiu a Teoria da Agência que acabou com esse paradigma. Na perspetiva da teoria clássica não há conflito de interesse. Assim, nessa teoria não se verifica assimetria de informações. Nas grandes empresas, geridas por administradores contratados pelo proprietário, podem aparecer conflitos de interesse entre os administradores e os acionistas ou mesmo entre administradores de diferentes níveis hierárquicos. Na maior parte dos casos, os interesses dos

agentes não estão alinhados com os interesses da organização, falando-se, assim, de assimetria da informação (Lopes e Martins, 2007, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333).

Assimetria da Informação

De acordo com Pinto Júnior e Pires (2009, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), as informações que uma empresa tem ao seu dispor tanto sobre si própria como sobre as empresas concorrentes são um aspeto crucial na tomada de decisões, pelo que a informação é essencial no correto funcionamento de uma empresa.

Segundo Bezerra *et al.* (2012), devido ao facto de os proprietários serem afastados do controlo da empresa, surgem várias mudanças na forma de geri-la e, aquando da tomada de decisões, os agentes têm em conta não só os interesses da empresa mas também os seus próprios. Na perspetiva de Nascimento e Reginato (2008, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), a assimetria da informação pode ser percebida como um conjunto de informações incompletas dadas pelo agente ao principal.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), a assimetria da informação verifica-se quando a informação é incompleta, isto é, surge quando não são conhecidos todos os factos por ambas as partes (principal e agente). Milgrom e Roberts (1992, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333) defendem que a assimetria da informação se verifica quando uma das partes não tem as informações suficientes e precisas para verificar se os detalhes do contrato proposto são mutuamente aceitáveis. Já para Santos *et al.* (2007, *apud* Bezerra *et al.*, 2012, p. 333), defendem a assimetria da informação “como sendo a diferença de informação existente numa relação contratual entre o agente e o principal em função de uma parte possuir mais informação do que a outra, ou seja, há informação oculta”.

A contabilidade pode ser usada para diminuir a assimetria da informação, pois apresenta demonstrações financeiras da situação presente da entidade aos acionistas, uma vez que os investidores não têm acesso ao mesmo nível de informação que conseguem ter os gestores da empresa (Bezerra *et al.*, 2012).

- **Teoria da Legitimidade**

Noção de legitimidade

Segundo O’Donovan (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 26), a “Legitimidade representa um relacionamento entre a empresa e os seus *stakeholders*, que a empresa deve manter atual”. Para tal, de acordo com Suchman (1995) e O’Donovan (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 26), as organizações devem conseguir perceber, ou até antecipar, modificar e defender atividades anteriormente efetuadas, ou seja, devem privilegiar a adoção de estratégias próprias que possibilitem a conservação da legitimidade.

Suchman (1995, *apud* Dias *et al.*, 2012) defende que legitimidade pode ser entendida como “uma percepção generalizada de que as ações empresariais são desejáveis, próprias e apropriadas dentro de um sistema de normas sociais, valores, crenças e definições”.

Refere ainda Suchman (1995, *apud* Cunha, 2013, p. 26) que a legitimidade (organizacional) como sendo a “percepção ou assunção generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis, ou apropriadas dentro de alguns sistemas de normas, valores, crenças e definições socialmente construídos”.

Lindblom (1994, *apud* Cunha, 2013, p. 27) acrescenta que quando se verifica uma diferença, real ou potencial, entre dois sistemas de valores (organização e *stakeholders*), verifica-se uma ameaça à legitimidade da empresa. Neste seguimento, Deegan (2006, *apud* Cunha, 2013, p. 27), sugere que a legitimidade organizacional pode ser encarada como uma ferramenta através da qual algumas entidades dependem para sobreviver, pelo que a organização deve preocupar-se em garantir que as atividades desenvolvidas respeitam os valores e normas da sociedade onde a empresa se insere.

Suchman (1995, *apud* Cunha, 2013, p. 27) idealiza a legitimidade segundo três perspetivas: a legitimidade cognitiva, pragmática e moral. A legitimidade cognitiva relaciona-se com o facto de a empresa ter de compreender, assimilar e aceitar as coisas como elas são. A legitimidade pragmática é vista como aquela que beneficia os interesses dos indivíduos egocêntricos e interesseiros, ou seja, as pessoas que pensam a empresa como vantajosa para si. No que diz respeito à legitimidade moral, é citada como o produto de uma apreciação normativa positiva que as pessoas realizam da entidade e das suas atividades.

De acordo com Schouten e Glasbergen (2011, *apud* Cunha, 2013, p. 28), a legitimidade é “uma condição necessária e importante para a eficácia e eficiência das empresas, ela contribui para a estabilidade das instituições, e é considerada como uma condição fundamental para a aceitação de regras”. Claasen e Roloff (2012, *apud* Cunha, 2013, p. 28), concluíram que a legitimidade é um processo ativo e dinâmico, tendo a entidade de se adaptar às circunstâncias quer internas quer externas, com o objetivo de manter a sua reputação.

Teoria da Legitimidade

No entender de Deegan (2002, *apud* Dias *et al.*, 2012), a teoria da legitimidade é vista como uma das teorias mais predominantes na investigação do relato de informação sobre a responsabilidade ambiental e social, tendo uma vasta aplicação a estratégias corporativas diversificadas, sobretudo as estratégias relacionadas com a divulgação pública de informações sobre uma dada empresa.

Segundo Hybels (1995, *apud* Milhinhos, 2008, p. 17) um modelo aceitável em teoria da legitimidade, deve avaliar os *stakeholders* importantes, e a forma como cada um afeta o fluxo de recursos essenciais para as empresas, tanto o seu estabelecimento, crescimento e sobrevivência, como através de controlo direto. O autor defende a existência de quatro tipos de *stakeholders*

organizacionais fundamentais (estado, público, comunidade financeira e os média), cada um dos quais responsável por um indeterminado número de recursos.

Gray *et al.* (1996, *apud* Cunha, 2013, p. 28) defendem que a teoria da legitimidade é a que origina os requisitos para uma melhor compreensão e percepção de como e porquê podem os gestores usar o relato externo com o intuito de favorecerem a empresa, no que diz respeito a elementos de cariz social e ambiental. Esta teoria pode ser vista como uma forma para explicar a razão das organizações optarem por determinadas técnicas ou práticas de contabilidade financeira (Deegan e Unerman, 2011, *apud* Cunha, 2013, p. 28).

Dowling e Pfeffer (1975, *apud* Ereira, 2007, p. 18) referem que a teoria da legitimidade abarca dois pontos fundamentais. Primeiro, as atividades de legitimação realizadas pelas entidades deverão estar em sintonia com os valores da sociedade onde se insere. Segundo, essas atividades de legitimação devem ser divulgadas à sociedade, tarefa que compete à organização.

Segundo Guthrie, Petty, Yongvanich, e Ricceri (2004, *apud* Cunha, 2013, p. 29), a teoria da legitimidade assenta na ideia de haver um “contrato social” entre as empresas e a comunidade onde se inserem, representando um conjunto de expectativas implícitas ou explícitas dos seus colaboradores em relação à maneira como elas devem desenvolver as suas atividades. Logo, de acordo com Shocker e Sethi (1973) e O’Donovan (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 29), o conceito de um contrato social entre as organizações e cada membro da sociedade propõe que, apesar do objetivo primordial de uma entidade ser o da obtenção e maximização de lucro, também tem a obrigação moral de atuar de forma socialmente responsável. Como tal, segundo Deegan, Rankin e Tobin (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 29), a teoria da legitimidade torna-se refém em certa medida da ideia de contrato social e tem por base a noção de que os gestores optam por determinadas estratégias com o intuito de mostrar à sociedade que a empresa está empenhada em cumprir com as expectativas da comunidade em geral.

De acordo com O’Donovan (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 29), a teoria da legitimidade tem por base a ideia de que para as empresas desenvolverem as suas atividades com sucesso, devem ter em conta os limites que a sociedade considera como comportamento socialmente tolerável. Ainda assim, segundo Deegan *et al.* (2002, *apud* Cunha, 2013, p. 29), pode haver uma extinção do contrato social, o que significa que as expectativas da comunidade em geral não são atendidas, pois as empresas não se estão a reger segundo os valores e normas sociais. Desta forma, conclui-se novamente que a legitimidade é dinâmica, pelo que cada entidade deve escolher estratégias de legitimação de acordo com a sociedade onde opera e segundo o contexto atual em que se encontra.

Em suma, considerando o que refere Tilling (2005, *apud* Milhinhos, 2008, p. 19), a teoria da legitimidade baseia-se na ideia de as organizações agirem segundo um conjunto de valores, normas, e crenças aceites e incrementadas pela sociedade, devendo as suas atividades estar em sintonia com essas mesmas normas e crenças, de forma a que o seu comportamento seja facilmente aceite pela sociedade, e percebido como desejável ou adequado. Desta forma, as organizações são estimuladas a divulgar a informação que os investidores e outros *stakeholders* consideram ser a necessária e adequada, de maneira a garantirem o prosseguimento dos seus fluxos financeiros. O

relato de matérias da área social e ambiental tem cada vez maior importância na informação divulgada pelas entidades, sendo normal e esperado que as expectativas dos *stakeholders* sejam cada vez mais superiores em relação à divulgação da mesma.

- **Teoria dos *Stakeholders***

Tendo em conta Freeman e Mc Vea (2010, *apud* Garcia *et al.*, 2011) o termo *stakeholder* surgiu num memorando do Instituto de Pesquisa de Stanford na década de 60. Nesse documento percecionou-se o papel do gestor como tendo múltiplos objetivos, que deveriam respeitar aos *stakeholders*, isto é, às necessidades de acionistas, colaboradores, clientes, fornecedores, investidores e público em geral. Assim, referem ainda os autores que as tarefas de gestão devem ser realizadas no sentido de assegurar o apoio de cada um desses interessados, o que resultaria no sucesso futuro da empresa. Deste modo, o gestor deve aprofundar as relações com os diversos *stakeholders* para estabelecer as melhores estratégias organizacionais.

Segundo Freeman (1998, *apud* Cunha 2013, p. 30), *stakeholders* “são todas as partes que, direta ou indiretamente, podem ser afetadas pelas ou afetam as ações de uma organização, e estes incluem, para além dos acionistas, os trabalhadores, investidores, clientes, governo, fornecedores e o público em geral”.

Donaldson e Preston (1995, *apud* Garcia *et al.*, 2011) defendem que existe uma diversidade de noções de *stakeholders*, que podem mudar de acordo com as suas abrangências. Se olharmos para definições mais amplas, os *stakeholders* são encarados como atores variados (pessoas, grupos ou entidades) e que têm relações ou interesses diretos ou indiretos com ou na organização. Por outro lado, os autores referem ainda que se considerarmos as definições menos abrangentes, estas considera-os como atores sem os quais a organização não funcionaria, como colaboradores, gerentes, fornecedores, proprietários, acionistas e clientes, todos com algum tipo de interesse ou expectativa relativamente à empresa.

Segundo Oliveira (2008, *apud* Garcia *et al.*, 2011), os *stakeholders* são vistos como “grupos de interesse com certa legitimidade que exercem influência junto às empresas” e que influenciam proprietários e acionistas, intrometendo-se, de certa maneira, nas atividades da entidade. Como tal, a perspectiva de *stakeholders* define como prioritário a gestão das relações entre os vários atores que integram a empresa, com o intuito de incorporar esses diferentes interesses.

De acordo com Cunha (2013), a teoria dos *stakeholders* é percebida como o desenvolvimento e a implementação de processos por parte dos gestores que satisfaçam os diversos grupos que tenham interesses e expectativas na organização. Para Roberts (1992) e O’Donovan (2002) (ambos *apud* Cunha, 2013, p. 31), esta é uma teoria que visa testar o resultado direto que os *stakeholders* apresentam sobre as decisões de gestão e sobre as atividades da empresa.

Segundo Deegan (2002), Gray *et al.* (1996), Deegan e Unerman (2011) (todos *apud* Cunha, 2013, p. 31), esta é uma teoria que se divide em duas perspetivas diferentes: normativa/ética e de gestão. Relativamente à primeira vertente, Deegan (2002, *apud* Cunha 2013, p. 31) defende que

esta vertente está intimamente relacionada com o direito à informação. Significa isto que os *stakeholders* têm o direito de ser tratados de maneira íntegra e justa pela empresa, independentemente do papel e relevância dos *stakeholders* envolvidos. No que diz respeito à segunda, Roberts (1992, *apud* Cunha 2013, p. 31) defende a divulgação de informação como uma forma de controlar a relação da organização com os diversos *stakeholders*. Esta antecipa que as empresas irão ser estimuladas a corresponder às necessidades de informação dos *stakeholders* que são cruciais para a preservação da empresa (Guthrie *et al.*, 2004, *apud* Cunha 2013, p. 31). Desta forma, a maneira como a gestão entende um certo *stakeholder* é manipulada e afetada pelo controlo que esse mesmo *stakeholder* apresenta relativamente aos recursos da entidade. Logo, é esperado que o tipo de informação divulgada pela organização seja de acordo com o poder do *stakeholder* em relação aos recursos que controla, satisfazendo, assim, os interesses desse mesmo *stakeholder*.

De acordo com Cunha (2013), uma determinada organização deverá considerar os interesses e as expectativas dos seus *stakeholders* no momento da execução das suas atividades e da divulgação de informação, devendo ser proveitosa, de forma a satisfazer o maior número possível de *stakeholders*. Contudo, para Roberts (1992, *apud* Cunha 2013, p. 31), o domínio que um *stakeholder* exerce sobre a entidade poderá afetar o modo como a gestão exterioriza as suas informações.

Resumindo, a teoria dos *stakeholders* atenta em todas as partes que, de forma direta ou indireta, podem ser influenciadas ou influenciam as ações e decisões da organização, havendo, assim, um contrato social individual com cada um dos *stakeholders* (Cunha, 2013).

- **Teoria económica da política**

Tendo em conta Ereira (2007), segundo a perspetiva da teoria económica da política, o sistema económico e político-social de um determinado país existe para permitir às empresas aperceberem-se da necessidade do relato, auxiliando a preparação e implementação de normas que defendam os seus próprios interesses e expectativas.

Ereira (2007) refere que esta é uma teoria que expõe o interesse da comunidade política na informação que é divulgada pelas organizações uma vez que esta representa a base para a regulamentação. Watts e Zimmerman (1986, *apud* Ereira, 2007, p. 21) defendem que a finalidade destas regulamentações passa por transferir a riqueza das entidades para os políticos. Por outro lado, no sentido de diminuir estas transferências de riqueza, as organizações procuram em certa medida manipular os políticos, assumindo então as despesas da informação, de influência e as inerentes a prováveis coligações estratégicas que queiram criar.

Por sua vez, Gray *et al.* (1996, *apud* Eugénio, 2010, p. 115) defende que a política, o social e o económico são indissociáveis e que na divulgação de informação não se pode desprezar nenhuma destas áreas. Referem o seguinte:

“in essence, the political economy is the social, political and economic framework

within which human life takes place. By adopting a political economy theoretic perspective on CSR, one is lowering the level of resolution to widen the focus of analysis. In doing so one is explicitly attempting to introduce wider, systemic factors into the interpretation and explanation of the CSR phenomenon.”

- **Teoria positiva da contabilidade**

De acordo com Ereira (2007), a teoria positiva da contabilidade tem como finalidade perceber tanto o resultado da contabilidade nos vários utilizadores da informação como o resultado desses mesmos utilizadores na contabilidade. O começo desta abordagem deve-se aos estudos realizados no mercado de capitais relativamente à relação entre o preço das ações e a informação contabilística.

Foram os estudos desenvolvidos por Watts e Zimmerman (1978, *apud* Ereira, 2007, p. 21) que permitiram uma maior evolução da teoria positiva da contabilidade. Segundo os autores, a teoria da contabilidade precisa de ser positiva em vez de normativa, deverá esclarecer a razão de determinadas organizações usarem certos procedimentos em detrimento de outros, para que seja possível perceber as pressões por elas feitas sobre as instituições emissoras das normas contabilísticas, passíveis de poderem interferir com a alocação da riqueza.

Watts e Zimmerman (1986, *apud* Ereira, 2007, p. 22) partem, por exemplo, da teoria da agência para tentar esclarecer e perceber as opções contabilísticas realizadas. Além disso, o estudo destes autores levou a outras análises na área da contabilidade financeira, bem como das relações contratuais estabelecidas entre gestores e acionistas. Neste sentido, os pressupostos resultantes destes trabalhos assentam na ideia de que a gestão escolhe os métodos contabilísticos com base nos seus próprios interesses. Sabendo que os gestores podem optar pelos procedimentos a implementar em termos contabilísticos, possuirão razões pelas quais preferirão um certo procedimento em prejuízo de outro.

Na mesma lógica, Giner (1995, *apud* Ereira, 2007, p. 22), relativamente à teoria positiva da contabilidade, defende que partindo do princípio que os gestores são racionais, eles irão procurar maximizar o seu proveito e, como tal, procurarão optar pelas políticas contabilísticas que mais os favoreçam. Além disso, os administradores irão fazer pressões sobre os reguladores da informação contabilística, para que consigam alcançar a sua finalidade, que é a de maximização dos seus proveitos.

Por outro lado, tendo em conta a perspetiva de Watts e Zimmerman (1990, *apud* Ereira, 2007, p. 22) também existem estudos acerca da contabilidade positiva que defendem a escolha dos métodos contabilísticos como parte da eficiência empresarial, que potencializa o valor da organização. Contudo, de acordo com Ryan *et al.* (2002, *apud* Ereira, 2007, p. 22), a teoria positiva da contabilidade foi objeto de críticas na década de 80, nomeadamente efetuadas por Christenson (1982) ou Sterling (1990) (ambos *apud* Ereira, 2007, p. 22). A maior parte dessas críticas têm por

base não ser possível desagregar o teste empírico da análise teórica, na medida em que para realizar um teste empírico é necessária uma construção teórica.

No entanto, defende Ereira (2007) que a teoria positiva da contabilidade é útil porque possibilita que os investidores consigam entender os efeitos das decisões contabilísticas, uma vez que a seleção dos procedimentos contabilísticos influenciará a riqueza dos acionistas, credores e dos restantes *stakeholders*. De realçar que, segundo Collins *et al.* (1981, *apud* Ereira, 2007, p. 23), as organizações inseridas em determinados setores específicos, nomeadamente a indústria do petróleo e gás, se mudarem os seus métodos contabilísticos podem vir a passar por uma diminuição da cotação dos seus títulos.

De acordo com Ereira (2007), a teoria positiva da contabilidade esclarece, assim, o método normativo da contabilidade. O desenvolvimento das normas abrange uma diversidade de interesses e expectativas distintas onde se inserem os gestores bem como os acionistas. Refere ainda a autora que a força de cada grupo é que vai ser responsável por influenciar a elaboração das normas contabilísticas e pela alteração das mesmas, caso venha a acontecer. Assim, estamos perante um círculo ininterrupto entre o efeito das práticas contabilísticas no comportamento dos indivíduos, e o efeito do comportamento desses mesmos sujeitos na contabilidade.

Em suma, para Ereira (2007) o foco da teoria positiva da contabilidade tem residido na documentação dos fatores tanto de cariz contratual como de cariz político, capazes de elucidar acerca das decisões contabilísticas e de relato pelos detentores das organizações. Como tal, os estudos nesta matéria falam sobre os encorajamentos que a gestão tem para afetar o valor da organização. O relato elaborado pelas organizações neste âmbito passa a ter maior relevância, compreendendo o próprio relato voluntário.

Parte III: Enquadramento do tema no Grupo Visabeira

I. Formas de divulgação de informação (financeira e não financeira) pela empresa

O Grupo Visabeira, sendo considerado uma grande empresa, está obrigado a divulgar informações não financeiras, para além, como é óbvio, das financeiras. Na verdade, segundo a APCMC (2017), o Decreto-Lei 89/2017 transpôs para o direito nacional a Diretiva 2014/95/UE, no que diz respeito à divulgação de informações não financeiras e de informações sobre a diversidade por parte de determinadas grandes empresas e grupos, em relação às áreas ambientais, sociais e de governo societário.

Desta forma, de acordo com a APCMC (2017), “originando efeitos no exercício anual iniciado em ou após 1 de janeiro de 2017 e exercícios seguintes, o diploma obriga as grandes empresas e as empresas-mãe de um grande grupo, que tenham o estatuto legal de entidades de interesse público e que tenham em média mais de 500 trabalhadores, a apresentarem anualmente uma demonstração não financeira, incluída no relatório de gestão ou apresentada num relatório separado, elaborada pelos seus órgãos de administração, contendo as informações não financeiras bastantes para uma compreensão da evolução, do desempenho, da posição e do impacto das suas atividades, referentes, no mínimo, às questões ambientais, sociais e relativas aos trabalhadores, à igualdade entre mulheres e homens, à não discriminação, ao respeito dos direitos humanos, ao combate à corrupção e às tentativas de suborno”. Assim, o Grupo Visabeira encontra-se de facto abrangido pela Diretiva supramencionada, pelo que está obrigado a apresentar em cada ano uma demonstração não financeira, inserida no relatório de gestão ou incluída num relatório distinto, preparada pelos seus membros da administração/gestão.

Para além desta obrigatoriedade de divulgação de informação não financeira a que a empresa está sujeita em face da sua dimensão, são inúmeras as formas que a organização tem ao seu dispor para poder divulgar informação, obrigatória ou não, quer financeira quer não financeira. Vejamos a tabela seguinte (Tabela 18):

Tabela 18 – Tipos de informação

Tipo de Informação	Documento ou instrumento de divulgação de informação
Financeira	Documentos contabilísticos de prestação de contas (balanço, demonstração dos resultados, demonstração dos fluxos de caixa, demonstração de alterações ao capital próprio e anexo)
	Relatório de Gestão
	Página <i>web</i>
	Anexo às demais demonstrações contabilísticas de prestação de contas

	Atas, memorandos, circulares e boletins informativos
Não Financeira	Relatório de responsabilidade social
	Relatório de sustentabilidade
	Manual de acolhimento
	Código de ética e código de conduta
	Página <i>web</i>
	Correio eletrónico
	Mensagem do Presidente Executivo

Fonte: Elaboração Própria, com base no artigo de Faria (2017)

2. Uma tarefa particular de divulgação de informação

De acordo com Pereira (2013), o Grupo Visabeira apresenta um universo empresarial que se caracteriza por ter alguma diversidade de exigências de relato. Neste sentido, o Grupo inclui maioritariamente pequenas e médias empresas que utilizam o SNC (NCRF-PE) como principal sistema contabilístico. Por outro lado, a empresa engloba, também, por exemplo, um pequeno grupo económico, a Vista Alegre, SGPS, SA, com valores cotados na bolsa de valores mobiliários de Lisboa.

Assim, e segundo Pereira (2013), torna-se claro que dentro do Grupo são aplicados distintos níveis contabilísticos com diferentes graus de exigências de relato. No entanto, o Grupo Visabeira utiliza as normas internacionais de contabilidade como meio de consolidação das contas individuais, o que acarreta obrigações mais exigentes de divulgação e de prestação de contas do que aquelas indicadas pelo SNC.

Por outro lado, tendo em conta Pereira (2013) que desde 2010 que a Visabeira apostou na plataforma SAP, o que representou um enorme investimento ao nível das tecnologias de informação. Essa plataforma digital tem como funcionalidades essenciais ajudar na gestão mais eficiente e eficaz da informação contabilística e financeira, no uso de melhores métodos de negócio, principalmente ao nível da faturação, e na otimização dos recursos relativamente à gestão de stocks e compras. O *software* SAP pode de facto representar uma vantagem competitiva no âmbito da divulgação de informação para o exterior.

O Grupo Visabeira, no que diz respeito à divulgação de informação financeira e não financeira, tanto de cariz obrigatório como voluntário, elabora, por exemplo, todos os anos o seu Relatório e Contas relativo ao ano anterior. A preparação desse documento é uma das formas a que o Grupo recorre para divulgar a sua informação tanto financeira como não financeira. Ainda assim, existem outras formas de divulgação de informação sobre a empresa.

Como tal, uma das tarefas que realizei na empresa relaciona-se precisamente com o tema em questão, representando de facto uma outra forma de divulgar informação quer financeira quer não financeira. A tarefa a que me refiro, que se enquadra na divulgação de informação obrigatória, cuja obrigatoriedade é meramente estatística (tal como acontece em Portugal em que é necessário

enviar a informação anual sobre uma empresa para o Banco de Portugal), diz respeito ao preenchimento do Inquérito Anual da Central de Balanços. Estes Inquéritos são elaborados pelo Departamento de Estudos Económicos e Estatística do Banco de Moçambique. Na tarefa que realizei, foram sete os inquéritos que preenchi, cada um sobre uma determinada empresa pertencente ao Grupo existente em Moçambique.

Em cada inquérito, é exigido o preenchimento de campos com informação não financeira, tal como a identificação da empresa (endereço físico da sede, província, exercício económico), a pessoa ou entidade de contacto (nome, telefone e e-mail), a estrutura acionista (designação da entidade, participação em percentagem e setorização), as características da empresa (atividade principal, principais produtos ou serviços, matérias primas e elementos que compra, localização geográfica dos estabelecimentos, o sistema de inventário), os acontecimentos marcantes (por exemplo, a situação da empresa: se em atividade ou não, em dissolução ou liquidação) e o número de pessoas ao serviço (pessoal de Direção, Administrativo ou da Produção) (ver anexo 1 e 2). Por outro lado, a maior parte da informação necessária para preencher cada inquérito diz respeito a informação de cariz financeiro. Neste sentido, em cada inquérito de cada empresa é exigido o preenchimento detalhado das rubricas do Balanço respeitantes a N e N-1, estando a parte do Ativo do ano N dividida em Ativo Bruto, Amortizações e Ajustamentos e Ativo Líquido (ver anexo 3). As rubricas a preencher no Ativo Não Corrente vão desde os ativos tangíveis aos investimentos financeiros, passando pelo estado ou impostos diferidos. Já no Ativo Corrente, as rubricas vão desde os inventários até às contas a receber de clientes e fornecedores, passando pelos meios financeiros ou contas a receber, acréscimos e diferimentos. O Passivo não corrente passa muito pelos empréstimos obtidos e provisões, enquanto que o Passivo Corrente prende-se sobretudo com as rubricas dos adiantamentos de clientes, as contas a pagar a fornecedores, estado e pessoal, empréstimos obtidos, acréscimos de gastos e rendimentos diferidos (ver anexo 4). É exigido igualmente o preenchimento pormenorizado das rubricas da Demonstração de Resultados por Naturezas relativas ao período N e N-1, rubricas que se encontram divididas em três grupos distintos: Gastos e Perdas (custo dos inventários, gastos com pessoal, fornecimentos e serviços de terceiros, amortizações do período, outros gastos e perdas operacionais e gastos e perdas financeiros), Rendimentos e Ganhos (vendas, prestação de serviços, reversões do período, outros rendimentos e ganhos operacionais e rendimentos e ganhos financeiros) e Resultados (ver anexo 5 e 6). É ainda exigido em cada inquérito o preenchimento das rubricas relativas aos movimentos do Imobilizado (desde o saldo inicial dos ativos tangíveis e investimentos financeiros, às aquisições, alienações, abates, saldo final e amortizações acumuladas de ativos tangíveis) (ver anexo 7 e 8) e, por último, respeitantes à Demonstração do Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas (desde as existências iniciais às finais, passando pelas compras de mercadorias e matérias primas, auxiliares e materiais) e da Variação da Produção (ver anexo 9).

Os anexos para os quais é feita a remissão no parágrafo anterior dizem respeito apenas a uma empresa do Grupo. No entanto, foram preenchidos outros muito semelhantes, para outras empresas do Grupo, variando apenas os valores.

3. Enquadramento da tarefa realizada com a teoria

A tarefa que realizei de preenchimento dos Inquéritos Anuais da Central de Balanços do Banco de Moçambique relaciona-se em certa medida com o Relatório *Jenkins*, um dos novos modelos de relato do negócio. De facto, a tarefa que desempenhei está em sintonia com uma das ideias base do *Jenkins Report*, na medida em que o relato do negócio ou a divulgação de informação no preenchimento de cada inquérito foi elaborada num ambiente de completa transparência, confiança e neutralidade, utilizando informação verdadeira e fidedigna, transmitindo assim a real imagem de cada empresa.

Por outro lado, o Banco de Moçambique é visto por cada umas das empresas como um *stakeholder*, uma vez que constitui uma parte que, direta ou indiretamente, pode ser afetada pelas ou afeta as ações de uma organização. Como qualquer outro *stakeholder*, as tarefas de gestão devem ser implementadas com o intuito de assegurar o apoio de cada um dos interessados nas atividades da organização, o que leva ao sucesso futuro da empresa. Como tal, a tarefa de preenchimento dos inquéritos foi realizada atempadamente, respeitando os prazos de resposta estipulados pelo Banco, com a informação o mais correta, verdadeira e transparente possível, de forma a respeitar os interesses e as exigências do *stakeholder* em causa.

De facto, esta tarefa que realizei penso que se relaciona em larga medida com a Teoria dos *Stakeholders*, nomeadamente com a visão de que essa teoria se divide em duas perspetivas distintas: a normativa e a de gestão. Relativamente à primeira perspetiva, está intimamente relacionada com o direito à informação (no caso do Banco não só é o direito como também a exigência da informação), o que significa que o *stakeholder* em questão tem o direito de ser tratado de maneira íntegra e justa pela empresa (no caso dos inquéritos com o preenchimento dos mesmos de forma atempada, verdadeira e transparente), independentemente do papel e relevância do Banco nas atividades da empresa. Já a segunda perspetiva defende a divulgação de informação como uma forma de controlar a relação da organização com o *stakeholder* (no caso dos inquéritos é isso que se verifica – há a divulgação de informação ao Banco através do preenchimento de cada inquérito de forma a controlar e preservar a relação entre as organizações). Esta antecipa que as empresas irão ser estimuladas a corresponder às necessidades de informação dos *stakeholders* que são cruciais para o sucesso da empresa. A maneira como a gestão entende um determinado *stakeholder*, no caso o Banco, é influenciada pelo controlo que esse mesmo *stakeholder* tem relativamente aos recursos da entidade. Como tal, é esperado que o tipo de informação divulgada pela organização seja de acordo com o poder do *stakeholder* (o Banco é uma entidade com prestígio, importância e autoridade, pelo que o tipo de informação divulgada nos inquéritos é de elevada transparência e veracidade), satisfazendo, assim, os interesses desse mesmo *stakeholder*.

À tarefa que realizei pode-se associar em certa medida a teoria positiva da contabilidade, uma vez que esta tem como finalidade perceber não só o resultado da contabilidade nos vários utilizadores da informação mas também o resultado desses mesmos utilizadores na contabilidade. Ao preencher os inquéritos com informação financeira sobre cada empresa conseguirá perceber-se

de certa forma o impacto que o utilizador da informação, no caso o Banco, teve ou tem sobre os resultados contabilísticos da empresa e também de que forma e como esses resultados poderão ou não afetar o utilizador da informação contabilística (no caso o Banco).

De outro ponto de vista, e tendo em conta a Teoria Económica da Política, a divulgação de informação financeira e não financeira nos inquéritos pode ser alvo do interesse do Estado moçambicano e da comunidade política, uma vez que esta representa a base para a regulamentação.

Por outro lado, de acordo com uma das visões da Teoria da Legitimidade, a informação que é divulgada nos inquéritos, bem como os resultados contabilísticos presentes nos mesmos, podem permitir perceber e até explicar a razão de uma empresa optar por determinadas técnicas ou práticas de contabilidade financeira em detrimento de outras, com base numa análise a esses mesmos resultados da contabilidade.

4. A importância e o porquê de existirem este tipo de tarefas de divulgação de informação

De acordo com o Banco de Portugal (2013, p.5), é “amplamente reconhecida a importância da inclusão e da formação financeira para a proteção dos consumidores e para o bom funcionamento do sistema financeiro e da economia”. O acesso a produtos e serviços financeiros próprios às necessidades de investimento de cada investidor constitui um ponto essencial para o progresso da economia. Na verdade, um sistema financeiro inclusivo caracteriza-se por conseguir criar mais poupança e financiar o investimento de maneira mais eficiente, estimulando o crescimento económico. Adianta ainda o governador que os consumidores conhecedores da natureza e dos riscos inerentes aos produtos financeiros conseguem tomar decisões mais ajustadas tanto ao seu perfil de risco como aos seus objetivos, ajudando na eficiência, solidez e segurança do sistema financeiro.

Segundo o Banco de Portugal (2013), é da competência dos supervisores financeiros assegurar que as instituições fornecem aos seus clientes informação limpa e completa sobre os produtos/serviços que comercializam. Ainda assim, apesar da informação financeira ser relevante para a proteção dos consumidores, não chega por si só. Os consumidores precisam de entender a informação que lhes é divulgada e optar por produtos e serviços que se enquadrem melhor com o seu perfil. Por outro lado, têm de conhecer os seus direitos e deveres, para poderem criticar ou elogiar a atuação das instituições. São exatamente estas as linhas de orientação da formação financeira.

Refere a publicação que os bancos centrais dos países de língua portuguesa, nomeadamente o Banco de Portugal, têm vindo a aumentar a sua preocupação com tarefas de promoção da inclusão financeira, ajudando na criação e desenvolvimento de estratégias com base nos melhores procedimentos internacionais.

O Banco de Portugal (2013) defende que para incentivar a inclusão financeira, desencorajando por outro lado o uso do setor financeiro informal, os países de língua portuguesa

A Importância do Reporte de Informação Financeira e Não Financeira para a Central de Balanços do Banco de Moçambique: O Caso da Visabeira Global, SGPS, S.A.

têm tentado não só extinguir as deficiências existentes na rede física das instituições de crédito mas também reforçar a regulação e o controlo dos produtos comercializados nos mercados de retalho. Algumas das medidas criadas mais relevantes passam pela definição de deveres de informação pelas instituições de crédito na divulgação e propagação de produtos/serviços, o desenvolvimento de regulação própria para os produtos de poupança, crédito e seguros.

Tendo em conta ainda o Banco de Portugal (2013), as estratégias de inclusão e de formação financeira devem ter em consideração as empresas. Os gestores (principalmente das micro e pequenas e médias empresas) devem enriquecer as suas capacidades intelectuais para que possam perceber os produtos financeiros com que laboram e examinar a forma como esses produtos estão adequados à natureza do financiamento desejado. Remata o governador dizendo que difundir uma cidadania financeira refletida e consciente é uma meta de futuro que os bancos centrais e supervisores financeiros só atingirão com o auxílio e cooperação de todas as entidades no terreno.

Inclusão Financeira

De acordo com a publicação sobre Políticas de Inclusão e Formação Financeira, as políticas de desenvolvimento e difusão da inclusão financeira levadas a cabo por vários países têm por base diversos benefícios (tal como o desenvolvimento económico), mas devem ser monitorizadas através de uma regulação apropriada dos produtos financeiros, que propicie a confiança dos utilizadores e a solidez do sistema financeiro. Segundo a mesma publicação, o processo de inclusão financeira proporciona um círculo virtuoso uma vez que estimula o desenvolvimento económico que, por seu lado, leva a um aumento da participação dos cidadãos no sistema financeiro.

Refere a publicação que a noção de inclusão financeira abarca um critério tanto quantitativo de acesso a serviços bancários, como qualitativo sobre o seu uso apropriado. Ora, a tarefa que realizei, sobre a qual se debruça o tema do relatório, relaciona-se precisamente e sobretudo com a parte qualitativa do conceito de inclusão financeira, na medida em que esta parte da noção abrange o acesso a outros produtos e serviços financeiros e ao seu uso efetivo por parte do consumidor.

Segundo a mesma publicação, para a OCDE, a inclusão financeira é “o processo de promoção do acesso adequado, atempado e a custos reduzidos a um conjunto de produtos e serviços financeiros regulados e a sua utilização pelos diversos segmentos da população, através de medidas inovadoras e adaptadas de sensibilização e formação financeira” (Banco de Portugal, p.12).

Em suma, é inquestionável que a obrigatoriedade estatística de preencher os inquéritos do Banco Central de Moçambique contribui em larga medida para a inclusão financeira nesse país africano, uma vez que essa informação para fins estatísticos, enviada pela empresa para o Banco de Moçambique, fica disponível para ser consultada pelos diversos utilizadores financeiros, permitindo, assim, a tomada de decisões conscientes, informadas e com menor risco. Portanto, sem dúvida que esta medida dos inquéritos adotada pelo Banco de Moçambique constitui um dos bons mecanismos de inclusão financeira, à semelhança do que é feito pelo Banco de Portugal.

Banco de Moçambique

De acordo com a publicação sobre Políticas de Inclusão e Formação Financeira, o Banco de Moçambique tem vindo a realizar um conjunto de mecanismos que procuram garantir uma maior cobertura geográfica das instituições financeiras e o resultante aumento do acesso e do uso dos produtos e serviços financeiros úteis à população. O Banco de Moçambique procurou, principalmente, aperfeiçoar o quadro jurídico-legal e institucional, com o objetivo de angariar novos operadores para o sistema financeiro e o alargamento das suas atividades às zonas rurais.

A estratégia de inclusão financeira de Moçambique é suportada pela Estratégia de Desenvolvimento do Setor Financeiro, que antecipa a melhoria das condições de acessibilidade aos serviços financeiros e compete ao Banco de Moçambique preparar uma Estratégia Nacional para a Inclusão Financeira. A implementação de políticas adequadas para a inclusão financeira abrange uma melhoria da formação financeira, o crescimento dos setores de microfinanças e poupanças e a estimulação da competitividade entre prestadores de serviços financeiros com consequências na ampliação dos serviços financeiros para as zonas mais rurais.

Conclusão

Este relatório pretendeu proporcionar uma visão simples do tema da divulgação de informação financeira e não financeira (obrigatória e voluntária), com base na revisão da literatura e de uma legislação portuguesa (CSC), tendo como objetivo final relacionar o tema em questão e a revisão da literatura com a tarefa explicada no último capítulo.

A opção por desenvolver este tema relaciona-se principalmente com o facto de se reconhecer particularmente a importância do tema no âmbito das empresas e dos seus *stakeholders* e também pelo facto da tarefa enunciada na parte III deste relatório se enquadrar sem dúvida no tema em questão.

O relato financeiro é feito, sobretudo, recorrendo às demonstrações financeiras, que revelam a posição financeira, desempenho e possíveis mudanças na posição financeira da empresa. Genericamente, os objetivos do relato financeiro prendem-se com a divulgação de informação financeira da entidade, nomeadamente sobre recursos económicos, desempenho, fluxos de caixa ou alterações nos recursos económicos.

Como mencionado ao longo do relatório, a necessidade de relato de informação não financeira tem sido cada vez mais percecionada pelos gestores e diversos *stakeholders*. Um dos mecanismos mais utilizados para divulgar esse tipo de informação têm sido os Relatórios de Sustentabilidade, um instrumento complementar ao Relato Financeiro que possibilita não só divulgar informações suplementares que a organização considere pertinentes mas também demonstrar o desempenho das empresas ao longo do tempo numa perspetiva não financeira, onde são acrescidas preocupações de índole social e ambiental, às já obrigatórias e indispensáveis divulgações económico-financeiras.

Os novos modelos de relato do negócio surgiram com base na ideia de que o relato financeiro tradicional se encontra ultrapassado, o que impossibilita que os *stakeholders* consigam aceder a informação futura que sirva de apoio às suas decisões de investimento.

Em suma, somos de opinião que a tarefa mencionada no relatório tem enorme pertinência na divulgação de informação financeira e não financeira por parte da empresa, constituindo uma mais-valia para a entidade na medida em que mantém uma boa relação com o Banco, ao cumprir com o preenchimento dos inquéritos, bem como com os demais utilizadores da informação, que através desse fácil acesso à informação podem tomar decisões de investimento, por exemplo, cada vez mais seguras, conhecedoras e fundamentadas. Por outro lado, e tendo em conta toda a literatura enunciada no relatório, esta temática do relato de informação por parte das organizações sempre foi percebida como algo bastante importante no seio das empresas, sobretudo no que diz respeito ao reporte de informação financeira. Contudo, à cerca de uma década, pelo menos, que a divulgação de informação não financeira tem ganho terreno, sendo hoje uma tarefa essencial a realizar pelas empresas, uma vez que cada vez mais é “exigida” pelos diferentes *stakeholders*, que percecionam esse tipo de informação como algo crucial e decisivo na tomada de decisões.

Relativamente ao estágio, a sua realização no Grupo Visabeira permitiu desenvolver competências profissionais e pessoais que num futuro próximo constituirão uma mais-valia no seio de uma organização.

Referências Bibliográficas

- ACCOUNTING STANDARDS BOARD (ASB). (2006). *Reporting Statement: Operating and Financial Review*. Londres. ASB Publications.
- ALMEIDA, Maria ; SALGUEIRO, Fernando. (2004). A Divulgação Voluntária de Informação. *X Congresso de Contabilidade*. 24 a 26 de novembro, Centro de Congressos do Estoril, Lisboa.
- ALVES, Leopoldo. (2015). A Informação Contabilística: Evolução da Estrutura Conceptual para Relato Financeiro. *V Congresso dos TOC – A Informação Contabilística*. 17 e 18 de setembro, MEO Arena, Lisboa.
- ARSHAD, Roshayani ; NOR, Rohaya Md ; NORUDDIN; Nur Adura Ahmad. (2011). Ownership structure and interaction effects of firm performance on management commentary disclosures. *Journal of Global Management*, v.2, n.2, pp. 124-145.
- ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DOS COMERCIANTES DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO. (2017). *Grandes empresas obrigadas a divulgar informações não financeiras*. APCMC. Porto.
- BANCO DE PORTUGAL. (2013). *Políticas de Inclusão e Formação Financeira: Encontro dos Bancos Centrais dos Países de Língua Portuguesa*. Banco de Portugal. Lisboa.
- BARBOSA, Susana (2015). *O Relato Financeiro e a Contabilidade Forense*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Finanças. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.
- BEZERRA, Francisco ; NASCIMENTO, Sabrina ; PEREIRA, Alexandre ; ROCHA, Irani. (2012). Análise da produção científica sobre teoria da agência e assimetria da informação. *Revista de Gestão*, v.19, n.2, pp. 329-342.
- BRANCO, Luís; GÓIS, Cristina. (2013). Relato Financeiro – A importância e os determinantes da divulgação voluntária. Análise da divulgação voluntária nas empresas em Portugal. Disponível em <https://www.occ.pt/news/comcontabaudit/pdf/75.pdf> (20 março 2019).
- BRÁS, Paula (2012). *Estudo da Evolução do Setor da Construção em Portugal recorrendo à Metodologia Statis*. Dissertação de Mestrado em Métodos Quantitativos em Economia e Gestão. Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

- CARDOSO, Cristina ; PEDROSO, Rafaela ; MARTINS, Anabela. (2017). Exportações de Cerâmica e Cristalaria com forte crescimento. *Revista Portugalglobal*, nº98, pp. 4-70.
- CARDOSO, Cristina ; PEDROSO, Rafaela ; MARTINS, Anabela. (2018). Cozinhas personalizadas: Inovação e Design conquistam Mercado Externo. *Revista Portugalglobal*, nº108, pp. 4-70.
- CARVALHO, Marly ; LAURINDO, Fernando ; PEREIRA, Fábio ; PRIETO, Vanderli. (2006). Fatores críticos na implementação do *Balanced Scorecard*. *Gestão & Produção*. v.13, n.1, pp. 81-92.
- CRUZ, Cláudio ; FALCÃO, Sérgio ; HERNANDES, Carlos. (2000). Combinando o *Balanced Scorecard* com a gestão do conhecimento. *Caderno de Pesquisas em Administração*, v. 01, n. 12, pp. 1-9.
- CUNHA, Elsa (2013). *O relato de negócio do setor bancário português em contexto de crise financeira: um estudo de caso*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade. Universidade do Minho.
- DIAS, António ; NEVES, Maria. (2012). Responsabilidade social corporativa: teorias predominantes na investigação em contabilidade. *Revista Razão Contábil & Finanças*, v.3, n.1, pp. 1-33.
- EREIRA, Sabrina (2007). *O relato do risco – Uma Análise no Contexto das Empresas Cotadas na Euronext Lisbon*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Finanças. Instituto Politécnico de Leiria.
- EUGÉNIO, Teresa. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e Teoria da Legitimidade. *Revista Universo Contábil*, v. 6, n.1, pp. 102-118.
- FARIA, Maria. (2017). Tipos de divulgação da informação financeira e não financeira de responsabilidade social empresarial. *Cad. EBAPE.BR*. v. 15, Edição Especial, pp. 534-558.
- FERNÁNDEZ, Alberto. (2001). El *Balanced Scorecard*: ayudando a implantar la estrategia. Disponível em <http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2009/10/20bel-balanced-scorecard-ayudando-a-implantar-la-estrategia-iese.pdf> (30 março 2019).

FERREIRA, Vera. (2004). *Evolução do Setor de Telecomunicações no Brasil. II Encontro Científico da Campanha Nacional das Escolas da Comunidade (II EC-CNEC)*, Varginha, 9-10 de Julho.

FONSECA, Telmo. (2015). *Turismo é o sector com maior crescimento no mundo*. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/economia/turismo-e-o-setor-com-maior-crescimento-no-mundo/> (22 fevereiro 2019)

GAIO, Cristina; MATEUS, Maria. (2014). O Relato Financeiro das Empresas Cotadas em Portugal – Grau de Conformidade com os Requisitos de Divulgação da IAS 1. *Contabilidade & Gestão*, 15, pp. 39-73.

GARCIA, Ricardo; SILVA, António. (2011). Teoria dos *stakeholders* e responsabilidade social: algumas considerações para as organizações contemporâneas. Disponível em http://acslogos.dominiotemporario.com/doc/TEORIA_DOS_STAKEHOLDERS_E_RESPONSABILIDADE_SOCIAL.pdf (25 fevereiro 2019).

HOERNING, Steffen. (2005). *O mercado das telecomunicações em Portugal*. Disponível em https://www.jornaldenegocios.pt/empresas/concorrencia---regulacao/detalhe/o_mercado_das_telecomunicacoes_em_portugal?ref=steffen_hoernig_BlocoArtigos (20 fevereiro 2019)

KABALSKI, Przemyslaw. (2012). The IASB's Management Commentary and Modern Paradigms of Management. *International Journal of Business and Management*, v.7, n.6, pp. 90-98.

LISBOA, João; COELHO, Arnaldo; COELHO, Filipe; ALMEIDA, Filipe (2004). *Introdução à Gestão de Organizações*. Grupo Editorial Vida Económica, Barcelos. pp. 206-207.

LOURENÇO, Hélia (2017). *A divulgação de informações não financeiras no âmbito da Diretiva 2014/95/UE: o atual grau de cumprimento das empresas cotadas em Portugal*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Controlo de Gestão. Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

MARQUES, Carla (2016). *Determinantes do Relato Integrado: uma comparação internacional*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Controlo de Gestão. Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

MILHINHOS, Ana (2008). *Tendências do Relato do Negócio – Estudo aplicado a Empresas da Região Centro de Portugal*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Administração. Universidade do Minho.

NKANO, António (2018). *A análise da divulgação de informação nos relatórios intercalares e sua relação com a performance financeira*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Finanças. Instituto Politécnico de Setúbal.

PEREIRA, Jéssica (2013). *Relato Financeiro: Visão atual e futura*. Relatório de Estágio do Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial. Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra.

PEREIRA, Sónia. (2018). *O emprego do futuro chama-se tecnologias da informação*. Disponível em <https://www.dn.pt/dinheiro/interior/o-emprego-do-futuro-chama-se-tecnologias-da-informacao-9279008.html> (21 Fev. 2019)

PIRES, Ruben. (2018). *Construção em Portugal volta a níveis de 2007, país deve crescer 4% no setor residencial e não residencial até 2020*. Disponível em <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/construcao-em-portugal-volta-a-niveis-de-2007-pais-deve-crescer-4-no-setor-residencial-e-nao-residencial-ate-2020-322092> (20 fevereiro 2019)

REBELO, Ana; LARANJEIRO, Ana. (2018). *Turismo a caminho da estabilização em 2019*. Disponível em <https://www.dinheirovivo.pt/economia/turismo-a-caminho-da-estabilizacao-em-2019/> (22 fevereiro 2019)

ROCHA, Sara (2017). *Fraude Informação Financeira – implicação dos auditores e da gestão na prevenção e deteção fraude*. Dissertação de Mestrado em Auditoria. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.

SANTOS, Joaquim. (2014). *O Relatório de Gestão e os requisitos do Código das Sociedades Comerciais*. Disponível em <http://jts-sroc.pt/wp-content/uploads/2014/02/O-RELAT%C3%93RIO-DE-GEST%C3%83O-E-O-CSC.pdf> (13 março 2019).

SANTOS, Leonor. (2019). *Há imensas oportunidades na criação de produto imobiliário*. Disponível em <https://www.idealista.pt/news/financas/investimentos/2019/01/21/38530-ha-imensas-oportunidades-na-criacao-de-produto-imobiliario> (27 fevereiro 2019)

SANTOS, Nuno. (2019). *Consultora calcula que o mercado imobiliário comercial cresceu 74% em 2018*. Disponível em <https://www.publico.pt/2019/01/02/economia/noticia/consultora->

calcula-mercado-imobiliario-comercial-cresceu-74-2018-1856420#gs.KNRgece4 (27 fevereiro 2019)


SILVA, Bárbara. (2018). *Biocombustíveis. Empresas alertam governo para risco de falência*. Disponível em <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/02-nov-2018/interior/biocombustiveis-empresas-alertam-governo-para-risco-de-falencia-10119601.html> (21 fevereiro 2019)

SILVA, Elsa (2018). *A consolidação de contas na Quantal Group S.A.* Relatório de Estágio em Contabilidade e Finanças. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

SILVA, Estela. (2019). *Produção média no setor da construção sobe 1,7% na zona euro em 2018*. Disponível em <https://observador.pt/2019/02/19/producao-media-no-setor-da-construcao-sobe-17-na-zona-euro-em-2018/> (20 fevereiro 2019)

Anexos

Anexo 1:

1					
2	 Banco de Moçambique Departamento de Estudos Económicos e Estatística	Inquérito Anual da Central de Balanços		Av.25 de Setembro, n.º 1695 Email: BMCB@bancomoc.mz Tel: 21 321914 M A P U T O	
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9		Código da Instituição:			
10		Ano Financeiro	2017		
11		Data de Início:	01.01.2017		
12		Data de Fim:	31.12.2017		
13					
14	Nota importante: Antes de preencher o inquérito leia com atenção as instruções que o acompanham.				
15					
16	Ano do exercício	2017	Início de actividade	1997	
17	Empresa	Electrotec, SA			
18					
19	NUIT	400 004 714			
20					
21	1 IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA				
22					
23	Endereço físico da sede	AV. DE MOÇAMBIQUE Nº 36 – MAPUTO			
24	Telefone		Website		
25	Província	Maputo	Distrito		
26	Exercício económico:	De Janeiro 2016 a Dezembro 2016			
27					
28	2 PESSOA OU ENTIDADE DE CONTACTO				
29					
30	Nome	Gil Souto			
31	Telefone fixo/telemóvel	21480660			
32	Email	gilsouto@visabeira.mz			
33	Endereço físico (caso seja um agente)				
34					
35	3 ESTRUTURA ACCIONISTA				
36					
37	Designação da Entidade	Participação (%)	Sectorização		
38	Intelec Holding, Lda	50,00%	Residente - Empresa Privada		
39	Visabeira Global, SGPS, SA	49,00%	Não Residente - Resto do Mundo		
40	Salimo Abdula	1,00%	Residente - Particular		
41					
42					
43					
44					
45	4 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA				
46					
47	Actividade Principal:	renováveis e energia em geral; realizar projectos de engenharia, execução, fiscalização,			
48					
49	Principais Produtos ou Serviços	Construção e reabilitação de redes de baixa, média e alta tensão			
50					
51	Matérias Primas e Elementos que Compra	Cabos, Postes, acessórios			
52					
53	Localização geográfica dos estabelecimentos	Maputo, Montepuez, Machaze, Lichinga, Metangula	Nº de Estabelecimentos	5	
54					
55					
56	Código da CAE	6626206209	Natureza Jurídica	Sociedade Anónima	
57					
58	Sistema de Inventário:	Permanente			
59					
60	Plano Geral de Contabilidade Usado:	PGC - NIRF			
61					
62					

Anexo 2:

1						
2			Código da Instituição:			
3			Ano Financeiro:	2017		
4			Data de Início:	01.01.2017		
5			Data de Fim:	31.12.2017		
6						
7	5 ACONTECIMENTOS MARCANTES					
8						
9	Assinale com um (x) se a empresa realizou durante o exercício alguma operação que afectou a comparação dos dados					
10						
11	Situação da Empresa		Data da Situação			
12						
13	Em actividade	X				
14	Fim de actividade					
15	Dissolução					
16	Liquidação					
17						
18	Acontecimento		Nuit Empresa Origem	Nuit Empresa Destino		
19	Fusão					
20	Cisão					
21						
22	Paragem de Actividade					
23	Inactividade (período em meses)					
24						
25	Outros					
26	<i>Descreva quais</i>					
27						
28	6 NÚMERO DE PESSOAS AO SERVIÇO					
29						
30			Ano n		Ano n-1	
31			Nº total	Nº Médio	Nº total	Nº Médio
32	Proprietários que trabalham					
33	Pessoal de Direcção		2	2	1	1
34	Pessoal Administrativo		8	8	9	9
35	Pessoal da Produção		60	65	80	80
36						
37	NPS Total		70	75	90	90
38						
39						

Anexo 3:

2		Código da Instituição:			
3		Ano Financeiro	2017		
4		Data de Início	01.01.2017		
5		Data de Fim:	31.12.2017		
6					
7	BALANÇO				
8					
9					
10	Código	Designação	Efeitos		
11			N	N-1	
12			Activo Bruto	Amortizações e Ajustamentos	Activo Líquido
13	A	ACTIVOS NÃO CORRENTES	*****	*****	56 875 545,34
14	3	Investimentos de Capital	*****	*****	37 731 103,34
15	3.6	Activos tangíveis de investimento			368 268,00
16	3.5	Activos não correntes detidos para a venda			-
17	3.4	Investimentos em curso	-	-	-
18	3.4.2	Activos tangíveis			-
19	3.4.3	Activos intangíveis			-
20	3.3	Activos intangíveis	-	-	-
21	3.3.1	Despesas de desenvolvimento			-
22	3.3.2	Propriedade industrial e outros direitos			-
23	3.3.3	Goodwill/Trespasse			-
24	3.3.4	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais			-
25	3.2	Activos tangíveis	*****	*****	36 380 103,34
26	3.2.1	Construções	436 165,30	119 942	316 223,30
27	3.2.2	Equipamento Básico	36 811 901,92	19 684 230	17 127 671,92
28	3.2.3	Mobiliário e equipamento administrativo/social	2 772 544,82	1 447 400	1 325 144,82
29	3.2.4	Equipamento de transporte	55 705 668,44	38 725 848	16 979 820,44
30	3.2.5	Taras e vasilhame			-
31	3.2.6	Ferramentas e utensílios	9 096 514,70	8 512 882	583 632,70
32	3.2.7	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais			860 084,00
33	3.2.9	Outros activos tangíveis	85 268,16	37 658	47 610,16
34	3.1	Investimentos financeiros	1 351 000,00	-	1 351 000,00
35	3.1.1	Investimentos em subsidiárias	1 096 000,00		1 096 000,00
36	3.1.2	Investimentos em associadas			-
37	3.1.3	Investimentos em entidades conjuntamente controladas	255 000,00		255 000,00
38	3.1.4	Outros investimentos financeiros			-
39	3.1.5	Investimentos detidos até a maturidade			-
40	3.1.6	Outros investimentos disponíveis para venda			-
41	4	Contas a Receber, Acréscimos e Diferimentos - Méd.	19 144 442,00	-	19 144 442,00
42	4.1	Clientes	-	-	-
43	4.1.1	Clientes c/c			-
44	4.1.2	Clientes-títulos a receber			-
45	4.2	Fornecedores	-	-	-
46	4.2.9	Adiamento a fornecedores			-
47	4.4	Estado	19 144 442,00	-	19 144 442,00
48	4.4.1	Imposto sobre o rendimento			-
49	4.4.2	Impostos retidos na fonte			-
50	4.4.3	Imposto sobre o valor acrescentado			-
51	4.4.5	Rectificações de impostos, contribuições e outros tributos			-
52	4.4.6	Impostos diferidos	19 144 442,00		19 144 442,00
53	4.5	Outros Devedores			-
54	B	ACTIVOS CORRENTES	*****	4 382 835,47	595 986 153,35
55	2	Inventários e activos biológicos	53 596 684,71	793 026,04	52 803 658,67
56	2.8	Regularização de Inventários			-
57	2.7	Activos biológicos			-
58	2.6	Matérias primas, auxiliares e materiais	53 596 684,71	793 026,04	52 803 658,67
59	2.5	Produtos ou serviços em curso			-
60	2.4	Subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos			-
61	2.3	Produtos acabados e intermédios			-
62	2.2	Mercadorias			-
63	2.1	Compras			-
64	4	Contas a Receber, Acréscimos e Diferimentos - Curt.	*****	3 589 809,43	194 847 542,48
65	4.1	Clientes	172 993 347,85	3 589 809,43	169 403 538,22
66	4.1.1	Clientes c/c	172 993 347,85	3 589 809,43	169 403 538,22
67	4.1.2	Clientes-títulos a receber			-
68	4.2	Fornecedores	4 110 672,00	-	4 110 672,00
69	4.2.9	Adiamento a fornecedores	4 110 672,00		4 110 672,00
70	4.4	Estado	13 148 899,90	-	13 148 899,90
71	4.4.1	Imposto sobre o rendimento	13 044 179,75		13 044 179,75
72	4.4.2	Impostos retidos na fonte	7 115,01		7 115,01
73	4.4.3	Imposto sobre o valor acrescentado	97 605,14		97 605,14
74	4.4.5	Rectificações de impostos, contribuições e outros tributos			-
75	4.4.6	Impostos diferidos			-
76	4.5	Outros Devedores	8 184 432,36		8 184 432,36
77	1	Meios Financeiros	9 589 495,99	-	9 589 495,99
78	1.1	Caixa			-
79	1.2	Bancos	9 589 495,99		9 589 495,99
80	1.2.1	Depósitos a ordem	9 589 495,99		9 589 495,99
81		Dos quais: No exterior			-
82	1.2.2	Depósitos com pré-aviso			-
83		Dos quais: No exterior			-
84	1.2.3	Depósitos a prazo			-
85		Dos quais: No exterior			-
86	1.3	Outros investimentos financeiros			-
87	1.3.1	Derivados			-
88	1.3.2	Detidos para negociação			-
89	1.3.3	Outros instrumentos financeiros ao justo valor através de resultados			-
90	4	Contas a Receber, Acréscimos e Diferimentos	*****	-	338 745 456,21
91	4.9.3	Acréscimos de rendimentos	328 412 855,97		328 412 855,97
92	4.9.4	Gastos diferidos	10 332 600,24		10 332 600,24
93		TOTAL DE ACTIVOS	*****	72 910 795,47	652 861 698,69
94					683 189 291,19

Anexo 4:

2				
3				
4		Código de Instituição:		
5		Ann Financeira:	2017	
6		Data de Inicio:	01.01.2017	
7		Data de Fim:	31.12.2017	
8	C	CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVOS	*****	652 861 698,69
9	5	Capital próprio	14 998 299,42	14 998 299,42
10	5.1	Capital	40 000 000,00	40 000 000,00
11	5.2	Acções ou quotas próprias	-	-
12	5.3	Prestações suplementares	-	-
13	5.4	Prémios de emissão de acções ou quotas	-	-
14	5.5	Reservas	2 067 769,77	2 067 769,77
15	5.6	Excedentes de revalorização de activos tangíveis e intangíveis	-	-
16	5.8	Outras variações no capital próprio	106 780 784,57	106 780 784,57
17	5.9	Resultados transitados	(97 564 971,66)	(97 564 971,66)
18		Resultado Líquido do Período	(36 285 283,26)	(36 285 283,26)
19	D	PASSIVOS NÃO CORRENTES	4 716 409,57	4 716 409,57
20	4	Contas a Pagar, Acréscimos e Diferimentos - Médio e L	4 716 409,57	4 716 409,57
21	4.1	Clientes	-	-
22	4.1.9	Ajustamento de Clientes	-	-
23	4.2	Fornecedores	-	-
24	4.2.1	Fornecedores s/c	-	-
25	4.2.2	Fornecedores - Títulos a pagar	-	-
26	4.3	Empréstimos Obtidos	4 716 409,57	4 716 409,57
27	4.3.1	Empréstimos bancários	4 716 409,57	4 716 409,57
28		Dos quais: No exterior	-	-
29	4.3.2	Empréstimos por obrigações	-	-
30	4.3.3	Empréstimos por títulos de participação	-	-
31	4.3.9	Outros empréstimos obtidos	-	-
32		Dos quais: No exterior	-	-
33	4.4	Estado	-	-
34	4.4.1	Imposto sobre o rendimento	-	-
35	4.4.2	Impostos retidos na fonte	-	-
36	4.4.3	Imposto sobre o valor acrescentado	-	-
37	4.4.4	Restantes impostos	-	-
38	4.4.5	Rectificações de impostos, contribuições e outros tributos	-	-
39	4.4.6	Impostos diferidos	-	-
40	4.4.9	Contribuições para o INSS	-	-
41	4.6	Outros credores	-	-
42	4.6.1	Fornecedores de investimento de capital	-	-
43	4.6.2	Pessoal	-	-
44	4.6.3	Sindicatos	-	-
45	4.6.4	Credores por subscrições não liberadas	-	-
46	4.6.5	Obrigacionistas	-	-
47	4.6.6	Consultores, assessores e intermediários	-	-
48	4.6.7	Credores - sócios, accionistas ou proprietários	-	-
49	4.6.7.1	Empréstimos obtidos	-	-
50	4.6.7.3	Resultados atribuídos	-	-
51	4.6.7.4	Lucros disponíveis	-	-
52	4.6.9	Credores diversos	-	-
53	4.8	Provisões	-	-
54	4.8.1	Processos judiciais em curso	-	-
55	4.8.2	Acidentes no trabalho - doenças profissionais	-	-
56	4.8.3	Impostos	-	-
57	4.8.4	Reestruturação de negócios	-	-
58	4.8.5	Contratos onerosos	-	-
59	4.8.6	Garantias a clientes	-	-
60	4.8.7	Perdas em contratos de construção	-	-
61	4.8.9	Outras provisões	-	-
62	E	PASSIVOS CORRENTES	*****	633 146 989,70
63	4	Contas a Pagar, Acréscimos e Diferimentos - Curto Pra	419 066 221,19	419 066 221,19
64	4.1	Clientes	78 259 195,89	78 259 195,89
65	4.1.9	Ajustamento de Clientes	78 259 195,89	78 259 195,89
66	4.2	Fornecedores	*****	222 706 877,85
67	4.2.1	Fornecedores s/c	222 706 877,85	222 706 877,85
68	4.2.2	Fornecedores - Títulos a pagar	-	-
69	4.3	Empréstimos Obtidos	84 755 447,78	84 755 447,78
70	4.3.1	Empréstimos bancários	84 755 447,78	84 755 447,78
71		Dos quais: No exterior	-	-
72	4.3.2	Empréstimos por obrigações	-	-
73	4.3.3	Empréstimos por títulos de participação	-	-
74	4.3.9	Outros empréstimos obtidos	-	-
75		Dos quais: No exterior	-	-
76	4.4	Estado	5 153 865,15	5 153 865,15
77	4.4.1	Imposto sobre o rendimento	-	-
78	4.4.2	Impostos retidos na fonte	192 986,10	192 986,10
79	4.4.3	Imposto sobre o valor acrescentado	4 835 926,26	4 835 926,26
80	4.4.4	Restantes impostos	4 796,54	4 796,54
81	4.4.5	Rectificações de impostos, contribuições e outros tributos	-	-
82	4.4.6	Impostos diferidos	-	-
83	4.4.9	Contribuições para o INSS	120 156,25	120 156,25
84	4.6	Outros credores	28 190 834,52	28 190 834,52
85	4.6.1	Fornecedores de investimento de capital	-	-
86	4.6.2	Pessoal	2 800,00	2 800,00
87	4.6.3	Sindicatos	2 007,50	2 007,50
88	4.6.4	Credores por subscrições não liberadas	16 000,00	16 000,00
89	4.6.5	Obrigacionistas	-	-
90	4.6.6	Consultores, assessores e intermediários	-	-
91	4.6.7	Credores - sócios, accionistas ou proprietários	27 140 967,37	27 140 967,37
92	4.6.7.1	Empréstimos obtidos	26 040 000,00	26 040 000,00
93	4.6.7.3	Resultados atribuídos	1 100 967,37	1 100 967,37
94	4.6.7.4	Lucros disponíveis	-	-
95	4.6.9	Credores diversos	1 029 059,65	1 029 059,65
96	4.8	Provisões	-	-
97	4.8.1	Processos judiciais em curso	-	-
98	4.8.2	Acidentes no trabalho - doenças profissionais	-	-
99	4.8.3	Impostos	-	-
100	4.8.4	Reestruturação de negócios	-	-
101	4.8.5	Contratos onerosos	-	-
102	4.8.6	Garantias a clientes	-	-
103	4.8.7	Perdas em contratos de construção	-	-
104	4.8.9	Outras provisões	-	-
105	4	Contas a Pagar, Acréscimos e Diferimentos	214 080 768,51	214 080 768,51
106	4.3.1	Acréscimos de gastos	156 086 675,48	156 086 675,48
107	4.3.2	Rendimentos diferidos	57 994 093,03	57 994 093,03
108		TOTAL DOS PASSIVOS	*****	637 863 339,27
109				631 905 708,51
110		TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO E DOS PASSIVOS	*****	652 861 698,69
111				683 189 291,19

Página 1

Página 3

Página 2

Página 4

A do

OS

8

Anexo 5:

Código da Instituição:	
Ano Financeiro:	2017
Data de Início:	01.01.2017
Data de Fim:	31.12.2017

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR NATUREZAS		
Gastos e Perdas	Período N	Período N-1
6.1 Custo dos inventários	84 859 673,41	61 412 003,54
6.1.1 Custo dos inventários vendidos ou consumidos	84 859 673,41	61 412 003,54
6.1.1.2 De mercadorias	4 552 333,35	10 366 666,65
6.1.1.6 De matérias primas, auxiliares e materiais	80 307 340,06	51 045 336,89
6.1.1.7 Activos biológicos		
6.1.2 Variação da produção		
6.2 Gastos com o pessoal	24 196 932,53	32 162 782,02
6.2.1 Remunerações dos órgãos sociais		
6.2.2 Remunerações dos trabalhadores	18 507 863,81	24 099 499,23
6.2.3 Encargos sobre remunerações	653 546,48	708 276,00
6.2.4 Benefícios pós-emprego		
6.2.5 Ajudas de custo	1 230 322,01	
6.2.6 Indemnizações	214 232,66	43 461,74
6.2.7 Seguros de acidentes no trabalho e doenças profissionais	160 973,92	195 908,11
6.2.8 Gastos de acção social		
6.2.9 Outros gastos com o pessoal	3 429 993,65	7 115 636,94
6.3 Fornecimentos e serviços de terceiros	32 387 310,70	26 595 772,59
6.3.1 Subcontratos	6 880 265,70	6 186 347,59
6.3.2 Fornecimentos e serviços	25 507 045,00	20 409 425,00
6.4 Perdas por imparidade do período	793 026,04	-
6.4.1 Ajustamentos de inventários para o valor realizável líquido	793 026,04	
6.4.2 Investimentos financeiros		
6.4.3 Activos Tangíveis		
6.4.4 Activos Intangíveis		
6.4.5 Activos não correntes detidos para venda		
6.4.6 Activos tangíveis de investimento		
6.4.7 Activos de exploração e avaliação de recursos minerais		
6.4.8 Contas a receber		
6.5 Amortizações do período	9 277 309,42	10 098 148,61
6.5.1 Activos tangíveis	9 277 309,42	10 098 148,61
6.5.2 Activos Intangíveis		
6.5.3 Activos tangíveis de investimento		
6.5.4 Activos de exploração e avaliação de recursos minerais		
6.6 Provisões do período	-	-
6.6.1 Processos judiciais em curso		
6.6.2 Acidentes no trabalho e doenças profissionais		
6.6.3 Impostos		
6.6.4 Reestruturação de negócios		
6.6.5 Contratos onerosos		
6.6.6 Garantias a clientes		
6.6.7 Perdas em contratos de construção		
6.6.9 Outras provisões		
6.7 Perdas por redução do justo valor	-	-
6.7.1 Instrumentos financeiros		
6.7.2 Activos tangíveis de investimento		
6.7.3 Activos biológicos		
6.8 Outros gastos e perdas operacionais	1 036 529,43	5 437 441,60
6.8.1 Despesas de investigação e pesquisa		
6.8.2 Impostos e taxas	284 477,53	1 295 552,41
6.8.3 Perdas em investimento de capital	510,28	
6.8.4 Perdas em inventários e activos biológicos		1 900 155,72
6.8.9 Outros gastos operacionais	751 541,62	2 241 733,47
6.9 Gastos e perdas financeiras	75 601 860,91	148 311 678,79
6.9.1 Juros suportados	47 670 509,89	39 770 286,30
6.9.1.1 Empréstimos bancários	44 694 670,47	37 450 081,43
6.9.1.2 Empréstimos obrigacionistas e títulos de participação		
6.9.1.3 Empréstimos de sócios, accionistas ou proprietários		
6.9.1.4 Outros empréstimos	1 905 321,27	338 810,28
6.9.1.5 Desconto de títulos		
6.9.1.6 Juros de mora e compensatórios	1 070 518,15	1 981 394,59
6.9.4 Diferenças de câmbio desfavoráveis	22 882 068,81	101 706 902,22
6.9.5 Descontos de pronto pagamento concedidos		
6.9.8 Outros gastos e perdas financeiros	5 049 282,21	6 834 490,27
6.9.8.1 Serviços bancários	5 049 282,21	6 834 490,16
6.9.8.9 Diversos não especificados		0,11
	228 152 642,44	284 017 827,15

Anexo 6:

Rendimentos e Ganhos		Período N	Período N-1
7.1	Vendas	71 999,68	2 613 269,44
7.1.1	Mercadorias	71 999,68	2 613 269,44
7.1.2	Produtos acabados e intermédios		
7.1.3	Subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos		
7.1.4	Activos biológicos		
7.1.5	IVA das vendas com imposto incluído		
7.1.6	Devolução de vendas		
7.1.7	Descontos e abatimentos		
7.2	Prestação de serviços	168 403 724,15	160 340 583,98
7.2.1	IVA da prestação de serviços com imposto incluído	178 364 498,51	217 749 298,94
7.2.6	Descontos e abatimentos	(9 960 774,36)	(57 408 714,96)
7.3	Investimentos realizados pela própria empresa	-	-
7.3.1	Investimentos financeiros		
7.3.2	Activos tangíveis		
7.3.3	Activos intangíveis		
7.3.4	Investimentos em curso		
7.4	Reversões do período	-	2 068 546,43
7.4.1	De perdas por imparidade	-	2 068 546,43
7.4.1.1	Ajustamentos de inventários para o valor realizável líquido		
7.4.1.2	Investimentos financeiros		
7.4.1.3	Activos tangíveis		
7.4.1.4	Activos intangíveis		
7.4.1.5	Activos não correntes detidos para a venda		
7.4.1.6	Activos tangíveis de investimento		
7.4.1.7	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais		
7.4.1.8	Contas a receber		2 068 546,43
7.4.2	De amortizações		
7.4.3	De provisões		
7.5	Rendimentos suplementares	-	-
7.5.1	Serviços sociais		
7.5.2	Aluguer de equipamento		
7.5.3	Venda de energia		
7.5.4	Estudos, projectos, pesquisas e investigações		
7.5.5	Assistência técnica		
7.5.6	Royalties		
7.5.7	Cargos sociais exercidos noutras empresas		
7.5.9	Outros rendimentos suplementares inerentes ao valor acrescentado		
7.6	Outros rendimentos e ganhos operacionais	139 127,73	266 954,36
7.6.1	Subsídios para investimentos		
7.6.2	Subsídios à exploração		
7.6.3	Ganhos em investimentos de capital		158 600,00
7.6.4	Ganhos em inventários e activos biológicos		
7.6.9	Outros rendimentos alheios ao valor acrescentado	139 127,73	108 354,36
7.8	Rendimentos e ganhos financeiros	25 187 081,08	70 405 543,46
7.8.1	Juros obtidos	35 575,04	9 556,04
7.8.2	Rendimentos de activos tangíveis e investimento		
7.8.3	Rendimentos de instrumentos financeiros		
7.8.4	Diferenças de câmbio favoráveis	25 151 506,04	70 358 775,62
7.8.5	Descontos de pronto pagamento obtidos		
7.8.9	Outros rendimentos e ganhos financeiros		37 211,80
7.9	Ganhos por aumento de justo valor	-	-
7.9.1	Instrumentos financeiros		
7.9.2	Activos tangíveis de investimento		
7.9.3	Activos biológicos		
		193 801 932,64	235 694 897,67
Resultados		Período N	Período N-1
8.1	Resultados operacionais	16 064 070,03	29 583 205,85
8.2	Resultados financeiros	(50 414 779,83)	(77 906 135,33)
8.3	Resultados correntes	(34 350 709,80)	(48 322 929,48)
8.5	Imposto sobre o rendimento	1 934 573,68	(4 885 268,24)
8.5.1	Imposto corrente	18 375,00	
8.5.2	Imposto diferido	1 916 198,68	(4 885 268,24)
8.8	Resultado líquido do período	(36 285 283,48)	(43 437 661,24)
8.9	Dividendos antecipados		

Anexo 7:

1						
2	Código da Instituição:					
3	Ano Financeiro:		2017			
4	Data de Início:		01.01.2017			
5	Data de Fim:		31.12.2017			
6						
7	MOVIMENTOS DO IMOBILIZADO					
8					Aumentos	
9	Código	Designação	Saldo inicial (1)	Reavaliação (2)	Total (3)	Do qual
10						Trabalhos para a própria empresa (4)
11	3.6	Activos tangíveis de investimento				Aquisições (5)
12	3.5	Activos não correntes detidos para a venda				
13	3.4	Investimentos em curso	-	-	-	-
14	3.4.2	Activos tangíveis				
15	3.4.3	Activos intangíveis				
16	3.3	Activos intangíveis	-	-	-	-
17	3.3.1	Despesas de desenvolvimento				
18	3.3.2	Propriedade industrial e outros direitos				
19	3.3.3	Goodwill				
20	3.3.4	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais				
21	3.2	Activos tangíveis	#####	-	69 818,64	-
22	3.2.1	Construções	466 590,00		10 597,42	10 597,42
23	3.2.2	Equipamento Básico	36 811 902,00			
24	3.2.3	Mobiliário e equipamento administrativo social	2 713 324,00		59 221,22	59 221,22
25	3.2.4	Equipamento de transporte	55 705 668,00			
26	3.2.5	Taras e vasilhame				
27	3.2.6	Ferramentas e utensílios	9 096 515,00			
28	3.2.7	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais				
29	3.2.9	Outros activos tangíveis	85 268,00			
30	3.1	Investimentos Financeiros	1 351 000,00	-	-	-
31	3.1.1	Investimentos em subsidiárias	1 096 000,00			
32	3.1.2	Investimentos em associadas				
33	3.1.3	Investimentos em entidades conjuntamente controladas	255 000,00			
34	3.1.4	Outros investimentos financeiros				
35	3.1.5	Investimentos detidos até a maturidade				
36	3.1.6	Outros investimentos disponíveis para venda				

Anexo 8:

Código da Instituição:							
Ano Financeiro:		2017					
Data de Início:		01.01.2017					
Data de Fim:		31.12.2017					
MOVIMENTOS DO IMOBILIZADO							
Código	Designação	Alienações (6)	Transferências (7)	Abates (8)	Saldo final (9)	Amortizações acumuladas (10)	
3.6	Activos tangíveis de investimento						
3.5	Activos não correntes detidos para a venda						
3.4	Investimentos em curso	-	-	-	-	-	
3.4.2	Activos tangíveis						
3.4.3	Activos intangíveis						
3.3	Activos intangíveis	-	-	-	-	-	
3.3.1	Despesas de desenvolvimento						
3.3.2	Propriedade industrial e outros direitos						
3.3.3	Goodwill						
3.3.4	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais						
3.2	Activos tangíveis	(41 022,22)	-	-	104 908 063,34	68 527 960,56	
3.2.1	Construções	(41 022,22)			436 165,30	119 942	
3.2.2	Equipamento Básico				36 811 901,92	19 684 230	
3.2.3	Mobiliário e equipamento administrativo social				2 772 544,82	1 447 400	
3.2.4	Equipamento de transporte				55 705 668,44	38 725 848	
3.2.5	Taras e vasilhame						
3.2.6	Ferramentas e utensílios				9 096 514,70	8 512 882	
3.2.7	Activos de exploração e avaliação de recursos minerais						
3.2.9	Outros activos tangíveis				85 268,16	37 658	
3.1	Investimentos Financeiros	-	-	-	1 351 000,00	-	
3.1.1	Investimentos em subsidiárias				1 096 000,00		
3.1.2	Investimentos em associadas						
3.1.3	Investimentos em entidades conjuntamente controladas				255 000,00		
3.1.4	Outros investimentos financeiros						
3.1.5	Investimentos detidos até a maturidade						
3.1.6	Outros investimentos disponíveis para venda						

Anexo 9:

Código da Instituição:							
Ano Financeiro:		2017					
Data de Início:		01.01.2017					
Data de Fim:		31.12.2017					
DEMONSTRAÇÃO DO CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS E DAS MATÉRIAS CONSUMIDAS E DA VARIAÇÃO DA PRODUÇÃO							
A		Mercadorias		Matérias primas, auxiliares e materiais	Activos biológicos		
1	Existências iniciais			55 370 814,60			
2	Compras		4 552 333	76 947 158,09			
3	Regularização de existências (a)			793 026,04			
4	Existências finais			52 803 658,67			
5	Custo das mercadorias vendidas e das matérias consumidas (5 = 1+2+3-4)		4 552 333,33	80 307 340,06		0	
B		Produtos Acabados e Intermediários		Subprodutos, Desperdícios, Resíduos e Refugos	Produtos ou Serviços em Curso		
1	Existências finais		-			0	
2	Regularização de existências (a)						
3	Existências iniciais		615 248,69			25 600 987	
4	Variação da produção (4 = 1 + 2 - 3) (a)		(615 248,69)			-	(25 600 987,33)

(a) se negativo, inscreva o valor como respectivo sinal