



XXVI JORNADAS  
LUSO-ESPAÑOLAS

# GESTÃO CIENTÍFICA

*Competitividade das Regiões Transfronteiriças*

IDANHA-A-NOVA, 3 A 6 DE FEVEREIRO DE 2016  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE IDANHA-A-NOVA  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE CASTELO BRANCO

**Área Temática:** Contabilidade

## **A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA E A SUA RELAÇÃO COM AS CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA: REFLEXÃO E EVIDÊNCIA A PARTIR DO ANEXO**

**Fernando José Peixinho de Araújo Rodrigues**

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança  
do Instituto Politécnico de Bragança  
Economista/Revisor Oficial de Contas

[peixinho@ipb.pt](mailto:peixinho@ipb.pt)

**Amélia Maria Martins Pires**

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança  
do Instituto Politécnico de Bragança

[amelia@ipb.pt](mailto:amelia@ipb.pt)

### **Resumo**

Este artigo procura estabelecer algum tipo de relação entre as características da empresa e a informação que é por estas divulgada a partir do Anexo. Propõe-se, para tanto, avaliar se a informação divulgada responde, e em que medida, às exigências do normativo para discutir e compreender se o Anexo que é preparado e divulgado pelas empresas surge condicionado pelas características da envolvente em geral e da empresa em particular. Utilizámos, para o efeito, a informação divulgada por um conjunto de empresas que seleccionámos com referência aos anos de 2010 a 2013, inclusivé. Os resultados levam-nos a deduzir, em concordância com as teorias positiva da contabilidade, da agência ou da necessidade de balancear custos com o retorno de divulgar, que a quantidade e diversidade de informação a divulgar se faz depender, em grande medida, das características da envolvente em geral e do tecido empresarial em particular.

### **Abstract**

This paper aims to establish some type of relation between the characteristics of the company and the information that is disclosed from the Annex. To this end evaluate whether the information disclosed responds, and to what extent, the requirements of the normative to discuss and understand the Annex which is prepared and published by the companies comes conditioned by the characteristics of the surrounding and the company in this case. We used for this purpose the information disclosed by a group of companies that we selected with reference to the years 2010-2013 inclusive.

The results allowed to develop a set of reflections in accordance with the positive accounting theory and agency theory or the need to balance costs with the return of disclose, lead us to intuit that the quantity and diversity of information to be disclosed does depend in large extent on the characteristics of the surrounding in general and the business environment in particular.

**Palavras-chave:** Anexo; notas às contas anuais; informação qualitativa; relato financeiro; divulgações.

**Keywords:** notes to the financial statements; information to disclosed; qualitative information; financial reporting; disclosed.

## Introdução

O fenómeno da globalização introduziu componentes de elevada complexidade, fez cair os tradicionais modelos de comportamento e colocou-nos perante o desafio de aprender a viver numa sociedade em mudança, com um novo ritmo, instabilidade e incerteza. A necessidade de dar resposta às novas e crescentes solicitações dos agentes económicos em termos de relato financeiro justifica as reformas mais ou menos profundas a que temos vindo a assistir, um pouco por todo o lado, e onde o *International Accounting Standard Board* – IASB vem assumindo um importante papel. Em Portugal, este processo de convergência com o referencial internacional traduziu-se na adoção do Sistema de Normalização Contabilística – SNC e revogação do POC.

A informação financeira para ser útil tem de ser comparável, relevante e fiável e deve ser preparada a partir de um quadro de referência que se presume exigente e claramente definido. Porém, se atendermos à reduzida dimensão de algumas entidades, e em Portugal são muitas, a relação custo benefício na preparação da informação financeira é fortemente equacionada. São alguns os constrangimentos que se colocam aos preparadores da informação financeira no momento de definirem as políticas de reconhecimento, mensuração e de divulgação de uma entidade. É, pois, no quadro destes constrangimentos, que também poderão ser encarados como desafios, que se situa o nosso objeto de estudo, fundamentalmente centrado na avaliação da informação qualitativa divulgada a partir do Anexo com o objetivo de identificar a importância que o referencial normativo (SNC) atribui ao relato financeiro como um todo e à informação de natureza qualitativa em particular. Propomos identificar um padrão de divulgação através da comparação das divulgações exigidas pelas normas com o Anexo que é efetivamente preparado e divulgado pelas empresas, a partir de uma amostra suficientemente representativa do tecido empresarial português.

Para dar resposta a este objetivo o presente trabalho desenvolve-se, para além desta introdução e conclusões, em duas partes. Uma primeira de enquadramento teórico, que pretende ser uma reconstrução interpretativa e crítica em torno dos fatores capazes de poderem influenciar a informação a ser divulgada, e uma segunda que consubstancia a investigação empírica propriamente dita, desenvolvida com base na informação recolhida a partir de um conjunto de empresas que selecionámos para o efeito com o objetivo de se obter evidência sobre as suas práticas de divulgação, a partir do Anexo, para, a partir delas, procurarmos refletir se as empresas, no momento de definirem as suas políticas de divulgação, são ou não condicionadas, e em que medida, pelas características da envolvente em geral e pelas da empresa em particular.

## 1. Revisão de literatura

### 1.1. Características da envolvente e seleção das políticas contabilísticas e das práticas de divulgação: uma explicação a partir da teoria

Até ao início do século XX a contabilidade foi-se desenvolvendo sob uma perspetiva estritamente legalista, dando cumprimento ao objetivo de mostrar a posição da entidade perante terceiros e evidenciar o património enquanto garante do cumprimento das suas obrigações. Sob esta perspetiva fez-se prevalecer a forma jurídica à substância económica dos factos patrimoniais e assentar o processo de reconhecimento e mensuração em critérios de objetividade e verificabilidade (Cravo, 1991). A conjuntura económica que se desenvolveu nos períodos pós guerra gerou novas necessidades e levou a contabilidade a ser entendida como determinante para o funcionamento de uma economia de mercado, convertendo-a num sistema de informação cada vez mais aberto e capaz de ser influenciado pela envolvente em cada momento. Estes desenvolvimentos vieram dar um novo propósito à informação financeira, obrigando-a a dar resposta às necessidades de um grupo de utilizadores cada vez mais heterogéneo. É neste contexto que a importância da contabilidade passa a ser medida em função da sua capacidade para ser útil aos *stakeholders* e, em concordância, os critérios de verificabilidade e objetividade dão lugar a critérios de relevância (Tua, 1988).

A teoria leva-nos a pensar que a preparação da informação financeira implica apreciações e opções, tomando-a dependente da envolvente onde a entidade que a prepara atua. A seleção e aplicação dos critérios contabilísticos para a produção de informação financeira são conjeturadas, isto é, resultam da necessidade de ponderar a informação face aos interesses dos seus utilizadores. A importância dada à informação financeira, fundamentalmente as maiores necessidades e exigências no momento da sua preparação, dependem das características da envolvente em geral e do tecido empresarial em particular. São, pois, fatores da envolvente que condicionam e determinam, em grande medida, as características do sistema contabilístico (Pires & Rodrigues, 2011; Rodrigues, Pires & Pereira; 2014 e Pires, Rodrigues & Lopes, 2015).

Neste sentido, a seleção das políticas contabilísticas e das práticas de divulgação de informação de uma empresa são consequência da regulamentação contabilística mas também de um conjunto de fatores específicos da empresa e da sua envolvente (Watts & Zimmermann, 1986, 1990). Ainda que os estudos desenvolvidos para identificar o nível de relação entre os fatores culturais e a estrutura de relato sejam inconclusivos, a literatura vem-lhe dando destaque crescente, enquanto componentes dos conceitos, normas e práticas contabilísticas, reconhecendo-se que o desenvolvimento contabilístico não é aleatório ou arbitrário (Tua, 1998). A dificuldade em vincular diretamente esse desenvolvimento aos fatores de natureza cultural contrasta com a convicção de que tal relação existe e que a própria história ajuda a justificar, como o demonstra o facto de países com fatores culturais semelhantes apresentarem sistemas contabilísticos idênticos, como o reflexo das suas condições sociais, económicas, jurídicas e culturais (Choi, *et al.*, 1999; Cañibano & Mora, 2000, Alexander *et al.*, 2003).

Com base nesta linha de raciocínio muita investigação tem sido desenvolvida e da qual se vem recolhendo evidência de que, por exemplo, as fontes de financiamento, a par das características do tecido empresarial, se constituem em importantes justificações para a existência de diferenças, na medida em que as empresas que privilegiam o seu financiamento a partir do sistema bancário, para além de obedecerem a uma determinada tipologia e estrutura de capitais, orientam a sua informação financeira para os credores, enquanto as empresas de capital aberto veem os investidores como o seu principal financiador e, consequentemente, como um utilizador privilegiado da sua informação (Nobes & Parker, 2008). A relação entre o sistema fiscal e o sistema contabilístico é também uma das razões frequentemente apontadas para justificar as diferenças ao nível da informação divulgada pelas empresas (Radebaugh & Gray, 1993; Pires & Rodrigues, 2011; Rodrigues, Pires & Pereira, 2014 e Pires, Rodrigues & Lopes, 2015).

Estas opções, relativamente às práticas de divulgação de informação, vêm sendo explicadas com recurso a um conjunto de teorias que de forma integrada têm procurado contribuir para uma melhor compreensão desta problemática. Sendo a contabilidade um sistema de informação que pretende satisfazer necessidades informativas de um grupo amplo e diversificado – os *stakeholders* – o desafio que se coloca ao órgão de gestão, no momento de definir políticas contabilísticas, tem na base a necessidade de fazer opções e gerir essas mesmas opções em função dos interesses dos diferentes grupos de pressão.

### 1.1.1. Teoria Positiva da Contabilidade

A teoria positiva da contabilidade (PAT) ajuda a compreender o porquê do órgão de gestão optar por determinadas políticas contabilísticas em detrimento de outras (Watts & Zimmermann, 1986). Nesta perspetiva, esta teoria entronca nos fundamentos da teoria da agência, introduzida por Berle e Mens (1932) com o objetivo de analisar os conflitos gerados entre detentores de capital e administradores/gestores. A maior ou menor separação entre a propriedade e a gestão não é uma questão de menor importância na esfera da normalização contabilística e, por essa via, na estrutura e conteúdo do relato financeiro. Recorde-se que as características do tecido empresarial, em particular no que respeita à dimensão e estrutura de capital e, dentro desta, a existência ou não de separação entre propriedade e gestão, vêm sendo apontadas como fatores condicionadores do desenvolvimento dos sistemas contabilísticos (Nobes & Parker, 2008). Neste contexto, a separação não só justifica a existência de diferentes grupos de pressão como ajuda a compreender que as necessidades informativas são diferentes. O órgão de gestão tem motivações próprias que o levam a agir no seu próprio interesse e a desenvolver comportamentos que podem comprometer quer os interesses dos proprietários quer dos credores (Watts & Zimmermann, 1978). Esta realidade ganha expressão a partir dos anos setenta do século XX, momento a partir do qual se assiste a uma crescente disseminação do capital das empresas e a uma natural separação entre propriedade e gestão, dando expressão aos denominados custos de agência (Jansen & Mackling, 1976), consequência de eventuais conflitos de interesses provocados pelo facto de os gestores/administradores poderem agir em seu próprio interesse e não em defesa dos interesses de quem os mandou para o cargo. É na base desta divergência de interesses que a PAT, que assenta na ideia de que as políticas contabilísticas são condicionadas pelos incentivos que movem os gestores, levanta alguns cenários comportamentais, nomeadamente quando os gestores têm planos de remuneração indexados aos resultados contabilísticos e/ou performance bolsista (Watts & Zimmermann, 1978). Para outros, a divulgação de informação voluntária é influenciada pela existência de assimetrias de informação e custos de agência, quer entre gestores e acionistas quer entre a empresa e os seus credores. Porém, os gestores só optam por divulgar informação para reduzir a assimetria informativa se não tiverem nenhum tipo de incentivo que os leve a agir de outra forma (Botosan, 1997).

### 1.1.2. Teoria da sinalização

A teoria da sinalização, desenvolvida por Ross (1977) para resolver os problemas provocados pela assimetria informativa, é frequentemente utilizada para ajudar a compreender o porquê das empresas adotarem determinadas práticas informativas, nomeadamente em cenários de informação assimétrica, situação em que o mercado não tem como distinguir uma boa de uma má empresa (Spence, 1973). As boas empresas são incentivadas a divulgar, sinalizando aquilo que as permite distinguir das más, o que equivale por dizer que a qualidade da empresa é um incentivo à divulgação (Botosan, 1997 e Miller & Whiting, 2005). A sinalização pode diminuir as assimetrias, como acontece nos casos de divulgação da política de financiamento (Morris, 1987). Porém, tem custos que importa balancear com os retornos esperados dessa divulgação (Spence, 1973).

### 1.1.3. Balanceamento entre custo e benefício

Se é verdade que uma maior divulgação de informação se traduz na redução do custo do capital próprio (Botosan, 1997) e dos custos com o endividamento (Sengupta, 1998), ou que desperta o interesse dos analistas e aumenta a liquidez das acções (Healy & Papeln, 2001), também não é menos verdade que o processo de preparar e divulgar informação tem custos que importa ponderar e avaliar. Aliás, esta é uma tarefa que envolve grande dificuldade para os preparadores da informação financeira (Nobre, 2003) e constitui “... *mais um constrangimento influente ...*” porque “*os benefícios derivados da informação devem exceder o custo de a proporcionar. A avaliação dos benefícios e custos é (...) um processo de ajuizamento ...*” pelo que “... *os preparadores e utentes devem estar conscientes deste constrangimento*” (EC, §44). O equilíbrio que se impõe é, contudo, mais facilmente conseguido nas empresas de maior dimensão, de capital aberto, com maior visibilidade ou custos de agência mais elevados porque mais facilmente poderão ver compensados ou diluídos os custos a suportar com a preparação da informação financeira (Botosan, 1997).

## 1.2. As características da empresa e a sua influência na informação financeira divulgada

As características da empresa, em particular no que respeita a aspetos estruturais como a dimensão, estrutura de capital, setor de atividade, auditoria, nível de endividamento ou variáveis de desempenho e mercado, têm sido amplamente estudadas no sentido de se poder identificar fatores capazes de justificar a existência de determinados padrões de divulgação de informação. As fontes disponíveis permitem concluir que há características que ajudam a explicar o nível de divulgações ainda que nem todas confirmem a existência de uma associação positiva (Ferreira, 2008).

A literatura é consensual em apontar a existência de uma associação positiva entre o tamanho e o nível de divulgações (Chavent *et al.*, 2006) geralmente justificada pela necessidade de fazer reduzir custos de agência, assimetrias informativas, custos de obtenção de capital (Botosan, 1997; Li *et al.*, 2007) ou, ainda, porque estas empresas (Christie, 1990; Cooke, 1992; Meek *et al.*, 1995; Ashbaugh, 2001):

- Dispõem de melhores e mais desenvolvidos recursos, nomeadamente ao nível dos sistemas de informação;
- São, em termos concorrenciais, menos penalizadas pela divulgação, comparativamente às pequenas empresas (Guerreiro, 2006); e
- Sentem uma maior pressão social, porque mais expostas e objeto de maior interesse por parte dos analistas (Lang & Lundholm, 1993; Carvalho, 2008).

Por sua vez, as empresas com elevadas taxas de rentabilidade tendem a divulgar mais, seja com o objetivo de se distinguirem das empresas com rentabilidades mais baixas e com isso atraírem potenciais investidores (Meek *et al.*, 1995) seja porque os gestores sentem maior motivação para divulgar quando os resultados são elevados porque isso lhes confere maior prestígio e remuneração (Chavent *et al.*, 2006). Há também quem defenda que as empresas com menores rentabilidades podem aumentar a quantidade de informação divulgada numa tentativa de explicar o seu menor desempenho e fundamentar expectativas de crescimento futuro (Lang & Lundholm, 1993; Meek *et al.*, 1995; Álvarez, 2001; Figueiredo *et al.*, 2002; Fernández *et al.*, 2006) como, ainda, quem alerte para o facto de a rentabilidade ser um indicador de difícil precisão e medição (Álvarez, 2001) pelo que, e ainda que a teoria da sinalização sugira que as boas empresas têm benefícios em sinalizar, a evidência disponível não permite concluir pela existência de uma relação positiva e estatisticamente significativa entre estas variáveis.

A dispersão do capital constitui, também, um forte incentivo à divulgação de informação e tende a ser potenciada quando, em simultâneo, exista separação entre a propriedade e a gestão (Lang & Lundholm, 1993). A evidência empírica não só aponta para uma reduzida qualidade da informação divulgada quando a dispersão de capital é reduzida e a concentração da propriedade e gestão é elevada como sugere a existência de associação positiva entre a quantidade e a qualidade da informação divulgada e a dispersão de capital (Gelb, 2000).

A teoria defende, ainda, a existência de uma associação positiva entre o nível de endividamento e a quantidade de divulgações nos casos de maior alavancagem decorrente da necessidade de reduzir custos de agência (Li *et al.*, 2007) e da maior pressão colocada pelos credores que, consequência do nível de endividamento, exigem informação que os ajude a ponderar o risco de crédito (Palmer, 2006; Chavent *et al.*, 2006; Li *et al.*, 2007).

A auditoria externa<sup>1</sup>, não sendo propriamente uma característica da empresa surge, também, como uma variável a considerar. No âmbito da sua missão de examinar as demonstrações financeiras (DF) com o objetivo de assegurar a sua conformidade com as normas técnicas e, nesta circunstância, conferir-lhe a credibilização suficiente para afastar as consequências de um potencial conflito de interesses entre quem prepara a informação e aqueles que a utilizam, faz recomendações que acabam por influenciar a forma como as DF são preparadas. A auditoria, ao exercer a sua função de recomenda ou sugerir está, ainda que implicitamente, a influenciar a quantidade e o conteúdo da informação pelo que dificilmente se conseguirá manter equidistante de todas as partes. O auditor externo não só audita como influencia o conteúdo das DF e relatórios anuais (Oliveira *et al.*, 2006; Gallery *et al.*, 2008; Lemos *et al.*, 2009). As empresas sujeitas a auditoria externa tendem a apresentar maior volume de informação porque os seus auditores lhes preparam um “modelo tipo” de divulgações (Palmer, 2006). Pelo contrário, as de menor dimensão, porque dotadas de recursos mais escassos e menos apoiadas no plano técnico, apresentam por norma maiores dificuldades a este nível, acabando por divulgar menos (Oliveira *et al.*, 2006; Gallery *et al.*, 2008; Lemos *et al.*, 2009).

Por sua vez, o setor de atividade a que a empresa pertence parece, também, não ser de todo indiferente às suas opções contabilísticas, ou seja, há evidências quanto à sua capacidade para ajudar a explicar e justificar as políticas que as empresas de determinados setores de atividade tendem a adotar (Conceição, 2009). As empresas que pertencem a um determinado setor têm práticas de divulgação específicas (Watts & Zimmermann, 1990) pelo que a opção de preparar e divulgar informação é uma decisão a que não é alheia a natureza da atividade da empresa (Meek *et al.*, 1995). Por exemplo, o setor financeiro surge, em termos relativos, como o que mais divulga (Guerreiro, 2006) e as empresas industriais como as de maior apetência para divulgar, comparativamente às não industriais (Cooke, 1992). Nestes termos, e ainda que o setor de atividade não seja propriamente uma característica da envolvente surge, não raras vezes, apresentado como uma variável com capacidade explicativa para justificar as opções pelas políticas contabilísticas (Conceição, 2009).

### 1.3. O Anexo

O Anexo justifica-se, como a sua designação sugere, pela sua natureza de complementaridade relativamente às demais DF. Enquanto estas são um produto inevitável de todo o sistema contabilístico o Anexo pretende ser uma extensão daquelas, daí o seu caráter aberto e flexível para permitir incluir a divulgação de situações ou factos que por diferentes razões não tenham expressão nas demais. Cravo (2009) destaca o enorme contributo que o Anexo pode dar e aconselha a olhar para esta DF como o “salvo-conduto” da atuação profissional porque “num sistema assente em bases mais subjetivas a única hipótese de defesa é divulgar os pressupostos em que se fez assentar a decisão”. Sob o pressuposto de que a contabilidade tem a incumbência de explicar todos os factos que ocorrem na vida de uma empresa, sejam ou não suscetíveis de mensuração objetiva e verificável, cabe ao Anexo a função de divulgar informação de natureza qualitativa que seja capaz de responder a esses objetivos (NCRF 1, §42).

Porém, e exceto para as quatro primeiras notas, que se prevê que sejam comuns, o normativo contabilístico não impõe um “modelo de Anexo”. Deixa, neste particular, liberdade para que cada entidade crie a sua própria estrutura ainda que sugira que a partir da nota 5 seja utilizada uma numeração que poderá obedecer à das próprias NCRF (Portaria n.º 986/09). Com base nestes princípios orientadores desenvolvemos um conjunto de notas que consubstanciam um índice global de divulgação (IGD), a que também chamamos “Modelo Conceptual de Anexo”, e que constitui uma proposta de Anexo desenvolvida a partir do capítulo “divulgações” das

---

<sup>1</sup> Em Portugal estas funções de fiscalização são da responsabilidade de um Revisor Oficial de Contas (ROC) a quem compete a emissão, nos termos dos artigos 262º e 413º do Código das Sociedades Comerciais (CSC), de entre outros, da Certificação Legal de Contas (CLC), do Relatório Anual da Fiscalização Efetuada e do Parecer do Conselho Fiscal/Fiscal Único.

diferentes NCRF. Esta proposta de IGD integra quatro grandes grupos temáticos de divulgações, conforme quadro 1 que se segue, e que designámos por G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub>, G<sub>3</sub>, G<sub>4</sub> respetivamente.

Quadro 1: Modelo Conceptual de Anexo

<b>Tipo</b>	<b>N.º</b>	<b>Ítems de informação</b>
<b>G<sub>1</sub>: Tronco Comum</b>	<b>1</b>	-Identificação da empresa/grupo
	<b>2</b>	-Referencial normativo aplicável, tipificando e justificando, para efeitos de comparabilidade, as derrogações efectuadas e os agregados não comparáveis;
	<b>3</b>	-Políticas contabilísticas, nomeadamente as de mensuração, e pressupostos que sustentam a sua opção, assim como um comentário sobre ocorrências “após a data de balanço”; e
	<b>4</b>	-Fluxos de caixa das principais actividades e caracterização do saldo de caixa
<b>G<sub>2</sub>: Estrutura Patrimonial e Financeira</b>	<b>5</b>	-Activos Intangíveis e fundamentos que suportam o seu reconhecimento e mensuração, inicial e subsequente, e uma reconciliação das quantias escrituradas;
	<b>6</b>	-Activos Fixos Tangíveis e os fundamentos que suportam o seu reconhecimento e mensuração, inicial e subsequente, uma reconciliação das quantias escrituradas e a existência de eventuais restrições ou compromissos contratuais;
	<b>7</b>	-Activos não correntes detidos para venda e unidades operacionais descontinuadas, nomeadamente no que respeita aos pressupostos para a sua classificação como, efeitos financeiros e implicações nas actividades operacionais da entidade;
	<b>8</b>	-Propriedades de Investimento, fundamentando o investimento em e as bases para a sua mensuração, com divulgação do justo valor quando não mensurados como tal, e quais os rendimentos gerados;
	<b>9</b>	-Investimentos financeiros, quer na perspectiva do empreendedor quer na do investidor divulgando, para este último, o justo valor quando disponível e a informação financeira resumida, independentemente do reconhecimento ou não pelo Método da Equivalência Patrimonial assim como a presunção, ou não, da (in)existência de influência significativa;
	<b>10</b>	-Capitalização de custos de empréstimos, nomeadamente no que respeita à quantia capitalizada no período e taxa usada;
	<b>11</b>	-Perdas por imparidade, descrevendo as avaliações efectuadas e suas conclusões;
	<b>12</b>	-Inventários, informando sobre a política de mensuração e respectivas quantias, forma de custeio e existência de inventários dados como penhor;
	<b>13</b>	-Instrumentos financeiros, descrevendo-os e divulgando as bases de mensuração e políticas contabilísticas;
	<b>14</b>	-Outras alterações no capital próprio, explicando convenientemente as alterações;
	<b>15</b>	-Locações, dando a conhecer a quantia, inicial e subsequente e respectivos acordos;
	<b>16</b>	-Subsídios e apoios do Governo, informando sobre os diferentes apoios de que a entidade beneficiou e a política contabilística adoptada para o seu reconhecimento;
	<b>17</b>	-Provisões, apresentando uma reconciliação e explicação das quantias escrituradas.
<b>G<sub>3</sub>: Formação e medida do resultado</b>	<b>18</b>	-Gastos de maior relevância, de que são exemplo os dispêndios em I&D;
	<b>19</b>	-Natureza dos gastos, nomeadamente os de magnitude relevante e ocorrência pontual;
	<b>20</b>	-Resultados decorrentes da aplicação do justo valor;
	<b>21</b>	-Formação do rédito, nomeadamente os decorrente da aplicação do valor presente.
<b>G<sub>4</sub>: Outras Divulgações</b>	<b>22</b>	-Ativos e passivos contingentes;
	<b>23</b>	-Reconhecimento do gasto por imposto, corrente e diferido;
	<b>24</b>	-Outras que se julguem pertinentes para a obtenção da “representação apropriada”.

Fonte: Elaboração própria.

Ao G<sub>1</sub> atribuímos a designação de “Tronco Comum”, por compreender as quatro primeiras notas e, fundamentalmente, porque o seu conteúdo é comum a todas as entidades e as suas notas são de identificação e explicações gerais; o G<sub>2</sub> denominámos de “Estrutura patrimonial e financeira” porque o conjunto de notas que o integram visam apresentar esclarecimentos acerca dos principais agregados do balanço; por sua vez, ao G<sub>3</sub>, base a designação de “Formação e medida do resultado” porque às suas notas cumpre informar sobre os principais agregados do resultado, nomeadamente no que respeita aos que decorrem da aplicação do justo valor e do valor presente, em particular nos casos do reconhecimento do rédito, assegurando uma compreensão adequada da sua grandeza e formação; e, finalmente, G<sub>4</sub> para acolher “Outras divulgações relevantes” que se julguem pertinentes para efeitos de obtenção da “imagem verdadeira e apropriada” e que, de resto, poderão ser várias, em função da entidade e suas características e das circunstâncias que, em cada momento, justifiquem a necessidade de introduzir outros esclarecimentos.

## 2. Metodologia

### 2.1. Natureza da investigação e objeto de estudo

O nosso estudo surge desenvolvida tomando por base uma metodologia de natureza qualitativa utilizando como método de investigação a análise de conteúdo (Gray & Lavers, 1995). Sendo nosso propósito desenvolver uma análise ao conteúdo do Anexo com o objetivo não só de procurar perceber as opções de divulgação como de as interpretar à luz das características da envolvente em geral e da empresa em particular, sob a convicção de que o Anexo, enquanto resultado de uma prática social, se apresenta como uma construção e o reflexo da atuação dos diferentes agentes económicos e das suas características, adotámos uma posição filosófico-interpretativa assente na crença de que as práticas sociais, enquanto reflexo de uma construção social, podem ser alteradas pelos atores presentes na sociedade. Propomo-nos estudar um fenómeno social e procurar compreender as ações dos agentes económicos (Bogdan & Biklen, 1994) com o objetivo de proporcionar informação rica, detalhada e contextualizada sobre a forma como este fenómeno é interpretado, compreendido, produzido e constituído (Major & Vieira, 2009).

Para lhe dar resposta levantámos as seguintes questões de investigação:

Questão 1: As empresas portuguesas elaboram um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo?; e

Questão 2: As opções do órgão de gestão relativamente às políticas de divulgação e da pertinência em divulgar a partir do Anexo são condicionadas ou incentivadas por fatores da envolvente ou pelas características específicas das empresas?

Pela necessidade de verificar se as empresas respondem, ou não, globalmente a todos os itens, em função dos diferentes grupos de notas criados, a questão 1 foi subdividida em cinco:

Questão 1.1: As empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo na sua globalidade?

Questão 1.2: As empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo relativamente aos itens de informação associados ao G<sub>1</sub>?

Questão 1.3: As empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo relativamente aos itens de informação associados ao G<sub>2</sub>?

Questão 1.4: As empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo relativamente aos itens de informação associados ao G<sub>3</sub>?

Questão 1.5: As empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde à conceção normativa de Anexo relativamente aos itens de informação associados ao G<sub>4</sub>?

Por sua vez, e atendendo ao seu âmbito, a questão 2 foi, para efeitos de análise e interpretação, subdividida em duas:

Questão 2.1: As opções do órgão de gestão relativamente às políticas de divulgação de informação a partir do Anexo são condicionadas ou incentivadas por fatores da envolvente, nomeadamente os que decorrem das características da envolvente?

Questão 2.2: As opções do órgão de gestão relativamente às políticas de divulgação de informação a partir do Anexo são condicionadas ou incentivadas pelas características específicas das empresas, nomeadamente a dimensão e a estrutura de capital?

### 2.2. Caracterização da amostra e modelo de análise

A amostra é constituída por 50 entidades selecionadas não aleatoriamente<sup>2</sup> do universo de empresas obrigadas a auditoria externa<sup>3</sup>. A opção por estas empresas, sujeitas à apresentação de contas certificadas (CLC), prende-se

<sup>2</sup> As empresas da amostra foram escolhidas por questões de facilidade no acesso à informação decorrentes das limitações de tempo para a realização do trabalho.

<sup>3</sup> As empresas sujeitas a auditoria externa ou emissão de Certificação Legal de Contas (CLC) são, nos termos do artigo 262º do CSC, todas as sociedades anónimas (SA) e as sociedades por quotas (SQ) que ultrapassem, durante dois anos consecutivos, dois dos três seguintes limites: 1.500.000€ de total de balanço; 3.000.000€ de vendas líquidas e outros proveitos e 50 trabalhadores em média durante o exercício.

com a necessidade de assegurar a homogeneidade e consistência dos dados, garantida quer porque estão obrigadas a utilizar as NCRF quer pelas maiores exigências informativas que se pressupõe recaírem sobre estas entidades, o que torna a nossa fonte de informação não só mais comparável como também mais fiável.

Das empresas analisadas 48% estão constituídas sob a forma de Sociedades por Quotas (SQ), 2% sob a forma de cooperativas (C) e os restantes 50% sob a forma de Sociedades Anónimas (SA). Porém, 24% das SA estão sujeitas a auditoria externa não por força da dimensão dos seus ativos e/ou volume de negócios mas pela sua estrutura jurídica, o que faz com que apresentem uma dimensão inferior relativamente às demais. Este facto justifica a existência de alguma heterogeneidade no que respeita à dimensão dos ativos líquidos das empresas estudadas. Ou seja, ainda que a esmagadora maioria das empresas se situe, no âmbito do universo empresarial do referido território, no quartil superior, quer em termos de volume de negócio quer no que respeita ao valor do seu balanço, doze estão no quartil inferior relativamente a estes parâmetros. No plano setorial encontram-se distribuídas por diferentes setores de atividade, ainda que maioritariamente pertencentes ao setor industrial, que responde por 50% das empresas da amostra, seguido do comercial, com 36%, dos serviços, com 12% e os restantes 2% representados por empresas do setor agrícola.

A investigação está suportada na análise de conteúdo, técnica de obtenção de dados que assenta na codificação de informação qualitativa em categorias de escalas quantitativas de informação sobre atributos previamente definidos (Hannefa & Cooke, 2005). Porque não procuramos nenhum tipo específico de informação mas a totalidade das divulgações que nos termos do normativo contabilístico aplicável (NCRF) se presume estarem divulgadas no Anexo, criámos uma base de dados com base na informação recolhida das DF das empresas da amostra reportadas aos anos de 2010, 2011 e 2012, num total de 150 observações. De referir que a opção por iniciar a observação no ano de 2010 se deve ao facto de este ser o primeiro ano de relato em SNC e à circunstância de se acreditar serem estas as DF em que as empresas mais cuidados tiveram na sua preparação. Admitindo a possibilidade de uma eventual confirmação da tendência, estendeu-se a recolha aos anos de 2011 e 2012.

Sendo a contabilidade uma ciência social, procurámos interpretar a prática contabilística enquanto prática social (Ryan *et al.*, 2002) numa perspetiva lógico-dedutiva a partir das características da envolvente e da própria entidade. Nestes termos, desenvolvemos a nossa análise com base numa abordagem interpretativa e exaustiva do Anexo, para o período em observação, com base na comparação das divulgações efetuadas pelas empresas com o IGD ou “Modelo Conceptual de Anexo”. Este guião ou “Modelo Conceptual de Anexo” compreende um conjunto de 24 notas organizadas em quatro categorias previamente definidas (de G<sub>1</sub> a G<sub>4</sub>) e foi elaborado sob o pressuposto de que todas as categorias têm igual nível de importância. Em conformidade com os objetivos do estudo foram utilizados, para efeitos de codificação, os códigos “presença” ou “ausência” para cada item de informação consoante apareça ou não divulgado no Anexo. Utilizámos como unidade de medida o parágrafo, por se entender constituir o elemento mínimo identificativo a partir do qual se pode concluir pela “presença” ou “ausência” de divulgação para cada um dos itens constantes do quadro 1.

O processo de quantificação, que se constitui na última fase desta análise, consiste na atribuição de uma pontuação de 1 ou 0, consoante a codificação atribuída seja “presença” ou “ausência” de informação sobre cada item. Para efeitos de operacionalização deste processo procedemos ao confronto, por empresa, do número de itens globalmente divulgados (evidência) com o número de itens potencialmente divulgados (guião de análise), no caso 24 itens, obtendo-se o Índice de Divulgação Global (ID<sub>G</sub>), que responde à questão 1.1, com recurso ao rácio:

$$ID_{Global} = \frac{n.º \text{ Item Divulgados}}{24}$$

Para se oferecer uma perspetiva mais analítica e responder às questões 1.2, 1.3, 1.4 e 1.5 procedemos à determinação do grau de divulgação por categoria de itens G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub>, G<sub>3</sub> e G<sub>4</sub>, com recurso ao rácio:

$$G_n = \frac{n.º \text{ Item Divulgados}}{n.º \text{ Item Potencialmente Divulgados}}$$

Com n a variar de 1 a 4.

Este procedimento, não obstante consubstanciar uma análise descritiva simples, permite identificar uma tendência, ou seja, se as empresas tendem ou não a divulgar um conjunto de informações que respondam aos requisitos de divulgação constantes do capítulo “divulgações” das diferentes NCRF permitindo-nos, desta forma, responder ao primeiro objetivo e, por essa via, às questões 1.2 a 1.5, ou seja, se as empresas portuguesas elaboram ou não um Anexo que responde à concepção normativa para os diferentes grupos.

Os resultados obtidos nesta fase serão objeto de uma análise interpretativa, centrada nos condicionantes da divulgação de informação financeira de natureza descritiva/qualitativa para dar resposta ao segundo objetivo, a que corresponde a questão 2, ou seja, se as opções do órgão de gestão relativamente às políticas de divulgação de informação a partir do Anexo são condicionadas ou incentivadas por fatores da envolvente (Questão 2.1) e/ou pelas características específicas das empresas (Questão 2.2). Não é nosso objetivo procurar generalizar resultados mas antes interpretar as ações, materializadas nas opções do órgão de gestão, para tentar identificar um padrão comportamental capaz de ajudar a explicar essas mesmas opções (Ryan *et al.*, 2002).

### 2.3. Resultados

A aplicação dos rácios a todos os resultados obtidos permitiu obter o IDG por categoria (n), de  $G_1$  a  $G_4$ , e os resultados da análise descritiva constam da tabela 1.

Tabela 1: Resultados da análise descritiva dos índices de divulgação

Variável	GD <sub>G</sub>	GD <sub>G1</sub>	GD <sub>G2</sub>	GD <sub>G3</sub>	GD <sub>G4</sub>
Média	18.04	4	11.16	1.98	0.84
Desvio padrão	2.94	0.00	1.23	1.06	0.93
Máximo	24	4	12	4	3
Mínimo	15	4	9	1	0

Fonte: Elaboração própria.

A análise à tabela permite extrair as seguintes ilações:

- i. As empresas apresentam um Anexo que responde à conceção do normativo. A tendência de divulgação identificada indica que a empresa tipo em Portugal o prepara para satisfazer as orientações normativas, dando resposta à primeira questão de investigação (1.1). Os resultados mostram que a média das divulgações, relativamente ao ID<sub>G</sub>, é de 18,04, para um máximo de 24 e um mínimo de 15, que se situa nos 62,5% dos itens potencialmente divulgados, o que permite concluir que, globalmente, as empresas tendem a divulgar a maioria dos itens constante da proposta de “modelo conceptual de Anexo”;
- ii. Numa perspetiva mais analítica, desenvolvida com o objetivo de avaliar se as empresas respondem diferentemente para cada um dos grupos criados (de  $G_1$  a  $G_4$ ), pudemos observar que:
  - a. A categoria que apresenta maior nível de divulgação é  $G_1$ , com uma média que iguala o número de itens potencialmente divulgados, o que permite concluir, em resposta à questão de investigação 1.2, que as empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde integralmente aos itens constantes deste grupo;
  - b. Em resposta à questão 1.3, relativa aos itens constante do  $G_2$ , a média é de 11,16, o que se aproxima bastante do potencial de itens a divulgar (12). Com um mínimo de 69%, relativamente ao potencial máximo de divulgação, e um desvio padrão de 1,23, podemos afirmar que o nível de dispersão ou volatilidade é praticamente inexistente, o que nos permite concluir que as empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde muito positivamente aos itens associados a  $G_2$ ;
  - c. Para os itens constantes de  $G_3$  apurámos uma média de 1,98, para um máximo de 4, que corresponde ao potencial de divulgação, e um mínimo de 1, e com uma variabilidade igualmente baixa (1,06), o que nos permite afirmar, em resposta à questão de investigação 1.4, que as empresas portuguesas apresentam um Anexo que responde medianamente à concepção normativa de Anexo;
  - d. É, porém, no que respeito ao nível de informação divulgada para os itens de  $G_4$  que, em resposta à questão de investigação 1.5, pudemos observar resultados francamente baixos, com uma média de 0,84, para um máximo de 3 e um mínimo de 0, o que nos permite concluir que, para este agregado, o número de divulgações não responde de modo positivo à concepção normativa de Anexo.

A análise desenvolvida permite, ainda, constatar que:

1. Não obstante o facto de 58% das empresas apresentarem divulgações sobre as perdas por imparidade reconhecidas no balanço, os fundamentos para o seu reconhecimento não respondem integralmente às exigências da norma;
2. Relativamente ao reconhecimento do gasto por imposto as divulgações apresentadas surgem, maioritariamente, para justificar a formação do gasto por imposto corrente. Apenas 38% divulgam informação sobre impostos diferidos e, em todos os casos, justificados com a revalorização do ativo fixo decorrente da aplicação de coeficientes de desvalorização monetária;
3. A esmagadora maioria das empresas não divulga informação sobre o reconhecimento do rédito com base no valor presente;
4. Sobre a formação do resultado decorrente da aplicação do justo valor, 78% das empresas não apresenta qualquer tipo de informação a este respeito. Não nos foi, contudo, possível concluir se tal se fica a dever a conservadorismo ou à ausência de factos patrimoniais que devessem ter sido mensurados ao justo valor;
5. Um número muito significativo de empresas (64%) não apresenta informação sobre as alterações ocorridas no capital próprio, não obstante o facto de no período em análise, quer como consequência da transição para o SNC quer pela revalorização do ativo fixo, se justificarem;
6. Um número igualmente expressivo (44%) não apresenta informação sobre a natureza e magnitude dos gastos, inclusive quando estes são de ocorrência discreta, o que poderá comprometer a capacidade de análise, quer em termos de comparabilidade quer no que respeita à formulação de expectativas quanto à sua recuperação futura; e
7. Relativamente à nota “outras informações consideradas relevantes” para efeitos de obtenção da “representação apropriada” da posição financeira e do desempenho da entidade, a esmagadora maioria das empresas (82%) não apresenta qualquer informação neste item.

#### 2.4. Análise e interpretação dos resultados

As opções do órgão de gestão sobre políticas contabilísticas em geral e de divulgação em particular surgem justificadas pela teoria positiva da contabilidade (Watts & Zimmermann, 1990), teoria da agência (Berle & Mens, 1932), balanceamento entre o custo em divulgar e benefício com a divulgação (Botosan, 1997; Sengupta, 1998; Healy & Papeln, 2001) e pelas características da envolvente e da própria empresa (Ball & Brown, 1968; Beaver, 1968; Meek *et al.*, 1995; Lang & Lundholm, 1993; Suchman, 1995; Botosan, 1997; Lopes, 2002; Guthrie *et al.*, 2004; Palmer, 2006; Chavent *et al.*, 2006; Guerreiro, 2006; Yamamoto & Salotti, 2006; Carvalho, 2008).

Assumindo a realidade como o resultado de uma construção social que exige, à semelhança do que foi referido por Ryan *et al.* (2002), uma visão integrada da envolvente, os resultados serão discutidos sob a premissa de que a contabilidade, enquanto ciência social, responde às necessidades da envolvente e é simultaneamente influenciada e moldada pela envolvente. Neste enquadramento, a informação a divulgar pelas empresas apresenta-se como o resultado de uma dedução lógica das características da envolvente que determinam, em última instância, as necessidades e a hierarquia dos *stakeholders*. Neste quadro de análise sobressaem, como elementos a destacar:

- i. Que as PME em Portugal respondem por 99,6% das unidades empresariais constituídas sob a forma de sociedades, das quais 97,3% são micro e pequenas entidades (IPMEI, 2008);
- ii. Esta tipologia, aliada à natureza maioritariamente familiar destas empresas, funciona como elemento inibidor da dispersão do capital e da partilha da gestão;
- iii. Este facto sentenciar, sobremaneira, a reduzida importância das bolsas de valores. Consequentemente, as opções de financiamento concentram-se, maioritariamente, no sistema bancário; e
- iv. A reduzida dimensão traduz-se, normalmente, em *deficits* estruturais pelo que os recursos disponíveis para preparar informação são geralmente escassos.

A tipologia e estrutura de capital surgem como fatores explicativos porque uma elevada dispersão de capital associada à separação entre a propriedade e a gestão potenciam a divulgação de informação (Lang & Lundholm, 1993). Porém, a realidade portuguesa é caracterizada por um cenário de pequenas e muito pequenas entidades para quem o normativo já assumiu a necessidade de aligeirar as obrigações em termos declarativos. Adicionalmente, a conjugação das características do tecido empresarial com o enraizamento das práticas fiscais em detrimento das contabilísticas justifica em grande medida os resultados obtidos. Por outro lado, divulgar tem custos que importa balancear (Spence, 1973) mas cujo equilíbrio é difícil de alcançar (Nobre, 2003), daí que a própria EC o reconheça e assumida como um constrangimento à preparação de informação fidedigna e relevante (EC, §44).

Estes resultados não só corroboram como reforçam a teoria, ou seja, as práticas de divulgação de uma empresa são não só o resultado da aplicação do normativo mas também, e em linha com a nossa questão de investigação 2, fruto das características da envolvente (Watts & Zimmermann, 1986 [1990], Christie, 1990, Cooke, 1992, Meek et al., 1995 e Ashbaught, 2001, Pires & Rodrigues, 2011).

### Conclusões

O trabalho realizado, desenvolvido a partir da análise ao Anexo preparado e divulgado por um conjunto de empresas suficientemente representativas da empresa tipo em Portugal, aporta alguma evidência sobre o seu potencial de divulgação:

1. As empresas apresentam um Anexo que, globalmente, responde às exigências do normativo, indo de encontro ao conteúdo do capítulo “divulgações” das NCRF;
2. A este resultado não será alheio o facto de estas empresas serem sujeitas a auditoria externa, pelas maiores exigências que lhe estão subjacentes;
3. Numa perspetiva mais analítica identifica-se uma certa supremacia dos critérios fiscais sobre os de natureza económica, decorrente da necessidade de fazer opções em função da envolvente, o que faz com que a seleção das políticas contabilísticas se apresente como o resultado da necessidade de ponderar a informação face aos interesses dos seus utilizadores.

Assim, e em concordância com a teoria, a importância dada à informação financeira, fundamentalmente as maiores necessidades e exigências no momento da sua preparação, dependem das características da envolvente em geral e do tecido empresarial em particular.

O trabalho realizado, não obstante algumas limitações de natureza metodológica, aporta um maior conhecimento sobre a nossa realidade, derivado do facto de haver pouca evidência empírica para o caso português, em particular para as empresas não cotadas. Neste sentido, defendemos que os resultados desta investigação oferecem um tipo de padrão comportamental que, ainda que não possa ser generalizado, representa um contributo, ainda que modesto, para a teoria.

### Referências Bibliográficas

- Alexander, D., Britton, A., Jorissen, A. (2003). *International Financial Reporting and Analyze*. Thomson Learning. Londres.
- Álvarez, E. (2001). *La Relevancia de la Información Voluntaria*. XI Congresso da AECA.
- Ashbaught (2001). “Non-US Firms `Accounting Standard Choices”, *Journal of Accounting and Public Policy*, 20, pp. 129-153.
- Aviso n.º 15652/2009, de 7 de Setembro, que publica a Estrutura Conceptual (EC);
- Ball, R. J.; Brown, W. (1968). “An empirical evaluation of accounting income numbers”. *Journal of Accounting Research*, V. 6, p.159-178.
- Beaver, W. H. (1968). “The information content of earnings announcements empirical research in accounting”. *Journal of Accounting Research*, v. 6, p. 67-92, 1968.
- Berle, A. e Means, B. (1932). “Theory of the firm: managerial behavior agency cost and capital structure”. *Journal of Financial Economics*, 3, pp. 305-360.
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1994 [1991]). *Investigação Qualitativa em Educação. Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora.
- Botosan, C. A. (1997). “Disclosure level and the cost of equity capital”. *The Accounting Review*, Vol. 72, n.º 3, pp. 323-350.
- Cañibano, L. e Mora, A. (2000). “Evaluating the statistical significance of de facto accounting harmonization: a study of European global players”. *The European Accounting Review*, pp. 349-369.
- Carvalho, F. (2008), “A Divulgação Voluntária de Informação: A influência da adopção da estrutura da Global Reporting Initiative nas empresas da Euronext de Lisboa”. Dissertação de Mestrado. Universidade Autónoma de Lisboa.
- Chavent, M.; Ding, Y.; Fu, L.; Stolowy, H. & Wang, H. (2006). “Disclosure and determinants studies: An extension using the divisive clustering method (DIV)”. *European Accounting Review*, Vol. 15, n.º2, pp. 181-218, Routledge.
- Choi, F.; Frost, C. e Meek, G. (1999). *International Accounting*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Cooke, T. E. (1992). "The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations". *Accounting and Business Research*, Vol. 22, n.º 87, pp. 239-248.
- Christie, A. (1990). "Aggregation of test statistics: an evaluation of the evidence on contracting and size hypothesis". *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 12, pp. 15-36.
- Conceição, L. (2009). A opção pelo Justo Valor como método de avaliação de ativos na adoção das IAS/IFRS em Portugal. Dissertação de Mestrado não publicada, Universidade do Porto.
- Cravo, D. (1991). "Considerações em torno do paradigma da utilidade". *IV Jornadas de Contabilidade*, ISCAA, 17 a 19 de Outubro, Aveiro.
- Cravo, D. (2009). "Entrevista". *Revista Revisores & Empresas*, n.º 45, Abril/Junho, p. 8.
- Ferreira, A. (2008). *A divulgação de informação sobre capital intelectual em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Porto.
- Figueiredo, G., Famá, R., Silveira, A. (2002), "Nível de Endividamento & Transparência das Empresas Brasileiras". Universidade de São Paulo.
- Fernández, C., Moreno, D., Olmeda, I. (2006). "Determinantes de la Revelación de Información sobre derivados financieros en el mercado Español". *I Jornada de Investigación de la REFC*, 18 a 20 de Outubro, Madrid.
- Gallery, G., Cooper E., Sweeting, J. (2008) "Corporate disclosure quality: lessons from Australian companies on the impact of adopting International Financial Reporting Standards", *Australian Accounting Review*, 18,257-273.
- Gelb (2000). "Managerial ownership and accounting disclosure: na empirical study". *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 15, pp. 169-185.
- Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. (1995). "Corporate social and environmental reporting. A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8, n.º 2, pp. 47-77.
- Guerreiro, M. (2006), "Impacto da adopção das International Financial Reporting Standards: factores explicativos do nível de informação divulgada pelas empresas portuguesas cotadas". *Revista Contabilidade & Gestão*, n.º 3, 7-32.
- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K. & Ricceri, F. (2004), "Using Content Analysis as Research Method to Inquire into Intellectual Capital Reporting", *Journal of Intellectual Capital*, Vol.5, Nº 2, pp. 282-293.
- Haniffa, M. R. e Cooke, T. E. (2005). "The impact of culture and governance on corporate social reporting". *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, pp. 391-430.
- Healy, P. M. e Papeln, K. G. (2001), "Information asymmetry, Corporate Disclosure and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature"; *Journal of Accounting and Economics*; Vol. 31; 405-440.
- IAPMEI (2008). Sobre as PME em Portugal. Instituto de apoio às pequenas e médias empresas, Direcção de Planeamento e Estudos. Fevereiro. [www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt).
- Jensen, M. C. e Meckling, W. H. (1976), "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure"; *Journal of Financial Economics*; Vol.3; 4; 305-356.
- Lang, M. & Lundholm, R. (1993). "Cross-sectorial determinants of analyst ratings of corporate disclosures". *Journal of Accounting Research*, Vol. 31, N.º 2, pp. 246-271.
- Lemos, K.M., Rodrigues, L.L., Ariza, L.R. (2009). "Determinantes do nível de divulgação de informação sobre instrumentos derivados. Evidência empírica no mercado de capitais portugueses" *Revista de Estudos Politécnicos*, VII.145-175.
- Li, J., Pike, R. e Haniffa, R. (2007), "Intellectual Capital Disclosures in Knowledge Rich Firms: The Impact of Market and Corporate Governance Factors", Working Paper Series, Nº 7, Bradford University School of Management.
- Lopes, A. B. (2002). *A Informação Contábil e o Mercado de Capitais*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Major, M., & Vieira, R. (2009). *Contabilidade e controlo de gestão: teoria, metodologia e prática*. Lisboa: Escolar Editora.
- Meek, G. K.; Roberts, C. B. & Gray, S. J. (1995). "Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and Continental European Multinational Corporation". *Journal of International Business Studies*, Vol. 26, n.º 3, pp. 555-572.
- Miller, J. & Whiting, R. (2005), "Voluntary Disclosure of Intellectual Capital and the «Hidden Value»", *2005 Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand Conference*, Melbourne, 3-5 July 2005.
- Morris, R. D. (1987), "Signalling, Agency Theory and Accountig Policy Choise", *Accounting and business research* pp. 47-56.
- Nobes, C. e Parker, R. (2008). *Comparative International Accounting*. Prentice Hall. Londres.

- Nobre, M. F. P. (2003), “Determinantes da divulgação voluntária de informação: Empresas Cotadas na Bolsa de Valores de Lisboa & Porto”. Dissertação de Mestrado. Universidade Coimbra, Faculdade de Economia.
- Oliveira, L., Rodrigues, L.L., Craig, R. (2006) “Firm-specific determinants of intangibles reporting: evidence from the Portuguese stockmarket” *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10.11-33.
- Palmer, P. (2006). “The impact of adopting IFRS in Australia: The extent and quality of disclosures, and their relationship to corporate characteristics”. *School of Commerce Research Paper Series: 06-5*. School of Commerce, Flinders University, Adelaide, Australia.
- Pires, A. M. M. e Rodrigues, F. J. P. A. (2011); “As características do tecido empresarial determinam necessidades específicas e definem um utilizador padrão para a informação financeira: evidência empírica”, *XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica*, 2 a 4 de Fevereiro, Córdoba, Espanha.
- Pires, A. M. M., Rodrigues, F. J. P. A., & Lopes, M. A. (2015). “ Os Impostos Diferidos no Balanço: Estudo de caso. XXV Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica. 4 a 6 de Fevereiro, Ourense – Espanha.
- Portaria n.º 986/2009, de 7 de Setembro, que publica os modelos das Demonstrações Financeiras.
- Radebaugh, L. e Gray, S. (1993). *International accounting and multinational enterprises*. New York: John Wiley & Sons.
- Ryan, B., Scapens, R. W. & Theobald, M. (2002). *Research method & methodology in finance & accounting*. 2.ª Edition, Thomson.
- Rodrigues, F. J. P. A., Pires, A. M. M., & Pereira, Hélio F. R. M. (2014). “ A definição das políticas contabilísticas e a sua relação com as principais forças da envolvente: uma interpretação e alguma evidência sobre a influência que é exercida pela fiscalidade. XXIV Jornadas Hispano-Lusas de Gestão Científica. 6 a 8 de Fevereiro, Leiria – Portugal.
- Ross, S. A. (1977). “The determination of financial structure: The incentive-signaling approach”. *The Bell Journal of Economics*, 8 (1), p. 23-40.
- Sengupta, P. (1998), “Corporate Disclosure Quality and the Cost of Debt”, *Accounting Review*, Vol. 73, pp. 459-474.
- Spence (1973). “Job market signaling”. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, n.º 3, pp. 355-374.
- Suchman, M. C. (1995), “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches”; *Academy of Management Review*; Vol. 20; 3; 571-610.
- Tua, J. (1988). *Evolución del concepto de Contabilidad a través de sus definiciones*. XXV Años de Contabilidad Universitaria en España, homenaje al doctor Mario Pifarré-Riera. Madrid: Ministerio de Hacienda, Instituto de Planificación Contable.
- Tua, J. (1998). “El derecho contable: Una realidad de nuestros días”. *VII Jornadas de Contabilidade e Auditoria*, Coimbra.
- Yamamoto, M. M. & Salotti, B. (2006). *Informação contábil: estudos sobre a sua divulgação no mercado de capitais*. São Paulo: Atlas.
- Watts, R. e Zimmermann, J. (1978). “The Demand for and Supply of Accounting Theories: The Market for Excuses”. *The Accounting Review*, Vol. 54, n.º 2, pp. 273-305.
- Watts, R. e Zimmermann, J. (1986). *Positive Accounting Theory*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Watts, R. L. e Zimmermam, J. L (1990), “Positive Accounting Theory: A ten year perspective”; *The Accounting Review*; Vol. 65; 1; 131-156.