

681.3.022 (675) gest-102

CHI
TES

GEST-15

GEST 102



**EXPERIÊNCIAS DE UTILIZAÇÃO E DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÃO FINANCEIRA NA INTERNET**

*OS CASOS PARTICULARES DA "SASOL, LDA." E DAS
"TELECOMUNICAÇÕES DE MOÇAMBIQUE, S.A.R.L."*

Laurindo Eugénio Chichava

Novembro de 2005

Trabalho de Licenciatura em Gestão
Universidade Eduardo Mondlane
Faculdade de Economia

Maputo, Moçambique

U. E. M. - ECONOMIA	
N. E.	29749
DATA	27/09/06
ADQUIÇÃO	oferta
COTA	

DECLARAÇÃO DO AUTOR

Declaro que este trabalho é da minha autoria e resulta da minha investigação. Esta é a primeira vez que o submeto para obter um grau académico numa instituição educacional.

Maputo, 14 de NOVEMBRO de 2005.

Laurindo Eugénio Chichava
(Laurindo Eugénio Chichava)

APROVAÇÃO DO JÚRI

Este trabalho foi aprovado com a classificação de DOZE valores, no dia 14 de NOVEMBRO de 2005 por nós, membros do Júri examinador da Universidade Eduardo Mondlane.

[Assinatura]
(Presidente do Júri)

[Assinatura]
(Arguente)

[Assinatura]
(Supervisor)

À minha família, à Cláudia e aos meus amigos

À memória do meu irmão Amândio

ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO	1
2	PROBLEMA DE PESQUISA	1
2.1	Objectivos da pesquisa.....	2
2.2	Objectivos específicos	2
3	REVISÃO DE LITERATURA SOBRE A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA	2
3.1	O uso da internet	3
3.2	Informação financeira	4
3.2.1	Utentes da informação financeira	4
3.2.2	Objectivos dos utentes	4
3.2.3	Características ou indicadores de qualidade da informação financeira	4
3.3	Informação financeira na internet	5
3.4	Conteúdo da informação financeira na Internet.....	7
3.5	Vantagens e Desvantagens do uso da Internet na divulgação de informação financeira	8
4	METODOLOGIA DE TRABALHO.....	10
4.1	Métodos específicos.....	11
5	EMPRESAS ESTUDADAS	11
5.1	Estudo de Caso na “Sasol, Lda.”	11
5.1.1	Caracterização geral.....	11
5.1.2	Informação na internet	16
5.1.3	Informação financeira na internet	19
5.1.4	Estratégia de divulgação de informação financeira	21
5.1.5	Factores que suportam a divulgação de informação	21
5.1.6	Relevância para os utentes	22
5.1.7	Planeamento de Sistemas de informação	22
5.1.8	Benefícios e inconvenientes.....	23
5.2	Estudo de Caso nas “Telecomunicações de Moçambique, S.A.R. L”.....	23
5.2.1	Caracterização Geral	24

5.2.2	Informação na internet	28
5.2.3	Informação financeira na internet	29
5.2.4	Estratégia de divulgação da empresa	31
5.2.5	Factores que suportam a divulgação de informação	32
5.2.6	Relevância para os utentes	32
5.2.7	Planeamento de Sistemas de informação	32
5.2.8	Benefícios e inconvenientes de divulgar informação financeira	32
6	RESULTADOS DO ESTUDO	33
6.1	Indicadores de análise	33
6.2	Comparação dos indicadores	33
6.2.1	Utentes da informação financeira	34
6.2.2	Qualidade da informação financeira	34
6.2.3	Informação para os utentes	36
6.2.4	Comentários	38
7	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	39
7.1	Conclusões	39
7.2	Recomendações.....	39
8	BIBLIOGRAFIA	40
QUADROS		
	Quadro 1: Utentes de informação financeira	34
	Quadro 2: Indicadores da qualidade de informação	35
	Quadro 3: Características da informação financeira para os utentes	37
ANEXOS		
	ANEXO 1: MAPA DO SITE DA “SASOL”	42
	ANEXO 2: MAPA DO SITE DA “TDM”	43
	ANEXO 3: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS	44
	ANEXO 4: ENTREVISTADOS.....	47

PREFÁCIO

Com o presente trabalho e a par da obtenção do grau de licenciatura, pretende-se avaliar a importância que as tecnologias de informação desempenham na divulgação de informação financeira pelas empresas em Moçambique, no sentido de adequá-las às necessidades dos parceiros com quem elas interagem, como forma de cativar potenciais investidores e transmitir informações através das ferramentas interactivas de que a Internet dispõe. O trabalho analisa a forma como as empresas divulgam a informação financeira, assim como avalia a importância da utilização destes na actualidade, sublinhando as vantagens e inconvenientes da sua aplicação para a gestão das empresas.

Através de estudos de caso, o trabalho aborda os aspectos que são tomados em conta quando as empresas pretendem dar a conhecer os resultados das actividades que desenvolvem, avalia as estratégias das empresas na divulgação de informação na Internet e faz uma comparação dos indicadores de qualidade e características de informação para os utentes. Este trabalho não representa um modelo acabado, muitos dos aspectos sobre o assunto ainda se encontram por abordar e não são esgotáveis num trabalho de licenciatura.

O trabalho fez uso da literatura disponível e houve recurso a certas páginas disponíveis na Internet. Muitas das fontes bibliográficas consultadas estão escritas na língua inglesa. Assim sendo, se a fonte original não está em português, a tradução é do autor.

Uma mensagem de agradecimento a todos aqueles que de forma directa ou indirecta contribuíram para que o curso de Gestão se tornasse realidade, a referir: docentes, colegas e amigos, família, e em especial ao Doutor Fernando Lichucha, supervisor, pelo aconselhamento, assistência e apoio prestados antes e durante a realização do trabalho.

SUMÁRIO

A gestão de informação desempenha um papel importante no processo de tomada de decisões, cuja eficácia e eficiência dependem da informação que as suporta. Esta informação, por seu turno, é função da qualidade do sistema existente e dos meios empregues para a sua divulgação. A adequação de um sistema de informação depende da natureza, dos objectivos, das necessidades de gestão e das circunstâncias ambientais em que cada empresa se insere.

Com base nestas premissas, este trabalho avalia as experiências de divulgação de informação na Internet, e chega a conclusão de que:

1. Actualmente, as empresas confrontam-se com a necessidade de divulgar informações para os seus parceiros com maior celeridade, abrangência e qualidade, usando os meios ao seu dispor.
2. A Internet tem revelado ser uma ferramenta de uso corrente e largamente difundida nos dias de hoje. Desse modo, algumas empresas têm estado a fazer uso dela para divulgar diversa informação, sendo de destacar a informação financeira.
3. Nas empresas “Sasol, Lda.” e “Telecomunicações de Moçambique, S.A.R.L.”, o uso da Internet para divulgar informação financeira faz parte das estratégias de negócios, principalmente para os seus investidores e clientes.
4. Contudo, não basta ter uma página da Internet e divulgar informação financeira, é necessário que as empresas definam claramente o conteúdo e a forma divulgar a como pretendem divulgar a informação, de forma a satisfazer os objectivos dos seus utentes.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos tempos, em Moçambique, assiste-se a adopção de tecnologias de informação, na realização de processos de negócios. As tecnologias de informação estão a imprimir uma nova dinâmica, pois a troca de informação passou a ser interactiva contribuindo para o processamento, distribuição, acesso a maior volume e melhoria da qualidade da informação. O tempo e o custo de acesso à informação estão cada vez mais a diminuir. Em particular, a Internet esta sendo usada não só para divulgar produtos e serviços bem como para divulgar os resultados do desempenho económico e financeiro, das empresas em Moçambique.

Na sequência destas mudanças, é necessário avaliar e analisar as experiências realizadas na utilização de tecnologias de informação, em particular a utilização da Internet para divulgar informação financeira.

O presente trabalho tem a seguinte estrutura: a presente secção contém a introdução; a segunda secção descreve o problema de pesquisa; a terceira apresenta a revisão bibliográfica; a quarta secção apresenta a metodologia de trabalho; a quinta secção apresenta as empresas estudadas; a sexta apresenta os resultados do estudo; a sétima secção apresenta as conclusões e recomendações do trabalho; e a oitava secção apresenta a bibliografia consultada.

2 PROBLEMA DE PESQUISA

Os problemas de pesquisa são:

- Num ambiente de negócios cada vez mais competitivo, em que as tecnologias de informação ocupam um papel muito importante no tratamento e difusão de informação, como é que as empresas moçambicanas encaram a nova realidade mundial, que é a Internet, e que estratégias estão desenvolvendo para a sua utilização?

- Que benefícios e inconvenientes é que as empresas enfrentam ou podem enfrentar ao usarem a Internet, como meio de divulgação de informação, em particular a informação financeira?
- Quais os resultados e recomendações para as empresas moçambicanas que estão fazendo uso desta tecnologia?

2.1 Objectivos da pesquisa

Objectivo geral deste trabalho é contribuir para o entendimento das estratégias e impacto da utilização das tecnologias de informação, para divulgar informação financeira em Moçambique.

2.2 Objectivos específicos

Os objectivos específicos deste trabalho são:

- Analisar as estratégias das empresas moçambicanas na divulgação de informação financeira na Internet e os factores que suportam a sua divulgação;
- Analisar o conteúdo da informação financeira divulgada na Internet pelas empresas e sua relevância para os seus utentes; e
- Analisar os benefícios e inconvenientes do uso da Internet para divulgar informação financeira;

3 REVISÃO DE LITERATURA SOBRE A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA

Nesta secção, faz-se a revisão de conceitos sobre o uso da internet, informação financeira (de forma genérica), informação financeira na Internet, conteúdo da informação financeira na Internet e as vantagens e desvantagens do uso da Internet na divulgação de informação financeira.

3.1 O uso da internet

Para Cardoso (1997:1), o uso da internet para fins comerciais é actualmente, uma tendência definitiva e os desenvolvimentos na rede deverão contemplar as necessidades desta nova massa de usuários. Ferramentas de fácil utilização, melhorias na qualidade da organização e verificação dos recursos disponíveis, maior privacidade nas mensagens electrónicas, mais segurança nas transacções financeiras, etc., são demandas que deverão ser atendidas num curto espaço de tempo.

Ainda de acordo com Cardoso (1997:2), a criação das ferramentas de informação exigirá pesquisa e dedicação. As informações disponibilizadas devem ser de boa qualidade, actualizadas, úteis e, se possível, originais, de forma que despertem a curiosidade das pessoas e, principalmente, que se tornem referência para os interessados no assunto. Pode-se, também, oferecer algum tipo de serviço que cumpra a mesma função. O objectivo é fazer com que o maior número possível de pessoas aceda às informações e, conseqüentemente, conheçam os produtos ou serviços ali presentes. A estratégia de colocação de uma empresa na rede deve, ainda, considerar o dinamismo e flexibilidade deste meio de comunicação. Num meio com estas características é fundamental que se aprimore, constantemente, o conteúdo e a forma de divulgação das informações garantindo, assim, uma elevada frequência, o retorno dos usuários e até sua divulgação de modo espontâneo.

Para Albertini (2004:179-182), embora ainda não se possa ter uma ampla compreensão do impacto que a comunicação em rede terá no dia a dia das pessoas, nas estruturas das empresas e na forma de realização dos negócios, é certo que diminuirá as diferenças entre pequenas e grandes corporações. Todos poderão conceber e expor ideias eficientemente sem o investimento de enormes quantias em propaganda e, principalmente, atingir milhares de pessoas em todo o mundo sem que seja preciso o investimento em estruturas físicas que garantam uma presença internacional. A internet é um meio democrático de distribuição de informações a serviço de todos.

3.2 Informação financeira

A informação é relevante se satisfaz os objectivos dos utentes da mesma, tendo em conta as características ou indicadores de qualidades da informação.

3.2.1 Uteses da informação financeira

Carreira (2005:2) menciona como utentes da informação financeira: os investidores (sócios/accionistas – actuais ou potenciais); mutuantes/ financiadores; empregados/trabalhadores; fornecedores/ outros credores comerciais; governo e seus departamentos/administração pública; publico em geral; clientes/outros devedores comerciais; concorrentes. Os principais utentes da informação financeira são os investidores.

3.2.2 Objectivos dos utentes

Para Carreira (2005:2) Com a informação financeira os seus utentes pretendem atingir os seguintes objectivos:

- Avaliar o risco e a rendibilidade dos investimentos;
- Decidir comprar, manter ou vender acções;
- Avaliar a capacidade da empresa para pagar dividendos ou empréstimos;
- Avaliar a estabilidade e a rendibilidade da empresa;
- Avaliar a capacidade da empresa para fazer face ao pagamento de remunerações, das pensões de reforma e oportunidades de emprego; e
- Avaliar os impactos na criação de bem-estar ou no desenvolvimento económico, social e cultural.

3.2.3 Características ou indicadores de qualidade da informação financeira

Carreira (2005:3) define como características qualitativas da informação financeira:

- *Regime de acréscimo;*

- *Continuidade;*
- *Compreensibilidade;*
- *Relevância da qual deriva a Materialidade;*
- *Fiabilidade, da qual derivam os indicadores da Representação fidedigna, Substância sobre a forma, Neutralidade, Prudência e Plenitude;*
- *Comparabilidade;*
- *Oportunidade;*
- *Carácter completo;*
- *Identificabilidade;*
- *Objectividade;*
- *Verificabilidade;*
- *Razoabilidade; e*
- *Economicidade.*

3.3 Informação financeira na internet

Para Albertini (2004:55), a informação financeira fornece subsídios importantes para a tomada de decisões, melhorias e controlos na empresa, sendo importante que elas sejam actualizadas e precisas, e que quando geradas pelo sistema de informações, são de valor para a empresa, dado que podem tratar de factores críticos de sucesso e apresentar aos gestores as informações necessárias que servem de auxílio aos objectivos operacionais, táticos e estratégicos.

“As empresas divulgam diverso tipo de informação na internet. O carácter instantâneo e simultâneo de acesso a informação favoreceu o crescimento da internet, permitindo que o custo de disseminação e acesso a informação e o número de potenciais utilizadores aumentassem de forma considerável em muitos países. Estas mudanças permitiram que as empresas olhassem para a internet como uma via para fazerem a publicidade dos seus produtos e serviços, numa fase inicial, para mais tarde passarem a divulgar informação de natureza financeira.” (IASB, 2002:3)

De acordo com o IFAC¹ (2002:8) a apresentação de relatórios financeiros está num estágio desenvolvido e já atingiu um nível de consistência da informação. Existem organismos reguladores e padrões definidos em muitos países do mundo, e que na sua maioria, a informação que usam é impressa em papel. Neste modelo tradicional, as partes envolvidas conhecem e entendem as suas responsabilidades. A divulgação da informação através da internet, pressupõe que as partes devem assumir responsabilidades similares àquelas definidas no modelo tradicional, de modo a garantir que haja transparência na divulgação de informação financeira aliada a questão da qualidade da informação.

Ainda segundo o IFAC (2002:8-9), é da responsabilidade da gestão determinar que informação deve ser colocada na página da internet da empresa, tendo em conta a transparência e fiabilidade, a igualdade de acesso pelos seus utentes e a manutenção da segurança da informação publicada. Para tal colocam-se questões sobre: (i) a necessidade de apresentar contas auditadas; (ii) o formato electrónico em que a informação é publicada por razões de segurança; (iii) os prazos sobre a informação deve ser divulgada; e (iv) a necessidade de aprovação da informação antes de ser publicada.

O IASB² (2002:4) prevê que nos próximos anos a Internet deixe de ser vista como uma fonte de divulgação de informação secundária, quando comparada com a forma tradicional (através de papel), e passe a ser uma fonte de divulgação informação primária por parte dos investidores. Tal afirmação é baseada na ideia de que: (i) a disseminação da informação usando a Internet é mais barata e adiciona valor a informação publicada; (ii) os relatórios financeiros, em geral, e a informação financeira, em particular, têm valor num curto espaço de tempo; (iii) enquanto que o valor da informação financeira perde utilidade com o tempo, através da Internet, a mesma informação pode voltar a ser usada para posterior análise; e (iv) a informação na Internet pode ser disseminada de forma interactiva, o que não é possível com papel impresso.

¹ *International Federation of Accountants* (Federação Internacional dos Contabilistas)

² *International Accounting Standards Board* (Conselho Internacional sobre as Normas de Contabilidade)

O IFAC (2002:9), é da responsabilidade da gestão das empresas a implementação de mecanismos de controlo e procedimentos que garantam que a informação financeira difundida através da Internet seja acessível, tendo em conta questões relacionadas com:

- **A estabilidade da informação:** para que seja claramente identificada e consultada em diferentes ocasiões;
- **Mudanças na informação:** garantir que a informação seja a mesma que à aprovada, e que não hajam alterações depois de ser divulgada;
- **Retenção da informação financeira:** como forma de garantir que os utentes tenham acesso a informação de períodos anteriores, para efectuarem as suas análises; e
- **Mudanças nas políticas contabilísticas:** quando ocorrem mudanças nas normas contabilísticas, como resultado de uma alteração de uma norma internacional ou de carácter voluntário, informação financeira com carácter comparativo deve figurar nas demonstrações financeiras como forma de evidenciar as mudanças ocorridas.

3.4 Conteúdo da informação financeira na Internet

“As normas internacionais de contabilidade (PAIGC) preceituam que os mapas financeiros principais que devem ser publicados pelas empresas devem ser constituídas por: Balanço, Demonstração de resultados e a Demonstração dos fluxos de caixa (no caso de empresas cotadas em bolsas de valores).” (Carvalho & Magalhães, 2002:18)

Em Moçambique não existe uma legislação específica que regula a divulgação de informação na Internet. Mas, existem dispositivos legais que regulam a apresentação dos principais relatórios financeiros no formato tradicional. O mais relevante é a Resolução do Conselho de Ministros nº 13/84 de 14 de dezembro, que preconiza a obrigatoriedade de prestação anual das seguintes demonstrações financeiras: (i) o Balanço; (ii) a Demonstração de Resultados; e (iii) o Mapa de Apuramento e Aplicação de resultados.

3.5 Vantagens e Desvantagens do uso da Internet na divulgação de informação financeira

Gandía (2000:16-18) aponta como principais vantagens da divulgação de informação financeira na Internet as seguintes:

- a) Facilita o acesso e incrementa a potencial utilização da informação, pois permite acesso fácil e instantâneo a todos os utilizadores, e a baixo custo;
- b) Permite divulgar informação “*on-line*”: o surgimento da Internet permitiu superar a falta de oportunidade na publicação da informação financeira, pois, actualmente, as empresas podem estabelecer um canal de comunicação contínuo e com capacidade de difundir informação em tempo real, relativamente a qualquer acontecimento que afecte a sua vida económica e social;
- c) Facilita o acesso “passivo” aos dados financeiros divulgados pelas empresas, permitindo que os investidores adoptem uma postura mais exigente e recebam informação em função dos seus interesses e preferências, como por exemplo, através do correio electrónico;
- d) Flexibiliza o conteúdo da informação financeira: as empresas podem modificar a estrutura rígida com que apresentam actualmente as suas demonstrações financeiras;
- e) Incrementa o volume da informação disponível: a rede facilita a criação de bases de dados que são acessíveis pelos diferentes formatos, e que completam a visão histórica sobre a evolução dos negócios para os potenciais utilizadores da informação financeira;
- f) A Internet oferece múltiplas possibilidades para comunicar de forma versátil e interactiva, os dados não divulgados, ou divulgados de forma insuficiente, na forma tradicional de publicação das demonstrações financeiras.

Apesar das vantagens acima mencionadas, existem, segundo o mesmo autor, alguns riscos associados, que podem colocar em risco a credibilidade da informação financeira divulgada na Internet. Para tal, é preciso ter em conta os seguintes aspectos:

- a) O acesso à informação em condições iguais: a discriminação no seu acesso, ligada a questões tecnológicas – por exemplo, dificuldade de aceder à rede, questões económicas e sociais – por exemplo, restrições de acesso à informação para grupos de utilizadores concretos;
- b) A responsabilidade pela informação financeira difundida: é importante definir que responsabilidades devem as empresas assumir, derivada da divulgação de informação financeira indevida;
- c) A sobrecarga de informação: os utilizadores têm acesso a cada vez maior volume de informação, não querendo isso significar que estejam melhor informados, sendo importante definir mecanismos que permitam filtrar a informação relevante;
- d) Apesar da Internet estar a proporcionar aos seus usuários um acesso sem precedentes à nível de informação financeira, ainda existirem muitos riscos da informação perder viabilidade, daí que em alguns países esta tecnologia esteja limitada pelas normas e regulamentos que se aplicam a divulgação de informação financeira por meio tradicional.

Segundo (Hoffman et al:1999)³ as vantagens e desvantagens do uso da internet na divulgação da informação financeira:

Vantagens:

- O acesso à Internet não é caro;
- A Internet oferece uma forma rápida de comunicação e com larga audiência;
- Algumas páginas permitem que os usuários possam fazer a descarga (“download”) da informação financeira.

Desvantagens:

- As empresas divulgam as suas informações em vários formatos: não existe um formato definido para apresentar os relatórios financeiros na Internet. Algumas empresas apresentam a informação financeiras em formatos que permite que usuários os possam alterar, colocando em risco a fiabilidade da informação; outras

³ Extraído do artigo publicado na página da internet: <http://www.aicpa.org/pubs/jofa/may1999/hoffman.htm>

somente providenciam relatórios de forma sintética; e existem outras empresas que não apresentam informação financeira na Internet.

- Não existe um padrão predefinido sobre a apresentação de relatórios financeiros na Internet: é difícil efectuar análises comparativas quando a informação não é apresentada de forma padronizada ou consistente; outro facto é que é difícil encontrar informação financeira na Internet, os usuários tendem a seguir bastantes ligações (“links”) dentro de uma página para encontrar as informações que desejam;
- É difícil encontrar a página principal de uma empresa: encontrar a página principal de uma empresa pode ser difícil, pois a Internet está em franco crescimento, o que implica maior tempo e envolvimento na procura.

4 METODOLOGIA DE TRABALHO

O presente trabalho de licenciatura é de natureza exploratória. Segundo Gil (1999), “*envolve levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudo de caso*”.

Actividades desenvolvidas com esta metodologia:

- **Recolha de dados** – Para a recolha de dados foram realizadas entrevistas aos gestores e colaboradores de diferentes níveis das empresas *Sasol, Lda.* e *Telecomunicações de Moçambique, S.A.R.L.* As questões foram predeterminadas e direccionadas aos instrumentos e processos de recolha e divulgação de informação, assim como as condições tecnológicas e humanas para a manutenção da informação na Internet.
- **Análise dos dados** – com base em estudo de caso nas empresas acima citadas.
- **Elaboração de relatório final** – a elaboração do relatório final foi baseada na consolidação e análise dos dados relevantes que sustentaram a pesquisa.

4.1 Métodos específicos

A pesquisa de dados foi feita com recurso aos seguintes métodos específicos:

1. **Colecta de dados:** através da (i) pesquisa documental e bibliográfica – recurso à diversos tipos de documentação e bibliografia; (ii) consultas na Internet; e (iii) entrevistas com base em guiões previamente definidos;
2. **De amostragem: juízo prévio (ou opinativo)** – constituição de uma amostra tendo em conta um estudo prévio dos elementos a entrevistar com vista a se atingirem os objectivos do trabalho.

5 EMPRESAS ESTUDADAS

A seguir apresentam-se as experiências das empresas Sasol, Lda. e Telecomunicações de Moçambique, SARL.

5.1 Estudo de Caso na “Sasol, Lda.”

O estudo de caso é composto pela caracterização geral, informação de carácter geral e financeira na internet, estratégia de divulgação, factores, relevância para os utentes, planeamento de sistemas e os benefícios e inconvenientes de divulgar informação financeira na internet.

5.1.1 Caracterização geral

5.1.1.1 Origens e Evolução Histórica

A história do “Grupo Sasol” começa em 1927, quando foi estabelecida uma comissão no parlamento sul-africano para investigar as condições para o estabelecimento de uma indústria de carvão e petróleos. Porque a África do Sul não tinha reservas de crude, a balança de pagamentos tinha que ser protegida contra os aumentos na importação de petróleo. Depois de muitos anos de pesquisa e negociações, a *South African Coal Oil and Gas Corporation* foi fundada em 1950.

Em 1955 foram produzidas, na Sasol, as primeiras quantidades de combustíveis líquidos para automóveis; em 1964, a Sasol começou a desenvolver uma rede de gasoduto de distribuição na África do Sul, usando gás combustível a partir de carvão, na sua fábrica em Sasolburg; em 1967 foi construída a *National Petroleum Refinery of South Africa* (Refinaria Nacional de Petróleos da África do Sul); e em 1990 estabelecida foi a primeira companhia internacional de *marketing* da Sasol, a *Sasol Chemical Europe*, que “pavimentou” o caminho para a globalização do seu programa.

A Sasol tem-se distinguido no desenvolvimento de tecnologias de ponta no processo de conversão de carvão mineral em combustíveis e produtos químicos de valor. Actualmente, as operações da companhia estendem-se por mais de 20 países e exporta os seus produtos para mais de 100 países. A Sasol figura na lista das 5 maiores companhias sul-africanas e está cotada nas Bolsas da África do Sul (*JSE - Johannesburg Stock Exchange*) e dos Estados Unidos (*NYSE - New York Stock Exchange*).

A Sasol é composta por um grupo de 8 (oito) divisões ou unidades de negócios, nomeadamente: *Sasol Mining*, *Sasol Synfuels*, *Sasol Oil & Gás*, *Sasol Chemical Businesses*, *Sasol Synfuels International*, *Sasol Petroleum International*, *Sasol Technology* e *Sasol Financing*.

A implantação do Grupo Sasol em Moçambique começou em 26 de Outubro de 2000 quando se assinaram dois contratos de exploração de gás natural e produção de petróleo para os campos de Pande e Temane, entre a Sasol e a ENH (Empresa Nacional de Hidrocarbonetos). Estes contratos prevêem a exploração das reservas de gás natural nos 15 poços existentes no campo de Temane e nos 18 poços do campo de Pande, totalizando 33 poços de produção. A *joint-venture* entre a Sasol Petroleum Temane, Lda. e ENH prevê uma parceira de 70% e 30% respectivamente sobre o investimento na exploração dos poços de gás natural de Pande e Temane, sendo a primeira empresa responsável pela operacionalidade e gestão dos poços e do campo de exploração de gás natural de Temane e Pande.

O investimento inicial é de:

- 530 milhões USD (dólares americanos) na construção do campo e central de processamento de gás natural em Temane;
- 410 milhões USD na construção do gasoduto (com uma extensão de 511 km) que liga Moçambique (Temane/Pande) a África do Sul (Secunda); e
- 2.100 milhões de Rands na conversão da unidade de Sasolburg na África do Sul, modificações na unidade de Secunda e conversão da rede de distribuição de gás natural e clientes.

Dos campos de produção de Temane e Pande são extraídos, o gás natural (como recurso principal) e o combustível condensado (como subproduto). A maior parte do gás natural extraído é vendida, sendo a outra pequena parte incendiada ou usada nas actividades do campo. A produção de gás natural arrancou em Abril de 2004, e atingiu cerca de 214 (duzentos e catorze) mil Giga joules (GJ), tendo vendido nesse período cerca de 500.000 (quinhentos mil) dólares americanos, usando uma força de trabalho de 67 (sessenta e sete) homens, sendo 47 (quarenta e sete) nacionais e 20 (vinte) estrangeiros. Actualmente, a produção média do ano 2005 é de 8.200 mil GJ mensais, com vendas médias mensais de aproximadamente 8 (oito) milhões de dólares americanos, usando a mesma força de trabalho uma força de trabalho de 67 (sessenta e sete) trabalhadores.

Os benefícios da exploração de gás natural em Moçambique são: (i) receitas para o Estado, pela colecta de impostos e direitos; (ii) criação de emprego para os cidadãos nacionais; (iii) melhoria das infra-estruturas e aproveitamento de recursos; (iv) direitos sobre o gás (com opção de ser cobrado em espécie) pelo governo de Moçambique, que pode ser utilizado em outras áreas da economia, como os sectores dos transportes e indústria.

O principal desafio da Sasol é tornar disponível no mercado nacional e regionais produtos da sua marca com qualidade e de excelência mundial, sendo de destacar o gás de alta qualidade que vai ser usado na indústria local e nos veículos de transportes públicos. A

Sasol faz parte dos principais mega projectos em Moçambique, com contributo significativo sobre para a economia nacional.

5.1.1.2 Objectivos

A Sasol tem como objectivos: (i) alcançar novas fronteiras, não apenas no âmbito geográfico, mas também tecnológico, através do envolvimento dos seus trabalhadores; (ii) ser uma empresa competitiva usando tecnologias modernas; e (iii) promover estratégias que conduzam a excelência dos seus produtos e marca.

5.1.1.3 Visão

A visão da Sasol resume-se nos seguintes pontos: (i) ser uma empresa respeitada a nível mundial e gerar um crescimento sustentável aos seus parceiros; (ii) adquirir vantagens competitivas na indústria de carvão, lubrificantes, gás, petróleo e químicos e em mercados relacionados; (iii) criar oportunidades para desenvolver e aplicar tecnologias para a produção e *marketing* de produtos e serviços competitivos; (iv) criar um ambiente onde grupos de pessoas dedicadas e caracterizadas pela diversidade de conhecimentos e origens possam crescer até ao máximo do seu potencial através do desenvolvimento, reconhecimento, respeito e envolvimento num ambiente de trabalho seguro e saudável; e (v) moldar os valores da sua formidável marca.

5.1.1.4 Propósitos

A Sasol tem 4 (quatro) propósitos: (i) aumentar o portfólio de produtos químicos; (ii) otimizar o desempenho das unidades existentes; (iii) pesquisar e explorar novas oportunidades na área de hidrocarbonetos; e (iv) comercializar e expandir a tecnologia de conversão de gás natural em petróleo líquido.

5.1.1.5 Valores

Juntamente aos propósitos e à visão, a Sasol tem como valores: (i) integridade → honestidade, ética, justiça e transparência; (ii) focalização no cliente → prover ao cliente um serviço eficiente e de alta qualidade; (iii) melhoria contínua → espírito inovador e contribuir para melhoria do desempenho; (iv) vencer com as pessoas → respeitar e encorajar o crescimento das pessoas, individuais e em grupos; (v) excelência → fazer negócios com padrões internacionais usando tecnologias modernas e oferecendo produtos e serviços de qualidade superior dentro da sua filosofia de trabalho, tendo em conta a saúde e segurança ambiental; e (vi) segurança → eliminar todos incidentes e trabalhar num ambiente seguro.

5.1.1.6 Empresas do grupo

Em Moçambique é composta pelas seguintes empresas 5 (cinco empresas), a saber:

- **Sasol Petroleum Temane, Lda**, empresa criada em 2002 em parceria com a ENH e responsável pela exploração de gás natural e gestão do centro de processamento de Temane.
- **ROMPCO - Republico of Mozambique Pipeline Investment Company, Limitada** empresa responsável pela gestão do gasoduto ("*pipeline*") no território nacional.
- **Sasol Petroleum Sofala, Limitada** empresa que explora os blocos 16 e 19 em "*offshore*" nas águas territoriais de Sofala.
- **Sasol Petroleum Moçambique, Limitada**, empresa ainda não operacional, cuja actividade é a exploração de petróleo em Inhassoro, província de Inhambane.
- **Petromoc e Sasol, Limitada**, empresa criada em parceria com a Petromoc, S.A.R.L., e que se dedica à comercialização dos combustíveis e lubrificantes da marca, nas estações de serviço existentes em Moçambique.

5.1.1.7 Operacionalidade

Em termos operacionais a Sasol está dividida em duas áreas, nomeadamente:

- Inhambane, com o campo e centro de processamento de gás natural, em Temane, nos 33 poços de exploração existentes, sendo responsáveis pelas actividades operacionais; e
- Cidade Maputo, com o escritório que gere todas as restantes actividades da empresa.

5.1.2 Informação na internet

A Sasol começou a divulgar a informação na Internet a partir de fins de 2000. Nesse período, a Internet era vista como um meio secundário de divulgação de informação como o seu perfil empresarial, produtos e serviços, oportunidades de emprego.

5.1.2.1 Estrutura da página

Para a “Sasol” toda a informação de carácter político, económico e social, que esteja relacionada com as actividades que a empresa desenvolve em qualquer parte do mundo são relevantes e devem merecer atenção. O uso da Internet encontra enquadramento num dos 6 (seis) valores da empresa que é a “excelência”, pois este valor destaca o uso de tecnologias relevantes nas suas actividades. A página da Internet da “Sasol” procura divulgar àquela informação que se julga ser importante para os seus utentes, obedecendo a uma estrutura predefinida (veja anexo 1).

A página da Internet da Sasol está dividida em 5 (cinco) partes principais: a) conhecer a Sasol; b) investidores; c) centro de notícias; d) recrutamento de pessoal; e e) usuários internos. Desta informação, a parte dos *Investidores* é que tem carácter financeiro, enquanto que a restante visa divulgar o perfil e as actividades que a empresa desenvolve.

- a) **Conhecer a Sasol** : Nesta parte da página da Internet, pretende-se dar a conhecer aos seus usuários uma visão geral sobre os negócios e outras actividades, sendo composto pela seguinte informação: (i) perfil da empresa; (ii) marca; (iii) visão; (iv) actividades; (v) tecnologias e processos; (vi) pessoas; (vii) desenvolvimento sustentável; (viii) código de ética; (ix) patrocínios; (x) perfil dos países; e (xi) produtos e serviços.
- b) **Centro de notícias**: Esta parte apresenta a seguinte subdivisão: (i) biblioteca fotográfica; (ii) notícias; e (iii) produtos e serviços.
- c) **Recrutamento de pessoal**: Esta parte procura divulgar as oportunidades existentes em termos de emprego. Os usuários podem concorrer para as vagas existentes em diferentes partes do mundo ou colocar os seus currículos à disposição da empresa, cuja informação é retida na base de dados para futuras oportunidades de emprego. Outra referência importante é a existência de bolsas de estudo “*on-line*”, em que os usuários podem concorrer a bolsas de oferecidas pela companhia.
- d) **Usuários internos**: Permite que os empregados na empresa possam aceder ao e-mail interno. Esta parte mostra com maior detalhe as estratégias e actividades. Permite também conhecer os endereços e contactos das pessoas que trabalham na empresa.
- e) **Investidores**:
- Relações com o grupo de investidores
- Composto por um grupo de pessoas com quem os investidores podem estabelecer contactos na empresa sobre qualquer assunto relacionado com negócios, como forma de estabelecer uma relação mais próxima com os detentores do capital.

- **Desempenho financeiro**
A parte respeitante ao desempenho financeiro é composta por: relatórios financeiros interinos e relatórios finais. Estes relatórios contêm a informação financeira principal na Internet.
- **Cotações na Bolsa de valores de Nova York**
Mostra a lista das cotações na bolsa de Nova York, em dado período, como parte da estratégia global da empresa. Estas listagens são de utilidade para os investidores que pretendem adquirir acções na Bolsa de valores.
- **Opiniões de analistas financeiros**
Apresenta uma lista de contactos de analistas individuais, que são responsáveis pelas estimativas e previsões de resultados financeiros sobre o desempenho da empresa. Estes analistas são consultores independentes, daí que a opiniões destes não reflectem a opinião da empresa.
- **Informações sobre os preços de mercado**
Periodicamente a empresa procura adquirir informações de analistas externos sobre os preços de petróleo, taxas de câmbio, preços de produtos químicos, margens globais de lucro do sector energético, no mercado internacional.
- **Conferências com investidores**
Divulga as informações e decisões de algumas conferências mantidas com investidores de todo o mundo, combustíveis líquidos e gasosos.
- **Informações sobre os sócios**
Apresenta os endereços das pessoas com quem os usuários podem estabelecer contactos, no caso de desejarem obter informações sobre os sócios. Sendo este grupo constituído por consultores e analistas independentes.

- Conselho directivo
Mostra as funções e responsabilidades do conselho directivo, dos directores, dos oficiais e restantes trabalhadores da empresa. Enfatiza também as políticas que conduzem a tomada de decisões na empresa uma forma genérica.

- Reuniões anuais do conselho directivo
Pontos de agenda e decisões das reuniões anuais do corpo directivo da empresa, sendo um dos pontos de destaque, a aprovação dos relatórios financeiros de cada ano.

- Cartas dos investidores
O departamento de “Relações com os investidores” publica a revista “*Investor Insight*”, em cada dois anos, que pode ser visto em versão electrónica na Internet, cujo objectivo é divulgar as actividades e o desempenho das empresas do grupo.

5.1.3 Informação financeira na internet

A informação financeira na internet está constante na secção destinada ao desempenho financeiro. Esta informação é composta por relatórios interinos (ou resultados provisórios) e resultados finais (relatórios anuais). Estes relatórios são apresentados os resultados consolidados do grupo no seu todo e também por unidades de negócios.

5.1.3.1 Os resultados provisórios

Nesta parte divulgam-se os resultados financeiros previsionais, relativos a 6 (seis) meses (metade do ano económico) de forma sumariada. Apresentam a forma como esses resultados foram obtidos e as aplicações que se lhes reservam.

5.1.3.2 Os resultados finais

Esta parte é constituída por um relatório anual ("*annual report*") que inclui:

- a) *Introdução*: (i) Parecer do Presidente do Conselho Directivo; (ii) Revisão financeira; (iii) Informação sobre os sócios; (iv) Valor acrescentado nas demonstrações; (v) Flutuações da moeda; e (vi) Sumário das estatísticas.

- b) *Demonstrações financeiras anuais*: (i) Aprovação das demonstrações financeiras, (ii) Certificado do secretário da companhia (iii) Relatório de auditores independentes.

- c) *Sasol Limited Group*: (i) Relatório dos directores; (ii) Relatório das remunerações dos directores; (iii) Políticas contabilísticas; (iv) Balanço; (v) Demonstração de resultados; (vi) Mudanças na estrutura de capital; (vii) Mapa de fluxos de caixa; (viii) Informações sobre segmento de negócios e localização geográfica; (ix) Imobilizado corpóreo; (x) Imobilizado incorpóreo; (xi) Investimentos; (xii) Notas as demonstrações financeiras; (xiii) Investimentos; (xiv) Dívidas de longo prazo; (xv) Facilidades bancárias e de débitos; (xvi) Benefícios após reforma; e (xvii) Risco financeiro de gestão e instrumentos financeiros.

- d) *Sasol Limited Company*: (i) Balanço; (ii) Demonstração de resultados; (iii) Mudanças na estrutura de capital; (iv) Mapa de fluxos de caixa; (v) Notas as demonstrações financeiras; (vi) Juro nas empresas subsidiárias e parcerias; e (vii) Contactos.

Este relatório apresenta os resultados de forma detalhada, sendo dividida por unidades de negócios, como forma de avaliar o desempenho de cada uma delas sobre os resultados globais da companhia.

5.1.4 Estratégia de divulgação de informação financeira

A adesão da Sasol à bolsa de valores de Nova York em 23 de Abril de 2003, mostrou a necessidade de divulgação de informação financeira, dado que as oportunidades de angariar fundos de investidores aumentaram.

A informação financeira é divulgada em formato tradicional com o nome de “Relatório anual”, e só depois é que é publicada na Internet. A Internet é um complemento, para além do uso do papel, para divulgar e partilhar informações com os interessados.

As contas anuais encontram-se num arquivo em separado, e estão em formato PDF⁴, para salvaguardar que a descarga e impressão dos documentos sejam exactamente iguais ao formato impresso.

5.1.5 Factores que suportam a divulgação de informação

Para a “Sasol”, a divulgação de informação financeira na Internet tem em vista responder as dificuldades que a empresa enfrentava à medida que ia crescendo, quanto: (i) ao custo e tempo na divulgação da informação; (ii) a comunicação com maior numero de utilizadores e potenciais investidores; (iii) a ultrapassar os problemas de apresentação de relatórios na forma tradicional; e (iv) ao aumento na quantidade e quantidade de informação.

Em Moçambique, não existe uma legislação específica sobre a divulgação de informação financeira na Internet, limitando-se somente à forma tradicional (escrita em papel). A “Sasol” em Moçambique limita-se à forma escrita em papel na divulgação de informação financeira para efeitos fiscais, submetendo os relatórios financeiros nas repartições de finanças conforme o preceituado na lei.

⁴ PDF – Portable Data File

5.1.6 Relevância para os utentes

A “Sasol”, está cotada nas bolsas de valores de NYSE e JSE, daí que a sociedade em geral e os investidores, em particular, procuram ter conhecimento sobre as demonstrações financeiras e os documentos de prestação de contas. A divulgação da informação financeira na internet tem várias edições, trimestral, semestral e anual, por iniciativa individual e imposição legal. No caso de Moçambique, o facto da “Sasol” não estar cotada na bolsa de valores local, não inibe que esta possa publicar as informações relativas as bolsas da valores mundiais, apesar desta informação não ser de grande utilidade para a maioria dos usuários moçambicanos.

Para a “Sasol” o uso da Internet para divulgar informação financeira releva-se de grande importância, dado que: (i) tratando-se de uma multinacional, os seus investimentos encontram-se geograficamente dispersos, os interesses da empresa estão espalhados por diversas partes do mundo; (ii) existem diversos parceiros de negócios com quem a empresa partilha o risco dos negócios, maior parte delas em “*joint-ventures*”, como é o caso de ENH em Moçambique; (iii) a empresa está cotada em bolsas, sendo assim, o número de investidores nas bolsas de valores é elevado e para fazer a informação chegar aos investidores a Internet tem revelado ser um meio eficaz; e (iv) os custos de uso desta ferramenta de informação aliado ao factor tempo na divulgação de informação são baixos que o papel escrito.

5.1.7 Planeamento de Sistemas de informação

Todas as actividades de carácter geral da empresa são planeadas e divulgadas na Internet. O plano empresarial da empresa é divulgado somente na Intranet (rede interna de computadores, com acesso restrito ao quadro de pessoal) e este envolve todas as unidades de negócio da empresa a todos os níveis, sendo aprovadas pelo conselho directivo antes de serem divulgadas. Os planos de sistemas de informação são elaborados pelos departamentos ligados a informação (relações públicas, desenvolvimento comunitário, de

informática, entre outros) de cada uma das unidades de negócio existentes e são integradas num único plano para posterior divulgação pública.

Na Sasol, a divulgação de informação financeira na Internet faz parte da estratégia empresarial da empresa.

5.1.8 Benefícios e inconvenientes

5.1.8.1 Benefícios

Para a Sasol, Lda, os benefícios de divulgar informação financeira são:

- Permite que a informação chegue ao alcance de um universo muito grande de investidores de forma rápida e flexível; e
- Permite reduzir custos associados com a impressão e publicação da informação no formato tradicional.

5.1.8.2 Inconvenientes

Os inconvenientes de divulgar informação financeira na internet são descritos como sendo os seguintes:

- O facto da informação se apresentada em língua inglesa, inibe que certas pessoas possam consultar informações; e
- O volume de informação gerado pela empresa é grande e disperso; o processo de selecção de informação relevante e de utilidade para os visitantes é trabalhoso e exige certa experiência.

5.2 Estudo de Caso nas “Telecomunicações de Moçambique, S.A.R. L”.

O estudo de caso nas TDM obedece a mesma estrutura de análise que a da Sasol, Lda, sendo também constituído pela caracterização geral, informação de carácter geral e financeira na internet, estratégia de divulgação, factores, relevância para os utentes,

planeamento de sistemas e os benefícios e inconvenientes de divulgar informação financeira na Internet.

5.2.1 Caracterização Geral

5.2.1.1 Origens e Evolução Histórica

A empresa “Telecomunicações de Moçambique E.P.” (TDM) foi criada pelo decreto nº. 5/81 de 10 de Junho, na sequência da extinção dos Correios, Telégrafos e Telefones (CTT) e transformada em empresa pública pelo decreto nº. 23/92 de 10 de Setembro.

Em 26 de Setembro de 2002, a empresa TDM foi transformada em Sociedade Anónima de Responsabilidade Limitada, passando a ser designada por Telecomunicações de Moçambique S.A.R.L., nos termos do decreto nº. 47/2002.

A empresa TDM adquiriu larga experiência em serviços de telefonia fixa, local e longa distância, dispondo também do serviço para Internet, transmissão de dados e imagens, vídeo-conferência e outros. O serviço público compreende os serviços telefónicos, circuitos alugados e os serviços suplementares. Dispõe também de ligações automáticas nacionais e internacionais, entre os diversos centros urbanos e rurais.

A empresa TDM esta implantada em todo país e tem a sua sede em Maputo, e delegações nas capitais provinciais de todo o país. O volume de serviços oferecidos pela empresa é vasto, sendo subdivididos em serviços de base e serviços de suporte.

- *Serviços de base:* Telefone e fax, Telecartão, Telefone público, RDIS, Internet café, Vídeo-conferência, Móvel global, Revenda de segmento espacial, Trrim e Internet.
- *Serviços de suporte:* S.A.I.A. (serviço de acesso internacional automático), Pagamento por ATM, Débito directo, Teleconta.

5.2.1.2 Objectivos

As TDM têm 3 (três) objectivos: (i) **servir o cliente**, procurando satisfazer as suas necessidades na área de telecomunicações, através da utilização das mais modernas e adequadas tecnologias; (ii) **chegar cada vez mais longe**, unindo o cliente a qualquer parte do planeta, empreendendo esforços no sentido de acompanhar as grandes mudanças no ramo das telecomunicações, através da modernização e expansão da rede de telecomunicações fixa e móvel; e (iii) **treinar a força de trabalho para melhor atender**, através da valorização e formação dos seus empregados com vista a melhorar a qualidade de atendimento.

5.2.1.3 Missão

A missão da empresa é de “oferecer soluções integradas de comunicações, que supram as necessidades das organizações e pessoas, que impulsionem o desenvolvimento socio-económico do país”.

5.2.1.4 Visão

A visão das TDM é de: “ser líder na oferta de soluções integradas de comunicações”

5.2.1.5 Empresas do grupo

Fazem parte do grupo TDM, 6 (seis) empresas, das quais ela é accionista. São elas: a **Mcel – Moçambique Celular**, que faz a gestão do serviço móvel, na qual é detentora de 100% das quotas; a **TV Cabo** e a **Televisa** que fazem parte da parceria entre a TDM e o grupo Visabeira, em 50% cada empresa; A **Teledata** (Sociedade Técnica de Obras e Projectos, Lda.) e as **Listas Telefónicas de Moçambique** em parceria com a PTI – Portugal Telecom Internacional; e a **Teleserve** (Serviços de Telecomunicações, Lda.) em parceria com a Mauritius Telecom com 50%.

Listas Telefónicas de Moçambique (LTM)

Foi criada em 1989, e conta com a parceria da empresa “Portugal Telecom Internacional (PTI)”. Tem como actividade principal a edição e publicação das Listas Telefónicas, Fax e telex dos clientes da TDM, bem como a Carta de Maputo e o Mapa de Moçambique. A sua missão é de editar, anualmente, com qualidade e rentabilidade, as referidas publicações, sendo responsável pelas Listas telefónicas do Sul, Centro e Norte com tiragens anuais.

Teledata

É uma empresa constituída em 1989, entre a TDM e a Portugal Telecom Internacional (PTI). Esta empresa funciona como operadora de serviços complementares de telecomunicações. Presta uma oferta integrada de serviços e soluções, nas áreas de: (i) comunicações empresariais (transmissão, comunicações nacionais e internacionais, “outsourcing” de redes e desenvolvimento de soluções sectoriais); (ii) soluções de Internet para os mercados empresarial e pessoal (acesso, soluções de alojamento e aplicações e servidores, desenho e gestão de sites, correio electrónico e soluções de segurança).

Esta empresa tem a sua sede em Maputo e possui delegações na Beira e Nampula.

Teleserve

É uma empresa participada pela TDM em 50% em parceria com o “Grupo Visabeira” e se dedica a comercialização de soluções inteligentes de telecomunicações, tais como PABX’s RDIS. Comercializam também serviços informativos, publicidade e concursos por via telefónica. Dispõe também do serviço de audiotexto, que consiste em prestar informações sobre meteorologia, horóscopo, comunicação social, através de chamadas telefónicas.

Televisa

A Televisa foi criada a 11 anos em parceria com o “Grupo Visabeira” e está vocacionada para o projecto, instalação, supervisão e manutenção de redes de telecomunicações, incluindo as redes de fibra óptica, bem como o desenvolvimento e implementação de sistemas de comunicação.

Na globalidade das suas actividades, executa obras de ampliação de redes telefónicas, de interligação em fibra óptica, eléctrica e de telecomunicações, fornecimento e instalação de redes de estrutura de voz, dados e imagem, sistemas de segurança, bem como a instalação de centrais de comutação e das redes de TV por cabo.

A Televisa opera em todo o território nacional.

Mcel – Telecomunicações Móveis de Moçambique

A Mcel iniciou a sua actividade de gestora do serviço móvel em Novembro de 1997, utilizando a mais avançada tecnologia celular GSM (*Global System for Mobile Communications*). A TDM passou a deter a totalidade das acções da Mcel a partir de Março de 2003. A empresa pretende atingir uma carteira de 1.000.000 (um milhão) de utilizadores em todo o país até finais de 2005.

TV Cabo – Comunicações Multimédia

Esta empresa tem participações do grupo português Visabeira, SGPS, e está vocacionada a implementação de redes de televisão por cabo em Moçambique. É líder na distribuição de sinais de televisão e rádio, nacional e estrangeiro, a baixo custo e sem qualquer tipo de antenas ou produtos similares. Tem também disponível o serviço “netcabo”, um serviço de Internet inovador, com largura de banda e ligação permanente, sem ocupação de linha telefónica e utiliza fibra óptica de rede de televisão por cabo, o que confere aos seus utilizadores maior velocidade de acesso a Internet.



5.2.1.6 Operacionalidade

Em termos operacionais a empresa Telecomunicações de Moçambique, S.A.R.L. está dividida em três áreas, nomeadamente:

- Centro (Manica, Sofala e Tete), com delegações nas capitais provinciais em Chimoio, Beira e Tete, respectivamente;
- Norte (Nampula, Zambézia, Niassa e Cabo Delgado), com delegações nas capitais provinciais em Nampula, Quelimane, Lichinga, Nacala e Pemba, respectivamente;
- Sul (Maputo, Gaza e Inhambane), com sede na cidade de Maputo e delegações provinciais em Xai-xai e Inhambane, respectivamente.

5.2.2 Informação na internet

A página da internet obedece a uma estrutura pré-definida (conforme o definido no anexo 2 deste trabalho), o que permite aos utentes localizar as informações de forma rápida e segura.

5.2.2.1 Estrutura da página

A página da internet da TDM é composta 4 (quatro) partes principais:

a) Quem Somos; b) Nossa Oferta; c) Apoio ao cliente; e d) Outros.

e) Quem Somos

Esta parte está subdividida em:

- *TDM*: Apresentação; Organização; Missão e Visão; Relatórios e Contas (de 2001 a 2004);
- *Empresas do grupo*: Mcel; TV Cabo; Teledata; Teleserve; LTM; e Televisa.

f) Nossa oferta

- *Serviços de base*;
- *Serviços de suporte*; e

- *Tarifas* (Telefónico nacional; RDIS; Aluguer de circuitos nacionais e internacionais; Aluguer de circuitos nacionais e internacionais – ISP's⁵; Trrim; Telefónico e telex internacional; Transmissão e recepção de programas).

g) Apoio ao cliente

- *Atendimento público* (Cabines públicas: Maputo, Gaza, inhambane, Sofala, Chimoio, Tete, Zambézia, Nampula, Nacala, Cabo Delgado, Niassa);
- *Telefones e endereços* (Delegações provinciais e Sectores comerciais);
- *Atendimento telefónico*: Números úteis;
- *Perguntas e respostas*;
- *Jornal do cliente*;
- *Lista telefónica*; e
- *Patrocínios*.

h) Outros

- *Notícias*;
- *Galeria*;
- *Campanhas*; e
- *Contactos*.

5.2.3 Informação financeira na internet

A informação financeira publicada na página da internet da TDM refere-se aos resultados consolidados do grupo. A informação financeira esta incluída na secção “Quem somos” e é apresentado num documento resumo denominado “Relatório e contas” e é publicado anualmente.

⁵ *Internet Service Provider* (Provedor de Serviços de Internet)

5.2.3.1 Os resultados provisórios

Embora as TDM preparem informação financeira relativa numa base periódica mensal, essa informação não se encontra disponível na Internet.

5.2.3.2 Os resultados finais

Os “relatórios e contas” publicados na internet referem-se ao desempenho económico e financeiro da empresa nos exercícios económicos de 2001, 2002, 2003 e 2004. A informação contida nos relatórios e contas mais recente (do ano 2004) é composto por:

1. *Mensagem do Presidente do Conselho de Administração;*
2. *Dados chave:*
 - a) Infra-estruturas;
 - b) Serviços de telecomunicações;
 - c) Tráfego;
 - d) Qualidade de serviço; e
 - e) Finanças.
3. *Relatório do Conselho de administração:*
 - a) Enquadramento geral
 - Envolvente económica; e
 - Envolvente regulamentar.
 - b) Evolução dos principais negócios da empresa
 - Serviço telefónico (fixo tarifário e público);
 - Circuitos alugados;
 - RDIS;
 - Sinal TV; e
 - Serviço de Internet.
 - c) Desenvolvimento da infra-estrutura da rede
 - Investimento realizado;
 - Estudos de viabilidade e “*procurement*” de projectos.
 - d) Recursos humanos e formação

- Caracterização dos recursos humanos;
 - Gestão de desempenho e carreiras profissionais;
 - Gestão de competências – Formação.
- e) Análise económica e financeira do exercício
- Situação económica (Resultados do exercício, Proveitos operacionais e Custos operacionais);
 - Situação patrimonial e financeira (Balanço e estrutura patrimonial, Financiamento); e
 - Indicadores económico-financeiros.
- f) Acções de desenvolvimento sócio-cultural e comunitário e proposta de aplicação de resultados;
- g) Proposta de aplicação de resultados.
4. *Demonstração de resultados em 31 de Dezembro de 2004;*
 5. *Balanço em 31 de Dezembro de 2004;*
 6. *Demonstração dos Fluxos de Caixa em 31 de Dezembro de 2004;*
 7. *Parecer do Conselho fiscal;*
 8. *Relatório dos auditores externos* (contêm as responsabilidades, o âmbito, a opinião e ênfase).
 9. *TDM em números;*

5.2.4 Estratégia de divulgação da empresa

A empresa TDM divulga as informações referentes ao seu desempenho económico e financeiro. As demonstrações financeiras são integradas e só reflectem a posição da empresa em relação à parte da sociedade que lhes pertence nas empresas do grupo. As empresas do grupo, apesar de terem páginas individuais na internet, elas não divulgam informação financeira, limitam-se a divulgação de informação de carácter geral, tais como o seu perfil, produtos e serviços, notícias, entre outros.

Os “Relatórios e contas” de 2002 a 2004 estão publicados em formato PDF, o que lhes confere certa segurança, pois este formato permite manter o conteúdo original dos documentos quando se pretendem efectuar as descargas dos mesmos.

5.2.5 Factores que suportam a divulgação de informação

Os factores que estão por detrás da divulgação de informação na internet são:

- A necessidade de melhor informar ao cliente;
- Como empresa pioneira no ramo das telecomunicações em Moçambique, o uso de tecnologias modernas de informação e comunicação faz parte da política empresarial.

5.2.6 Relevância para os utentes

A página da internet foi concebida especialmente para os clientes e focaliza a importância destes para a empresa. A Internet permite também que outros utentes possam obter informações sobre as actividades e o desempenho da empresa, mas de forma genérica.

5.2.7 Planeamento de Sistemas de informação

As actividades da empresa são planeadas e estão contidas num plano estratégico anual que define todas as actividades e metas a serem alcançadas. Contudo, estes planos não são divulgados na Internet, mas sim a nível interno da empresa (na Intranet).

Não existe um plano de sistemas de informação concreto sobre a divulgação de informação na Internet.

5.2.8 Benefícios e inconvenientes de divulgar informação financeira

A seguir descrevem-se os benefícios e inconvenientes de divulgar informação financeira para as TDM.

5.2.8.1 Benefícios

Os benefícios são:

- Comodidade e rapidez de acesso: os clientes podem obter informações de que desejam sem ter de se deslocar as dependências ou lojas da empresa;

5.2.8.2 Inconvenientes

Os inconvenientes são:

- A informação financeira é limitada ao plano de contas nacional, que carece de actualização.
- O facto da informação financeira ser divulgada somente uma vez por ano não permite tomar decisões imediatas por parte dos investidores.

6 RESULTADOS DO ESTUDO

Os resultados do estudo são apresentados em quadros por forma a permitir a comparação dos indicadores de análise das duas empresas estudadas.

6.1 Indicadores de análise

Para o presente trabalho efectuou-se a comparação da informação relativa às duas empresas em análise (Sasol e TDM), com base nos seguintes indicadores: (i) utentes da informação; (ii) qualidade da informação financeira; e (iii) características da informação para os utentes.

6.2 Comparação dos indicadores

A comparação dos dados obtidos nas empresas estudadas permitiu analisar a informação quanto aos utentes, qualidade e características dos utentes da informação financeira.

6.2.1 Utentes da informação financeira

Quadro 1: Utentes de informação financeira

Empresas	Utentes da informação financeira
Sasol	Investidores
TDM	Clientes.

6.2.2 Qualidade da informação financeira

A análise da qualidade da informação cingiu-se aos seguintes indicadores considerados relevantes para o estudo:

- Regime de Acréscimo – Total ou parcial;
- Continuidade;
- Compreensibilidade/Clareza;
- Relevância;
- Fiabilidade;
- Comparabilidade;
- Oportunidade;
- Carácter Completo;
- Identificabilidade;
- Objectividade;
- Verificabilidade;
- Prudência;
- Razoabilidade; e
- Economicidade.

Quadro 2: Indicadores da qualidade de informação

Indicadores	Sasol	TDM
Regime de Acréscimo – Total ou parcial	Página actualizada em partes de acordo com o fluxo de informação e numa base diária.	Página actualizada em partes, mas sem base específica.
Continuidade	Assegurada pela política de divulgação de informação constante no plano de sistemas.	Assegurada por ser empresa pioneira na área da internet no país.
Compreensibilidade/Clareza	Compreensível	Compreensível
Relevância	Informação financeira destinada aos investidores.	Destinada aos clientes.
Fiabilidade	Relatórios publicados em formato PDF.	Relatórios publicados em formato PDF.
Comparabilidade	A informação financeira permite comparar os resultados de 2002, 2003 e 2004.	A informação financeira comparara os resultados de 2003 e 2004.
Oportunidade	Relatórios financeiros actualizados até 30 de Junho de 2005 e numa base semestral. Cotações bolsistas actualizadas diariamente.	Relatórios financeiros actualizados até 31 de Dezembro de 2004.
Carácter Completo	Os utentes podem efectuar cálculos sobre vários rácios económicos e financeiros.	Os utentes podem efectuar cálculos sobre os principais rácios.

Identificabilidade	Informação financeira claramente identificada.	Informação financeira claramente identificada.
Objectividade	Informação satisfaz todos os objectivos dos utentes.	Informação satisfaz alguns objectivos dos utentes.
Verificabilidade	Existem planos de negócios, mas não divulgados na Internet.	Planos de negócios existentes, mas não divulgados na Internet.
Prudência	As contas têm como base PCGA ⁶ dos Estados Unidos da América.	As contas têm como base o plano de contas de Moçambique.
Razoabilidade	Assegurada pelo relatório de auditores externos (KPMG).	Assegurada pelo Relatório de auditoria da Ernst & Young.
Economicidade	Informação financeira detalhada.	Informação financeira resumida.

Quanto à qualidade da informação financeira, verifica-se que as empresas em estudo apresentam diferenças em alguns indicadores de comparação. Estas diferenças residem essencialmente pelo facto da Sasol, Lda. apresentar maior experiência de divulgação de informação na Internet que as “Telecomunicações de Moçambique, S.A.R.L.” e ainda apresentar um maior grau de internacionalização. Na Sasol, Lda, As exigências em relação aos utentes são maiores, daí a necessidade de informação pormenorizada e com maior sentido de oportunidade.

6.2.3 Informação para os utentes

Quanto à análise sobre as características da informação financeira para os utentes, analisou-se o seguinte:

- Avaliar o risco e a rendibilidade dos investimentos;

⁶ Princípios de Contabilidade Geralmente Aceites.

- Decidir comprar, manter ou vender as acções;
- Avaliar a capacidade da empresa para pagar dividendos ou empréstimos;
- Avaliar a estabilidade e a rendibilidade da empresa;
- Avaliar a capacidade da empresa para fazer face ao pagamento de remunerações, das pensões de reforma e oportunidades de emprego; e
- Avaliar os impactos na criação de bem-estar ou no desenvolvimento económico, social e cultural.

Quadro 3: Características da informação financeira para os utentes

Características	Sasol	TDM
Avaliar o risco e a rendibilidade dos investimentos	Sim	Sim
Decidir comprar, manter ou vender as acções	Sim	Não
Avaliar a capacidade da empresa para pagar dividendos ou empréstimos	Sim	Sim
Avaliar a estabilidade e a rendibilidade da empresa	Sim	Sim
Avaliar a capacidade da empresa para fazer face ao pagamento de remunerações, das pensões de reforma e oportunidades de emprego	Sim	Sim
Avaliar os impactos na criação de bem-estar ou no desenvolvimento económico,	Sim	Sim

social e cultural		
-------------------	--	--

Comparando as características da informação para os utentes, pode-se depreender que elas apresentam características semelhantes, distinguindo-se pelo facto da “Sasol” divulgar na Internet informação relacionada com a decisão de comprar, manter ou vender acções da empresa.

6.2.4 Comentários

Apesar de, no princípio, ter sido difícil colectar dados nas empresas estudadas, devido a resistência na disponibilização de informação, principalmente em formato tradicional, por maior parte de essa informação ser julgada confidencial e de aceso restrito, posteriormente essa informação foi concedida no momento em que foram concedidas as entrevistas, mas de forma resumida.

A maior parte da informação relativa ao perfil das empresas, actividades desenvolvidas e informação financeira, foi obtida através da internet, nos sites das empresas.

7 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

7.1 Conclusões

As conclusões do estudo são:

- As empresas estudadas provam a utilidade de divulgar informação via Internet, permitindo dispor de informação em maior quantidade e qualidade aos utentes.
- Associada as vantagens da divulgação de informação via Internet, as empresas estudadas estão a fazer publicidade, prestação de serviços e a divulgar informação financeira usando esta ferramenta.
- Apesar da diferença de estratégias adoptadas pelas duas empresas na divulgação de informação financeira na Internet, ambas têm conseguido alcançar o mesmo objectivo, através da qualidade e conteúdo da informação divulgada.

7.2 Recomendações

Para o presente trabalho recomenda-se o seguinte:

- As experiências da Sasol, Lda. e das Telecomunicações de Moçambique, S.A.R.L. na utilização da Internet para divulgar informação financeira e tendo em consideração os aspectos organizacionais, administrativos e tecnológicos, podem ser estendida para as outras empresas;
- Do estudo realizado depreende-se a necessidade de Moçambique adoptar políticas de divulgação de informação na Internet;
- Dado que é uma experiência nova e não existe legislação apropriada, seria bom se se estudasse a implementação de mecanismos adequados sobre a divulgação de informação das empresas moçambicanas na Internet.

8 BIBLIOGRAFIA

ALBERTINI, Alberto L. e De Moura, Rosa M. (2004) *Administração de Informática: Funções e Factores Críticos de Sucesso* São Paulo: Editora Atlas

CARDOSO, Cláudio (2005) *Comércio Electrónico na Internet*
[Http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/cardoso/texto01.html](http://www.facom.ufba.br/pesq/cyber/cardoso/texto01.html)

CARREIRA, Francisco J. A. (2005) *A Divulgação da Informação Financeira e as Novas Tecnologias* fcarreira@esce.ips.pt

CARVALHO, Cristina Neto De & Gioconda, MAGALHÃES (2002) *Análise Económico-Financeira de Empresas* Lisboa: Universidade Católica Editora

Conselho de Ministros (2002) *Resolução n.º. 13/84 De 14 de Dezembro: Plano de Geral de Contabilidade 8ª Edição* Imprensa Nacional de Moçambique: Maputo

GANDÍA, Juan L. (2000) *La divulgación de Información sobre Intangibles en Internet: Evidencia Internacional* VI Jornada de Trabajo sobre Análisis Contable ASEPUC, Almería

GIL, A.C. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, (5ª Ed.). São Paulo: Atlas S.A.

IASB - International Accounting Standards Board (2005) *Business Reporting on the Internet* <http://www.iasb.org/docs/internet/internet.pdf> Consulta: 22 de Julho de 2005

IFAC – International Federation of Accountants (2002) *Financial Reporting on the Internet* <http://www.ifac.org/Members/Download/FinancialReportingInternet.doc>
Consulta: 20 de Julho de 2005

Telecomunicações de Moçambique, SARL *Relatório e Contas 2004*

VERGARA, Sylvia Constant (2000) *Projectos e Relatórios de Pesquisa em Administração* São Paulo: Editora Atlas

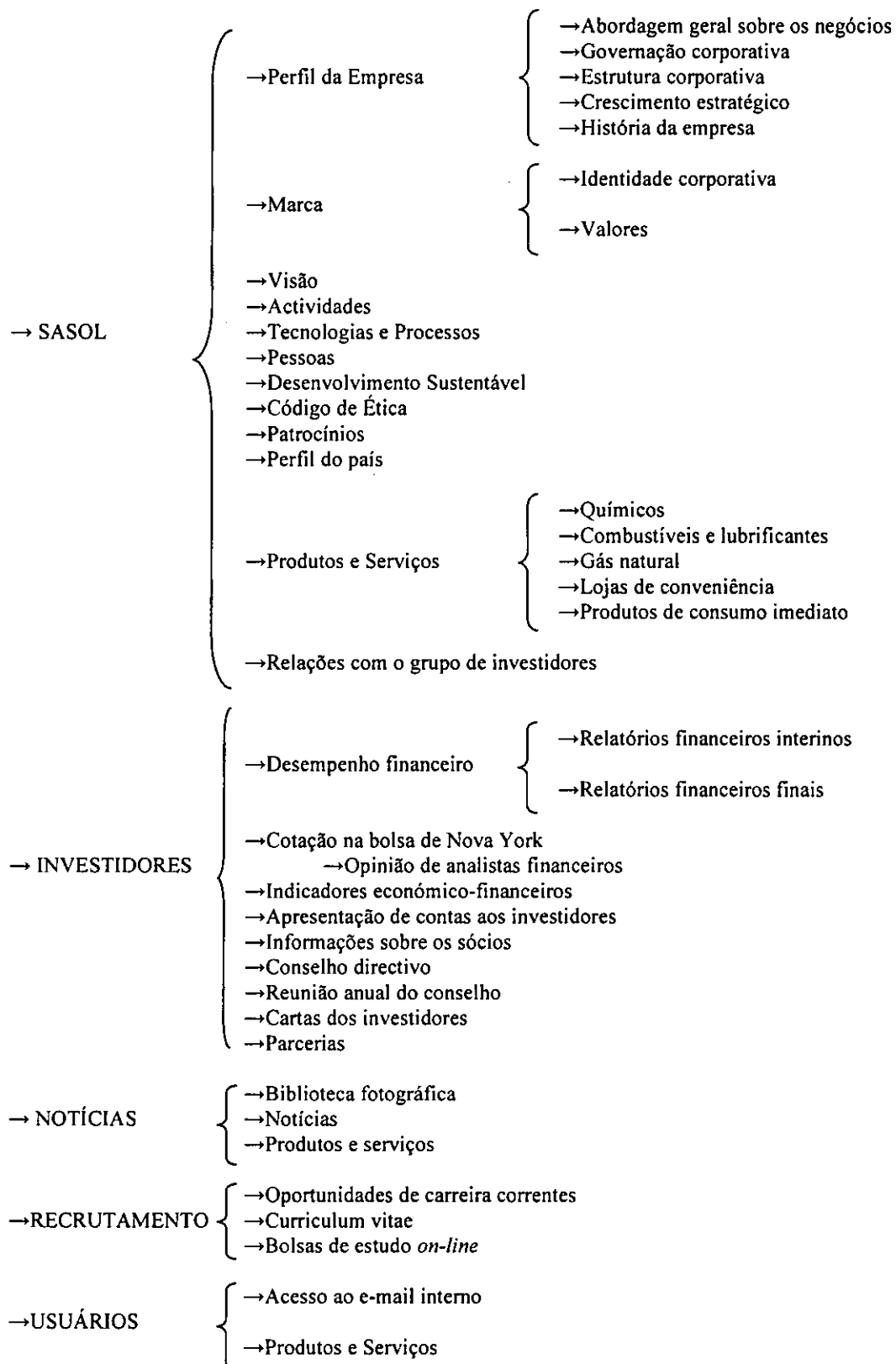
http://www.sasol.com/sasol_internet/frontend/navigation.jsp?navid=1

Consulta: 02 de Agosto de 2005.

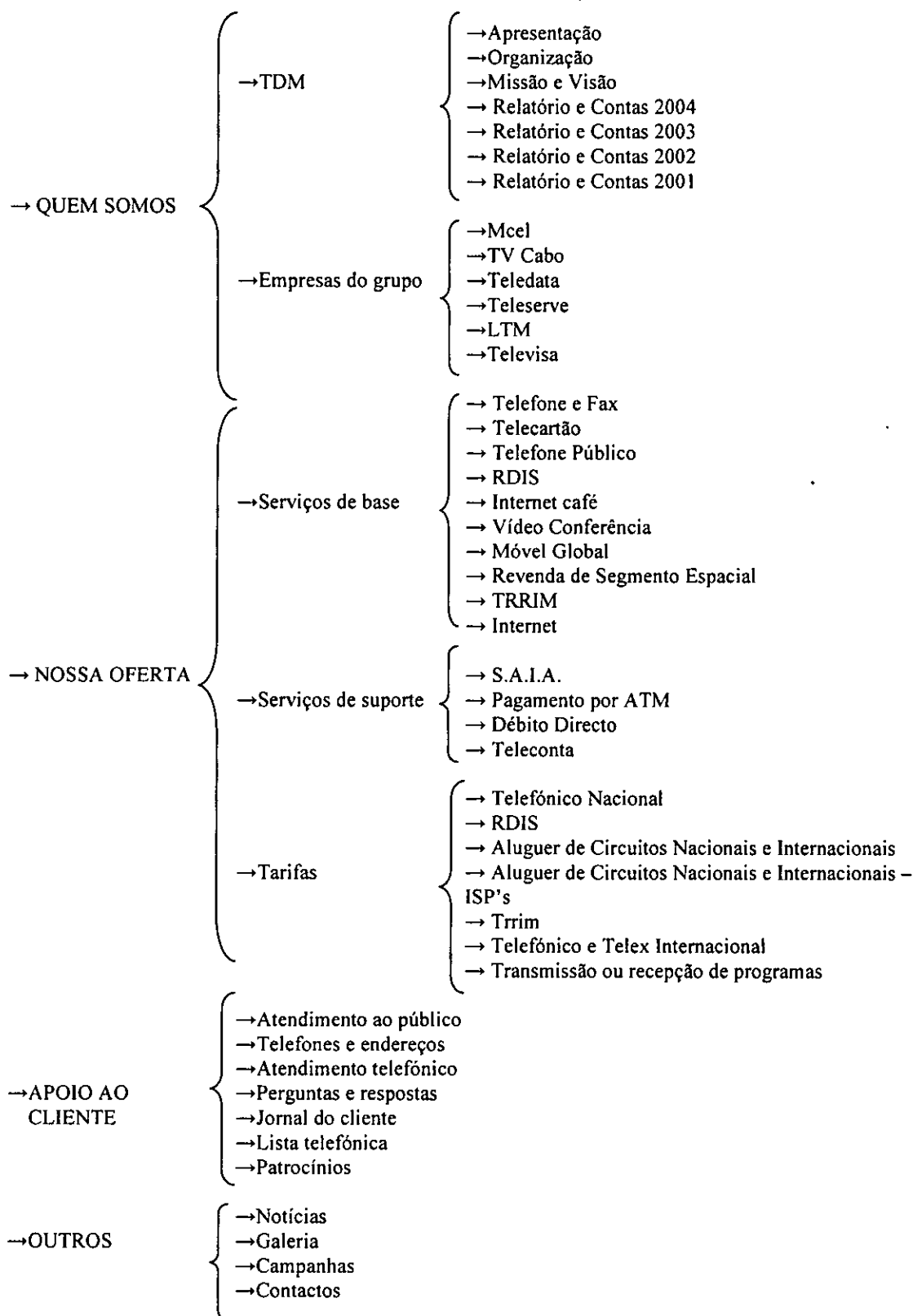
<http://www.tdm.mz>

Consulta: 12 de Setembro de 2005.

ANEXO 1: MAPA DO SITE DA "SASOL"



ANEXO 2: MAPA DO SITE DA "TDM"



ANEXO 3: ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

1. *A empresa*

- 1.1 Origens e evolução histórica
- 1.2 Missão e negócio
- 1.3 Objectivos
- 1.4 Estrutura interna e organograma
- 1.5 Mercado e implantação
- 1.6 Dispersão geográfica
- 1.7 Número de trabalhadores e serviços a que estão ligados

2. *Outras actividades relevantes*

3. *Listagem das funções da empresa e seu funcionamento geral*

- 3.1 Administrativa
- 3.2 De suporte
- 3.3 Operacional

4. *A informação na Internet*

- 4.1 Divulgação de informação geral
 - Mapa do site
 - Produtos e serviços
 - Mercado
 - Utentes – accionistas, instituições financeiras, concorrentes, outras empresas
 - Número de visitantes
 - Periodicidade – trimestral, semestral, anual
 - Características/indicadores de qualidade da informação
 - Regime de Acréscimo – Total ou parcial
 - Continuidade
 - Compreensibilidade/Clareza
 - Relevância

- **Fiabilidade**
- **Comparabilidade**
- **Oportunidade**
- **Carácter Completo**
- **Identificabilidade**
- **Imparcialidade/Neutralidade**
- **Objectividade**
- **Verificabilidade**
- **Prudência**
- **Razoabilidade**
- **Economicidade**
- **É possível com a informação na Internet o utente**
 - Avaliar o risco e a rendibilidade dos investimentos;
 - Decidir comprar, manter ou vender as acções;
 - Avaliar a capacidade da empresa para pagar dividendos ou empréstimos;
 - Avaliar a estabilidade e a rendibilidade da empresa;
 - Avaliar a capacidade da empresa para fazer face ao pagamento de remunerações, das pensões de reforma e oportunidades de emprego;
 - Avaliar os impactos na criação de bem-estar ou no desenvolvimento económico, social e cultural.

4.2 Divulgação de informação financeira

Que informação é divulgada na Internet?

- Principais relatórios financeiros
- Indicadores económicos e financeiros
- Relatórios dos auditores
- Outra especifique.

5. *Planeamento de Sistemas de informação*

1. A empresa, em geral, planeia as suas actividades?

2. A empresa planeia a divulgação da informação na Internet?
3. O plano da divulgação está relacionado ao plano empresarial?
4. Quem é a pessoa responsável pelo planeamento de sistemas?
5. Que outras pessoas estão envolvidas na elaboração do plano de sistemas?
6. Como o plano é desenvolvido?
7. Como o plano é implementado?

ANEXO 4: ENTREVISTADOS

Sasol

1. Joana Saranga – Gestora de Relações Públicas e Comunicação
2. Adriaan Swanepoel – Gestor de Informática
3. Johann Strauss – Gestor Financeiro

Telecomunicações de Moçambique, SARL

4. Euclides Nhancale – Técnico do Departamento de Relações Públicas
5. Dantiel Jossai – Técnico do Departamento de Finanças

