



**Helena Carla Antunes
Mendes**

**Divulgação da informação financeira via *internet* das
autarquias locais**



**Helena Carla Antunes
Mendes**

**Divulgação da informação financeira via *internet* das
autarquias locais**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Administração Pública, realizada sob a orientação científica da Doutora Augusta da Conceição Santos Ferreira e coorientação científica do Doutor Carlos Alberto Lourenço dos Santos, professores adjuntos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

Dedico esta dissertação à minha mãe.

o júri

presidente

Professora Doutora Anabela Virgínia dos Santos Flores da Rocha
professora adjunta do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro, Universidade de Aveiro

Professora Doutora Maria José Fernandes
professora coordenadora com agregação da Escola de Gestão do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (arguente)

Professora Doutora Augusta da Conceição Santos Ferreira
professora adjunta do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro, Universidade de Aveiro (orientadora)

Professor Doutor Carlos Alberto Lourenço dos Santos
professor adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro, Universidade de Aveiro (coorientador)

agradecimentos

Agradeço...

... à minha orientadora professora doutora Augusta Ferreira pelas palavras de incentivo, a disponibilidade demonstrada, a compreensão nas horas de desânimo e principalmente por acreditar no meu trabalho, quando até eu duvidava (e por tudo aquilo que me esqueci de mencionar);

... ao meu coorientador professor doutor Carlos Santos pelas palavras de estímulo a fazer cada vez mais e melhor;

... à minha mãe pelo apoio demonstrado, pela paciência das longas horas de ausência;

... às minhas irmãs que estiveram sempre presentes;

... aos meus afilhados, sobrinhos, irmão e restante família;

... à dona Celeste, à Nati, à Ana Damião, ao Jorge Dias (aonde quer que esteja que interceda por mim), à Margarida, à Paula, à Iverina, ao Sr. Fernando, ao Sr. Pedro e ao Agostinho que sempre acreditaram no meu trabalho;

... a todos os amigos que me apoiaram a dar cada passo e a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para que continuasse o meu percurso acadêmico rumo a esta dissertação.

palavras-chave

divulgação de informação financeira, internet, autarquias, teoria da agência, teoria da sinalização, teoria da escolha pública

resumo

No contexto do *New Public Management*, a Administração Pública deve estar atenta às necessidades do cidadão cada vez mais exigente e dotar os organismos públicos de sistemas de gestão eficazes e eficientes, de modo a racionalizar os recursos financeiros com o objetivo de melhorar os serviços públicos.

Têm ocorrido recentemente avanços no campo das tecnologias de informação que influenciam a forma como é feita a divulgação da informação financeira. Esses avanços incluem o uso da *internet* como meio de divulgação da informação financeira, permitindo que esta seja acedida de forma mais rápida e por um maior número de utilizadores.

Este trabalho assentou nos pressupostos de várias teorias, designadamente, teoria da agência, teoria da escolha pública e teoria da sinalização, e tem como objetivos principais a avaliação do nível de divulgação da informação financeira nos sítios *web* das autarquias locais, em Portugal e a identificação de eventuais fatores que possam influenciar o nível de divulgação.

Face aos resultados obtidos no estudo, é moroso e difícil aos diversos utilizadores, encontrar no sítio *web* a informação financeira o que limita a capacidade destes avaliarem, onde e de que forma, foram aplicados os recursos públicos e de alguma maneira responsabilizar os autarcas pela aplicação dos mesmos. Entre os fatores testados, o tamanho parece influenciar, positivamente, a divulgação da informação nos sítios *web*, enquanto que a competição política e a receita municipal por habitante tendem a influenciar, negativamente, tal divulgação.

key words

financial reporting disclosure, internet, local authorities, agency theory, signaling theory, public choice theory

abstract

In the context of New Public Management, Public Administration must be attentive to the needs of citizens increasingly demanding and equip public management systems effective and efficient in order to rationalize the financial resources in order to improve public services.

There have been recent advances in the field of information technologies that influence how it made the disclosure of financial information. These advances include the use of the internet as a means of disclosure of financial information, allowing it to be accessed more quickly and in a larger number of users.

This work was based on the assumptions of many theories, namely, agency theory, public choice theory and signaling theory, and has as main objectives to assess the level of disclosure of financial information on the websites of local authorities in Portugal and the identification of possible factors that may influence the level of disclosure.

Given the results obtained in the study, is lengthy and difficult find in the website the financial information. This limits the ability of user to assessing where and how the mayors applied public resources. Among the tested factors, the size seem positively influence the information disclosure on *websites*. Political competition and per capita municipal revenue tends to negatively influence this disclosure.

Índice

ÍNDICE	XV
ÍNDICE DE TABELAS	XVII
ABREVIATURAS	XIX
SIGLAS	XXI
CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 2 - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	5
2.1. DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO FINANCEIRA VIA <i>INTERNET</i>	5
2.1.1. <i>Setor privado</i>	5
2.1.2. <i>Setor público</i>	8
2.2. ÍNDICES UTILIZADOS NOS ESTUDOS PARA MEDIREM O NÍVEL DE DIVULGAÇÃO.....	15
2.3. VARIÁVEIS INDEPENDENTES	25
2.4. TEORIAS SOBRE DIVULGAÇÃO INFORMAÇÃO	26
2.4.1. <i>Teoria da agência</i>	26
2.4.2. <i>Teoria positiva da contabilidade</i>	27
2.4.3. <i>Teoria da escolha pública</i>	27
2.4.4. <i>Teoria da sinalização</i>	28
CAPÍTULO 3 - PROBLEMA, QUESTÕES E HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO	31
3.1. PROBLEMA.....	31
3.2. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	32
3.3. FORMA DE RESPOSTA ÀS QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO.....	32
3.4. HIPÓTESES	33
3.4.1. <i>Tamanho</i>	33
3.4.2. <i>Competição política</i>	33
3.4.3. <i>Visibilidade da web</i>	34
CAPÍTULO 4 - METODOLOGIA	37
4.1. DESCRIÇÃO DOS DADOS	37
4.2. DESCRIÇÃO E CÁLCULO DAS VARIÁVEIS	37
4.2.1. <i>Índice de divulgação</i>	37
4.2.2. <i>Tamanho</i>	40
4.2.3. <i>Competição política</i>	40
4.2.4. <i>Visibilidade da web</i>	40
4.2.5. <i>Logaritmo natural da média do ativo</i>	41
4.2.6. <i>Média da receita total por habitante</i>	41
4.3. MODELO DE REGRESSÃO MÚLTIPLA	41
CAPÍTULO 5 - ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS DADOS	43
5.1. ANÁLISE DOS RESULTADOS REFERENTES À DIVULGAÇÃO DA INFORMAÇÃO FINANCEIRA ...	43
5.2. RESULTADOS DA REGRESSÃO MÚLTIPLA	49
CAPÍTULO 6 - CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS 53	
6.1. CONCLUSÕES	53
6.2. LIMITAÇÕES DO ESTUDO	54
6.3. DESENVOLVIMENTOS FUTUROS.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

Índice de tabelas

Tabela 1 - Variáveis independentes e forma de cálculo	25
Tabela 2 - Itens que constituem o índice de divulgação	39
Tabela 3 - Média da dimensão Conteúdo da informação e suas subdimensões.....	44
Tabela 4 - Autarquias com índices de divulgação de 0% e de 100% na dimensão - Conteúdo da informação	44
Tabela 5 - Número de autarquias que divulga informação financeira separadamente ou agregada em apenas um ficheiro	45
Tabela 6 - N.º de autarquias por tipo de extensão de ficheiro em que é divulgada a informação financeira...	45
Tabela 7 - Divulgação de informação completa, comparável e atempada.....	46
Tabela 8 - N.º de autarquias que divulga informação completa, comparável e atempada	47
Tabela 9 - Termo onde se insere a informação financeira no sítio <i>web</i> atribuído por cada autarquia	48
Tabela 10 - Número de cliques necessários para aceder à informação financeira.....	49
Tabela 11 - Resultados dos modelos de regressão múltipla	50

Abreviaturas

%	-	Porcentagem
Art.	-	Artigo
Cap.	-	Capital
Const.		Constante
Circ.	-	Circulante
Dim.	-	Dimensão
<i>Et al.</i>	-	E outros
Etc.	-	<i>Et coetera</i> (e o resto)
N.º	-	Número
Oper.	-	Operacionais
Pp	-	Páginas
Res.	-	Resultados
Vol.	-	Volume

Siglas

AMR	-	Atividades Mais Relevantes
CM	-	Câmaras Municipais
FSM	-	Fundo Social Municipal
GASB	-	<i>Governmental Accounting Standards Board</i>
GOP	-	Grandes Opções do Plano
IFAC	-	<i>International Federation of Accountants</i>
IPSAS	-	<i>International Public Sector Accounting Standard</i>
LFL	-	Lei das Finanças Locais
PAM	-	Plano de Atividades Municipal
POCAL	-	Plano Oficial de Contabilidade das Autarquias Locais
POCP	-	Plano Oficial de Contabilidade Pública
PPI	-	Plano Plurianual de Investimentos
SEL	-	Setor Empresarial Local
SIIAL	-	Sistema Integrado de Informação da Administração Local
TIC	-	Tecnologias de Informação e Comunicação
UE	-	União Europeia
WQM	-	<i>Web Quality Model</i>

Capítulo 1 - Introdução

No contexto do *New Public Management*, a Administração Pública deve estar atenta às necessidades do cidadão cada vez mais exigente e dotar os organismos públicos de sistemas de gestão eficazes e eficientes, de modo a racionalizar os recursos financeiros com o objetivo de melhorar os serviços públicos. Neste contexto, também a *accountability* do gestor e das organizações públicas, toma um papel relevante e, segundo o *Governmental Accounting Standards Board*, GASB (1987), o relatório financeiro desempenha um papel importante no cumprimento do dever do governo ser publicamente responsável numa sociedade democrática onde os gestores devem responder perante os cidadãos pelo uso dos recursos utilizados. A responsabilidade pública baseia-se na crença de que o contribuinte tem o direito à informação sobre os factos abertamente declarados que podem levar ao debate público por parte dos cidadãos e dos seus representantes eleitos.

A *International Federation of Accountants*, IFAC (1991), considera que os cidadãos são os principais utilizadores da informação financeira das entidades públicas. Na Administração Pública, o relato financeiro adquire uma importância acrescida, uma vez que falamos em recursos públicos e só o conhecimento dos factos permite analisar onde foi aplicado o dinheiro público. O relato financeiro, além de permitir a tomada de decisão, permite um controlo eficaz das obrigações legais e de gestão de recursos que lhe são confiados.

A IFAC, estabelece, através da *Internacional Public Sector Accounting Standard* (IPSAS) número 1 (IPSAS nº 1), que o objetivo das demonstrações financeiras é proporcionar informação, acerca da posição financeira, desempenho financeiro e fluxos de caixa de uma entidade, que seja útil a um grande número de utentes na tomada de decisão, prestar informação sobre a forma como os recursos foram obtidos e usados, indicando se respeitam o valor que consta no Orçamento, os requisitos legais e contratuais, os limites financeiros estabelecidos e demonstrar a responsabilidade das entidades pelos recursos que lhes foram confiados.

Em Portugal o Plano Oficial de Contabilidade Pública¹ (POCP), refere que "*a disponibilidade de informação contabilística aparece como absolutamente essencial para permitir, por um lado, a análise das despesas públicas segundo critérios de legalidade, economia, eficiência*

¹ Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 232/97 de 3 de setembro.

e eficácia e, por outro lado, o reforço da clareza e transparência da gestão dos dinheiros públicos e das relações financeiras do Estado".

A divulgação da informação financeira relativa aos documentos obrigatórios de prestação de contas é feita para dar cumprimento à lei, enquanto a divulgação voluntária poderá ser feita para dar seguimento ao planeado pelos gestores. Do ponto de vista legal, o Plano Oficial de Contabilidade das Autarquias Locais² (POCAL), estabelece quais os documentos a adotar por todas as autarquias locais referindo ainda que as "*autarquias locais dão publicidade, até 30 dias após a apreciação e aprovação pelo órgão deliberativo*" referindo-se à informação financeira.

Acresce que à exigência de informação útil para a tomada de decisão, "*a tecnologia mudou a forma como as organizações públicas se relacionam com o público*" (Rodríguez, Caba e López, 2007, p. 142). Têm ocorrido recentemente avanços no campo das tecnologias de informação que influenciam a forma como é feita a divulgação da informação financeira. Esses avanços incluem o uso da *internet* como meio de divulgação da informação financeira, permitindo que esta circule de forma mais rápida. Atendendo a esta evolução, a Lei das Finanças Locais (LFL) veio reforçar o dever de publicidade da informação financeira, prevendo a disponibilização dos documentos previsionais e de prestação de contas no respetivo sítio de *internet*, fazendo referência à disponibilização dos documentos dos últimos dois anos.

Face ao contexto descrito, esta dissertação procura responder ao problema, qual o nível de divulgação da informação financeira via *internet* e quais os fatores que influenciam as autarquias locais, em Portugal, na divulgação da informação financeira via *internet* e tem como objetivos principais a avaliação do nível de divulgação da informação financeira nos sítios *web* das autarquias locais, em Portugal e a identificação de eventuais fatores que possam influenciar o nível de divulgação.

A revisão da literatura permitiu identificar razões que justificam o estudo do problema, quer pelo seu possível contributo para o desenvolvimento das teorias que o suportam, quer porque os trabalhos desenvolvidos não apresentam resultados consensuais relativamente às motivações do gestor. Para além disso, neste aspeto em particular da identificação de fatores que possam influenciar o nível de divulgação, não permitiu identificar nenhum estudo no contexto das autarquias, em Portugal.

² Aprovado pelo Decreto-Lei nº 54-A/99 de 22 de fevereiro

Esta dissertação é composta, para além desta introdução, por mais 5 capítulos. No capítulo 2, efetuámos o enquadramento teórico com base na revisão bibliográfica relacionada com o tema, divulgação de informação financeira via *internet*, descrevemos como são calculados os índices de divulgação utilizados nos vários estudos com o objetivo de medir o nível de divulgação e fazemos referência às teorias associadas à divulgação da informação financeira, nomeadamente, teoria da agência, teorias positiva da contabilidade, teoria da escolha pública e teoria da sinalização.

No capítulo 3 formulamos o problema, colocámos as questões de investigação, descrevemos a forma como responder às mesmas e definimos as hipóteses de investigação.

No capítulo 4 descrevemos a metodologia adotada, incluindo a descrição da recolha dos dados, a descrição e apresentação da forma de cálculo das variáveis e o modelo utilizado para testar as hipóteses.

No capítulo 5 apresentamos os resultados e fazemos a sua interpretação e, finalmente, no capítulo 6 apresentamos as conclusões, as limitações do estudo e algumas propostas de trabalho futuro.

Capítulo 2 - Revisão bibliográfica

Neste capítulo efetuámos a revisão bibliográfica, apresentando um conjunto de estudos sobre a divulgação de informação financeira via *internet* com foco no setor privado e no setor público. A razão porque apresentamos estudos sobre o setor privado está relacionada com os contributos que tais estudos podem constituir para a forma de cálculo do índice de divulgação e com as metodologias utilizadas no teste de hipóteses.

2.1. Divulgação de informação financeira via *internet*

2.1.1. Setor privado

Vários estudos têm mostrado uma tendência cada vez maior para publicar informação financeira via *internet*. O objetivo de estudo de Watson, Shrives e Marston (2002), é o de avaliar o índice de divulgação voluntária de informação. Foram analisadas 313 empresas com valores cotados em bolsa de valores do Reino Unido. Para tal, usaram um modelo de análise multivariada utilizando como variáveis independentes: a rentabilidade/retorno investimento, a alavancagem, a liquidez, a eficiência e o tamanho. Os autores alicerçaram o seu estudo na teoria da agência e na teoria da sinalização para tentarem explicar a relação entre o índice de divulgação voluntária de informação e as variáveis explicativas (independentes). Das conclusões obtidas salienta-se o facto de uma das variáveis com maior peso explicativo ser o tamanho, tendo os autores concluído que as grandes empresas são mais propensas a divulgar informação de forma voluntária.

No estudo efetuado por Morales, Nascimento e Calcagno (2005), as empresas com valores cotados em bolsa (ações) da Argentina, Brasil e Chile, procuraram descrever características da informação financeira e contabilística divulgada na *internet* e comparar essas características entre as empresas da amostra dos países em estudo. O estudo foi efetuado através de questionário - tipo, elaborado para a investigação, no qual estabeleceram algumas variáveis respeitantes à divulgação da informação financeira nos sítios³ *web*. É de referir que o Balanço Patrimonial e a Demonstração dos Resultados são na sua maioria publicados em todos os países, sendo essas demonstrações financeiras publicadas nos sítios *web*. Denota-se que as empresas brasileiras são as que apresentam

³ Tradução de *websites*.

maior percentagem de publicação, obtendo 98% relativamente a três variáveis: possibilidade de descarregar a informação financeira e contabilística (por exemplo *pdf* ou *word*), disponibilização de contactos da empresa para consultas (*e-mail*) e apresentação de informação em inglês.

Fernandes (2008) procurou explicar como são influenciados os sistemas de informação empresariais, partindo da hipótese que existe um conjunto de teorias que assenta no comportamento dos agentes, nas suas relações e objetivos que podem influenciar a divulgação da informação financeira. Foram objeto de estudo 674 empresas que exercem a sua atividade em Portugal, tendo sido selecionadas, por método não aleatório, segundo dois critérios: a dimensão (medida em termos de indicadores financeiros e de atividade) e existência de valores cotados em bolsa (ações). No estudo foram utilizadas as análises univariada, bivariada e multivariada para estudar de que modo se relacionam as variáveis ambientais (país da sede, sistema legal e valores culturais) e as variáveis organizacionais (dimensão, rentabilidade, endividamento, emitente de valores mobiliários, auditor e setor de atividade), com o índice de divulgação da informação financeira através dos sítios *web*. O estudo permitiu obter resultados que indiciam uma associação positiva entre as variáveis dimensão e rentabilidade e o nível de divulgação da informação financeira, uma associação negativa entre a variável endividamento e o nível de divulgação da informação financeira. Quanto à variável auditoria (existência de Revisão Legal de Contas) os resultados são inconclusivos, embora indiquem, para um número significativo de empresas, uma relação positiva com o nível de divulgação da informação financeira.

Bravo, Abad e Trombetta (2010) verificaram que existe grande dificuldade em analisar e medir o nível de divulgação voluntária de informação, por tal facto, no trabalho que efetuaram, tentaram responder a questões relacionadas com a divulgação. A análise prospetiva foi efetuada tendo por base uma amostra de empresas espanholas com valores cotados em bolsa. Pretenderam testar empiricamente o uso de índices de divulgação, analisando os determinantes que podem influenciar a divulgação tendo em conta os atributos⁴ que se pretendem analisar, como por exemplo a quantidade, a qualidade e a cobertura. Para analisar como é que o *design* influencia o índice de divulgação efetuaram a comparação de dois índices com o mesmo atributo, mas elaborados de forma diferente. Neste trabalho os autores utilizaram os pressupostos das teorias: da agência, da sinalização e do processo político, para tentar explicar as razões das empresas divulgarem de forma voluntária a informação financeira nos sítios *web*. Para Bravo *et al.* (2010), as teorias não definem de forma exaustiva o termo divulgação, mas pressupõem que em circunstâncias específicas, os benefícios da divulgação da informação financeira excedem os custos associados. A análise de

⁴ Neste estudo entenda-se atributo como objetivo do índice.

regressão é realizada através de uma equação que relaciona o índice de divulgação (variável dependente) a várias variáveis explicativas (variáveis independentes), nomeadamente o tamanho, a rendibilidade, a alavancagem e o aumento da receita operacional. Quando se analisa o índice de divulgação em quantidade, os resultados indicam que o tamanho, a alavancagem e o aumento da receita operacional são positivamente correlacionados com a divulgação de informação financeira, o que corrobora as premissas das teorias abordadas. Quando abordado o índice em qualidade o tamanho é a única variável que influencia positivamente a divulgação da informação.

No seu estudo, Lourenço, Jorge, Sá e Rolas (2011b) procuraram analisar a informação institucional, previsional e financeira, disponibilizada nos sítios das entidades do Setor Empresarial Local (SEL) em Portugal, a visibilidade dessa informação e o formato em que é disponibilizada. O objeto de estudo, foram os sítios de 190 entidades escolhidas a partir de uma listagem de 280. A análise foi efetuada com base num índice de transparência utilizado no trabalho de Lourenço, Jorge, Sá e Rolas (2011a). A análise dos dados recolhidos permite concluir que a generalidade dos sítios das entidades do Setor Empresarial Local disponibiliza ainda um número muito limitado de itens de informação, com fraca visibilidade no sítio e em formatos que não permitem o seu processamento autónomo e automático. Estas entidades não parecem portanto estar a tirar partido das potencialidades da *internet* para constituir os seus sítios como verdadeiras plataformas de transparência, prestação de contas e responsabilização dos seus agentes perante os cidadãos.

Dos estudos aqui referidos podemos verificar que Watson *et al.* (2002) analisou o índice de divulgação de informação voluntária, Bravo *et al.* (2010) analisaram índices de divulgação tendo em conta alguns atributos, já Lourenço *et al.* (2011b) calcularam um índice de transparência com o objetivo de proporcionar informação sobre como cada entidade disponibiliza a informação aos cidadãos através do seu sítio *web*. Morales *et al.* (2005) procuraram descrever características da informação financeira divulgada no sítio *web*, Fernandes (2008) pretendeu explicar como são influenciados os sistemas de informação. Watson *et al.* (2002), Fernandes (2008) e Bravo *et al.* (2010) têm em comum o facto da variável tamanho/ dimensão indiciar uma relação positiva com a divulgação da informação financeira. Fernandes (2008) encontra ainda indícios de associação positiva na variável rendibilidade e associação negativa na variável endividamento. Os resultados de Bravo *et al.* (2010) indiciam que a variável alavancagem está positivamente correlacionada com a divulgação da informação financeira.

2.1.2. Setor público

Laswad, Fisher e Oyelere (2005) efetuaram um estudo aos determinantes da divulgação do relato financeiro de forma voluntária, via *internet*, às 86 autoridades locais (uma das formas de organização, corresponde a municípios) na Nova Zelândia. Através de modelos de regressão univariada e multivariada, testaram a relação entre um conjunto de variáveis e a divulgação do relato financeiro via *internet*, tendo obtido resultados que indiciam que a alavancagem, a riqueza municipal e a visibilidade de imprensa são aquelas que influenciam a divulgação do relato financeiro via *internet*. Já quanto às variáveis tamanho e competição política o estudo evidenciou que não existia relação com o índice de divulgação. Este estudo foi baseado na teoria da agência.

Caba, López e Rodríguez (2005) no estudo que desenvolveram procuraram verificar de que forma os governos utilizam as novas tecnologias, colocando à disposição dos cidadãos informação sobre as finanças públicas. Os autores propõem ainda um modelo tendo como objetivo facilitar o acesso dos cidadãos à informação financeira. Caba *et al.* (2005) defendem que os cidadãos como financiadores das entidades do setor público, podem ser considerados um dos principais grupos de *stakeholders* de informação financeira governamental, estando estes interessados em aceder não só a informação orçamental mas também a informação financeira. Desta forma, os cidadãos necessitam de informações relevantes, de modo a avaliarem a gestão pública e verificarem a eficiência, a eficácia e a economia na aplicação dos recursos públicos, destacando os autores três tipos de informação a ser fornecida:

- fluxo de informação orçamental e de tesouraria;
- informação financeira e indicadores;
- gestão dos serviços prestados.

Segundo estes autores, o reporte financeiro *online* deve conter as seguintes características:

- completo;
- atual;
- compreensível;
- claro;
- comparável;
- relevante;
- confiável.

Numa primeira abordagem, Caba *et al.* (2005) destacam as vantagens da *internet* para a divulgação da informação financeira em comparação com o formato impresso e descrevem os aspetos incluídos no modelo proposto para a divulgação do relato financeiro *online*, seguindo-se a pesquisa empírica sobre a aplicação do modelo de divulgação do relato financeiro nos sítios *web* proposto para os países da União Europeia (UE).

Os autores desenvolveram um índice de divulgação obtido a partir de três índices parciais (tipo de informação, características da informação financeira e navegabilidade, *design* e acessibilidade do sítio), onde verificaram o tipo de informação divulgada *online*, se o relato financeiro possui as características indicadas e procuraram ainda verificar se os governos têm efetuado um esforço para projetar sítios de fácil utilização.

Os resultados obtidos permitem concluir que os governos da UE não usam a *internet* como meio de melhorar a transparência das informações financeiras e da prestação de contas aos cidadãos. Conclui-se ainda que há necessidade de uniformização de sistemas de informação de acesso aos principais dados financeiros.

Salientamos o facto de o índice de divulgação de Portugal se situar nos 64,4%, sendo dos 15 países estudados, o que apresenta maior índice.

Procurando aferir o estado e evolução da maturidade da presença na *internet* das juntas de freguesia portuguesas, Santos e Amaral (2008b), retrataram o estado dos sítios em 2006 e efetuaram a comparação com os resultados obtidos por Santos e Amaral (2005). Este estudo centrou-se na avaliação da natureza dos serviços disponibilizados, na sua funcionalidade e nos níveis de interatividade permitidos. Utilizaram o modelo europeu de avaliação de sítios *web* Modelo *eEurope*, onde os mesmos foram classificados segundo os critérios que compõe cada um dos níveis de maturidade⁵. O universo estudado é composto pela totalidade das juntas de freguesia existentes em Portugal (4261 em 2006 e 4251 em 2004). Os resultados obtidos por Santos e Amaral (2008b), são os de que, em 2006, 28% das juntas de freguesia têm presença na *internet* enquanto que em 2004 esta percentagem era de 6,6%. No *ranking* de maturidade, verifica-se que em 2004 apenas havia juntas de freguesia classificadas nos níveis 3 e 4 e no ano de 2006 encontram-se juntas de freguesia nos níveis 2, 3 e 4, o que demonstra um claro aumento de interatividade com o

⁵ Composto por 4 níveis:

Nível 1 - Existência do acompanhamento dos trâmites processuais incluindo pagamentos

Nível 2 - *Download* e *Upload* de formulários

Nível 3 - *Download* de formulários

Nível 4 - Publicação de informação.

cidadão. O estudo permite ainda concluir sobre a existência de constrangimentos estruturais existentes nas juntas de freguesia, limitando a adesão às novas tecnologias para a modernização dos seus serviços.

Através do estudo sobre a presença das câmaras municipais na *internet* em 2007, Santos e Amaral (2008a) efetuaram uma avaliação dos sítios das autarquias locais portuguesas. O período de recolha e avaliação dos sítios ocorreu nos finais de 2007. Analisaram a evolução dos sítios e efetuaram a comparação com os estudos realizados anteriormente por Santos e Amaral (2006). Estes estudos surgiram no seguimento da resolução do Conselho de Ministros n.º 22/2001, de 27 de Fevereiro que determinou na avaliação periódica dos sítios dos organismos da administração direta e indireta do Estado, visando aferir o nível de maturidade. No primeiro estudo, em 1999 apenas existiam 153 sítios, tendo este número aumentado em 2007 para os 306. A metodologia de avaliação seguiu a mesma linha orientadora do Modelo *eEurope* (neste estudo foi alterada a designação dos níveis para que estejam alinhados com os modelos de maturidade da adoção de tecnologias de informação e comunicação). O nível 4, o mais elevado de maturidade, passa de apenas uma câmara municipal contabilizada em 2005, para duas em 2007. Em 2005 foram classificadas no nível 3, 60 câmaras municipais, número que aumentou em comparação com as 76 classificadas em 2007. No nível 2 foram classificadas em 2005, 92 câmaras municipais aumentando em 2007 para as 127. Classificadas no nível 1 em 2005 existiam 115 câmaras municipais e em 2007 o número diminuiu para 82. No que respeita à utilização do correio eletrónico como ferramenta de comunicação entre a autarquia e os cidadãos, os resultados da avaliação demonstram que ainda não se encontra totalmente implementado um canal de comunicação seguro e eficaz para os cidadãos. Há no entanto que realçar o trabalho desenvolvido por algumas autarquias que superam as limitações e os constrangimentos e desenvolvem estratégias inovadoras de utilização das tecnologias da informação para a melhoria dos serviços ao cidadão. Verifica-se que embora a realidade das autarquias seja diferente, há bons exemplos de presença na *web* de autarquias com menos recursos, reflexo da capacidade dos seus dirigentes e profissionais em desenvolverem estratégias inovadoras tendo em vista a melhoria dos serviços disponibilizados aos cidadãos e às empresas.

García e García (2008), desenvolveram um estudo tomando como amostra 334 municípios espanhóis com mais de 20.000 habitantes. Com este estudo procuraram avaliar quais os determinantes da divulgação da informação financeira via *internet*, tendo como fundamento a teoria da agência. Estudaram a possível relação entre as variáveis tamanho, nível de endividamento, nível de investimentos, competição política e notoriedade do município com o nível de divulgação da informação financeira voluntária, utilizando um modelo estatístico de regressão multivariada.

Através do estudo concluíram que existia uma relação positiva e significativa entre o nível de divulgação e as variáveis tamanho, nível de investimento e competição política, assim como uma influência negativa significativa entre o nível de divulgação e o nível de notoriedade do município. Este estudo revela que apenas um número limitado de municípios disponibiliza voluntariamente as suas demonstrações financeiras via *internet*, sendo que o nível de divulgação, embora tenha atingido valores que se situam entre 1-14 a sua média é de 2,5 com um desvio padrão de 2,86. Estes resultados apontam para um número muito reduzido de municípios que utilizam a *internet* como meio de divulgação.

Com o objetivo de avaliar a extensão das informações divulgadas na *internet* e determinar quais os fatores que influenciam o nível de divulgação da informação dos sítios *web*, dos municípios espanhóis, Gandía e Archidona (2008), tiveram como ponto de referência as disposições do *Web Quality Model* (WQM).

Com o modelo WQM analisa-se:

- características dos recursos *web*:
 - ✓ navegação;
 - ✓ conteúdo;
 - ✓ apresentação;
- características de qualidade:
 - ✓ funcionalidade;
 - ✓ fiabilidade;
 - ✓ usabilidade;
 - ✓ eficiência;
 - ✓ portabilidade;
 - ✓ capacidade de manutenção;
- processos do ciclo de vida:
 - ✓ desenvolvimento;
 - ✓ operação;
 - ✓ manutenção;
 - ✓ esforço;
 - ✓ reutilização.

Para este estudo os autores apenas consideraram as características dos recursos *web* no que concerne à apresentação, à facilidade de navegação e ao conteúdo dos sítios *web*. Para esta análise os autores elaboraram um índice de divulgação, constituído por 88 itens agrupados em cinco

secções, o que permitiu construir cinco índices parciais (índice de: informações gerais, informações orçamentais, informações financeiras, navegação e apresentação e o índice relacional). Com a aplicação de um modelo de regressão múltipla os autores tentaram explicar a volubilidade dos índices, utilizando como variáveis independentes a competição política, a riqueza municipal, a alavancagem, a visibilidade de imprensa, o acesso à tecnologia e o nível de educação dos cidadãos. Verifica-se que os municípios espanhóis usam os seus sítios *web* com dois objetivos:

- para divulgar conteúdos de carácter geral e de carácter promocional;
- como portal de serviços que permita aos cidadãos resolver processos burocráticos e administrativos.

Ao observar-se a relação entre a divulgação de informação voluntária e as variáveis independentes verifica-se que apenas a variável alavancagem não foi estatisticamente significativa em nenhum dos seis modelos de regressão. Já para as variáveis competição política e visibilidade de imprensa existe uma relação positiva significativa quando correlacionadas com o nível de divulgação. Este estudo permitiu concluir que o nível de divulgação dos sítios *web* das câmaras municipais espanholas é baixo. O estudo permitiu ainda concluir que em Espanha, compete às autoridades locais decidirem da necessidade de existência de um sítio *web*, o conteúdo disponível assim como o tipo de interação com o utilizador, uma vez que não há obrigatoriedade de divulgar informação nos sítios *web*.

O objetivo do trabalho elaborado por Lourenço, Jorge e Sá (2010) foi analisar a informação disponibilizada nos sítios das 100 Câmaras Municipais (CM) da Região Centro tendo como referencial os 8 princípios de *Open Government Data* (propostos pelo *Open Government Working Group*) e o Portal dos Contratos Públicos (portal BASE), focando itens fundamentalmente relacionados com informação financeira. Procuraram analisar o tipo de informação divulgada, a forma como pode ser acedida e o formato em que é apresentada e disponibilizada. Os resultados apontam para uma divulgação parcial da informação nos sítios, sendo apresentada de forma integrada em documentos de grande dimensão e dificultando assim a sua identificação no sítio. A estratégia de disponibilizar informação em formato imagem, de modo a reforçar a legalidade dos mesmos através da aposição de assinaturas dos responsáveis públicos, condiciona um possível processamento dessa informação por parte dos cidadãos. Os autores concluíram que o acesso aos itens de informação é dificultado pela falta de uma área específica e claramente identificada onde os itens sejam apresentados. Em apenas 44 das 100 CM analisadas se verificou a existência de contacto específico para esclarecer dúvidas sobre a informação disponibilizada, contacto esse que pode ser telefónico ou via correio eletrónico. Não foi encontrada qualquer referência a uma *mailing list* específica que pudesse servir de mecanismo de alerta para atualizações da informação. Apesar de a generalidade das CM disponibilizar entre 7 e 16 itens, há a registar o facto de em 9 sítios não

ter sido possível encontrar nenhum dos itens, 8 CM apenas disponibilizarem um dos itens, e em nenhuma das CM se ter encontrado a totalidade dos itens selecionados. Considerando que todos os itens de informação são de reporte obrigatório a diversas entidades oficiais⁶ os resultados obtidos parecem indicar que algumas CM não consideram relevante a sua divulgação através do seu sítio.

Álvarez, Domínguez e Sánchez (2010), realizaram um estudo com o objetivo de analisar os fatores que influenciam o nível de desenvolvimento do Governo Eletrónico de 81 municípios de todo o mundo. Os fatores considerados foram aqueles que contribuem para eficiência da administração digital, como por exemplo a complexidade organizacional (características internas), a capacidade institucional (recursos financeiros) e os fatores políticos. Foram analisadas várias variáveis dependentes, tais como segurança/privacidade, a usabilidade, os conteúdos, os serviços e a participação dos cidadãos e como variáveis de controlo o desenvolvimento do Governo Eletrónico e o desempenho económico do país. Foi usado um modelo de regressão linear multivariada para analisar a correlação entre as várias variáveis escolhidas. Os resultados revelaram uma evidente correlação positiva entre a capacidade interna do município e o nível de desenvolvimento tecnológico e económico como um importante fator de desenvolvimento do Governo Eletrónico. Os resultados revelam que a competição política é uma variável positivamente significativa quando observado o nível de divulgação. O tamanho do município é uma das variáveis estatisticamente significativa com poder explicativo quando se analisa a variável segurança/privacidade dos sítios. Nenhuma das variáveis independentes e de controlo analisadas tem poder explicativo quando analisada a usabilidade. Este estudo permite concluir que o nível de desenvolvimento dos serviços prestados *online* é explicado pelo desenvolvimento tecnológico, a complexidade da administração local e pela sua capacidade institucional. Conclui-se ainda que o desenvolvimento do Governo Eletrónico pode servir como oportunidade para melhorar a informação disponibilizada, servindo a *internet* como instrumento para a divulgação e transparência da gestão pública.

Num trabalho desenvolvido por Lourenço *et al.* (2011a) foi analisada a informação que as autarquias locais (mais concretamente as CM) portuguesas disponibilizam nos seus sítios, tendo em conta a informação de carácter financeiro ou com impacto financeiro direto, a visibilidade dessa informação e o formato em que é disponibilizada. Concluíram que a generalidade dos sítios das CM disponibiliza ainda um número muito limitado de itens de informação, com fraca visibilidade no sítio e em formatos que não permitem o processamento autónomo e automático. Concluíram ainda que, apesar do elevado nível de sofisticação de alguns sítios, no que diz respeito ao grafismo

⁶ Por exemplo ao Tribunal de Contas e à Direção Geral das Autarquias Locais

e funcionalidades processuais oferecidas (Governo Eletrónico), a informação relevante disponibilizada é escassa, tem fraca visibilidade e é apresentada em formatos que contrariam os princípios de *Open Government*. O trabalho foi desenvolvido através da análise sistemática dos sítios das 308 CM, sendo atribuído uma classificação a cada sítio segundo um índice de transparência elaborado pelos autores. O índice da transparência foi definido com base em 18 itens de informação a partir da análise do POCAL, do Sistema Integrado de Informação da Administração Local (SIIAL) e dos princípios de *Open Government Data* propostos por diversas entidades e investigadores.

Hermana e Silfianti (2011) procuraram avaliar o desempenho dos serviços públicos através dos sítios *web* dos governos locais da Indonésia. A pesquisa foi efetuada através de um estudo exploratório aos sítios *web* dos governos locais (provinciais, distritais e das cidades), de modo a identificar o fosso digital na *internet* dos governos locais na Indonésia. Foram analisados três grupos de variáveis: as características dos serviços disponibilizados nos sítios *web*, a popularidade dos mesmos e foi analisado o contador de visitas dos sítios *web*. Este estudo permite concluir que os governos locais não têm utilizado os sítios *web* como modo de divulgação e que existe um fosso digital entre os vários tipos de governos locais, podendo ter como causa a diferença de infraestruturas de telecomunicações existentes. O estudo permite ainda concluir que para todas as métricas utilizadas os valores encontrados para a divulgação nos distritos são mais baixos que para as províncias e cidades.

Face aos vários estudos apresentados podemos constatar que uma parte deles apenas procura avaliar o nível de divulgação da informação financeira via *internet*, enquanto que outros, procuram avaliar qual a relação entre o nível de divulgação e um conjunto de fatores com o objetivo de identificar quais os determinantes da divulgação da informação financeira via *internet*. De entre os fatores estudados os que indiciam ter influência no nível de divulgação são: o tamanho de acordo com os estudos de García e García (2008), de Gandía e Archidona (2008) e de Álvarez *et al.* (2010); a competição política de acordo com os estudos de García e García (2008) de Gandía e Archidona (2008) e de Álvarez *et al.* (2010); a alavancagem de acordo com os estudos de Laswad *et al.* (2005), de García e García (2008), a visibilidade de imprensa de acordo com os trabalhos de Laswad *et al.* (2005), de Gandía e Archidona (2008) e de García e García (2008) e ainda a riqueza municipal (já que se trata de um fator específico dos municípios foi estudada no âmbito do setor público) de acordo com Laswad *et al.* (2005) e Gandía e Archidona (2008).

2.2. Índices utilizados nos estudos para medirem o nível de divulgação

Alguns dos estudos atrás referidos têm por base a utilização de índices para medir o nível de divulgação da informação financeira. Na construção do índice, para além da verificação da disponibilização de um conjunto de informação financeira, são também analisados aspetos tais como: a navegabilidade, a visibilidade, a acessibilidade e o formato de apresentação da informação.

Esses mesmos estudos utilizam termos equiparados para medir o nível de divulgação, como por exemplo índice de divulgação ou índice de transparência.

O índice é um indicador numérico representativo da quantidade divulgada e o seu objetivo é determinar o nível de divulgação no canal de comunicação em análise (García-Meca e Martínez, 2004). Este índice pode resultar da soma ponderada dos itens analisados e a cada item é atribuído um valor (peso) ou poderá ser obtido por a média aritmética entre o número de itens que a entidade divulga e o número total de itens analisados e a sua elaboração, segundo García-Meca e Martínez (2004) passa por duas fases:

- escolha dos aspetos informativos ou itens a analisar;
- ponderação dos itens do indicador em função da sua importância relativa.

Os índices utilizados nos estudos sobre divulgação de informação financeira via *internet*, variam de autor para autor. Laswad *et al.* (2005), na sua análise aos sítios verificaram a natureza da informação financeira publicada na *internet* e se nos sítios constam:

- apenas destaques financeiros;
- apenas relatórios anuais;
- apenas plano anual;
- planos e relatórios financeiros anuais agrupados.

Morales *et al.* (2005) através de um questionário, elaborado para os fins específicos da investigação, verificaram se nos sítios se encontravam, designadamente, as seguintes informações:

- existência de informação financeira;
- existência de informação intercalar (trimestral ou semestral);
- existência resumos de informação financeira (gráficos e quadros);
- possibilidade de descarregar informação financeira (*pdf* ou *word*);
- disponibilidade de *e-mail* para contacto.

Além da verificação das informações acabadas de descrever, os autores verificam ainda o número de *links* necessários para chegar à informação financeira e o termo utilizado na página para o acesso à informação financeira.

Caba *et al.* (2005) desenvolveram o índice de divulgação obtido a partir de três índices parciais onde verificaram os seguintes itens:

- índice de divulgação do tipo de informação disponibilizada:
 - ✓ fluxo de informação orçamental e de tesouraria:
 - informação fiscal do ano;
 - execução das despesas;
 - execução das receitas;
 - resultado orçamental;
 - modificações orçamentais;
 - demonstração fluxos de caixa;
 - ✓ posição financeira:
 - informação sobre ativos fixos não financeiros;
 - informação sobre ativos fixos;
 - montante de empréstimos a longo prazo;
 - variação de empréstimos públicos;
 - ✓ outras informações não financeiras:
 - indicadores de eficiência;
 - indicadores de eficácia;
 - indicadores económicos;
- índice de divulgação qualitativo das características da informação contabilística:
 - ✓ plenitude:
 - a conta geral completa pode ser consultada no *site*;
 - apenas pode ser consultado um resumo da conta geral no *site*;
 - ✓ oportunidade:
 - oportunidade da informação fornecida;
 - ✓ comparabilidade:
 - possibilidade de comparar informação;
 - divulgados resumos comparativos da informação contabilística emitida pela própria entidade;
 - ✓ usabilidade:
 - rácios e gráficos incluídos na informação contabilística;
 - comentários sobre a informação financeira;

- ✓ relevância:
 - relatórios técnicos emitidos pela entidade divulgados;
 - informação apresentada no sítio *web* de forma segregada;
- ✓ confiança:
 - informação financeira de auditoria divulgada anexa à informação financeira;
 - divulgada informação financeira de auditoria separada da informação financeira;
- índice de divulgação de navegabilidade, *design* e acesso:
 - ✓ informações facilmente identificáveis;
 - o sítio tem um *hiperlink* específico para a informação financeira;
 - mapa do sítio disponível;
 - ✓ personalização das informações:
 - acesso diferente dependente do tipo de usuário;
 - ✓ facilidade de acesso à informação:
 - sistema de *hiperlinks* de acesso à informação;
 - ✓ facilidade de gestão de informações fornecidas em formatos:
 - *html*;
 - *pdf* ou *doc*;
 - *xls*;
 - ✓ utilização de várias línguas para divulgação da informação:
 - conteúdo de informação disponível em várias línguas;
 - ✓ facilidade de interação com o usuário de informação:
 - disponível endereço de *e-mail* para solicitar informações ou explicações;
 - lista de *e-mails* disponível.

Para o cálculo do índice, Caba *et al.* (2005) atribuíram a cada secção peso 6, sendo este valor distribuído de igual forma pelos itens que constam da subdivisão da secção.

O valor de cada índice parcial é obtido pelo somatório dos itens apresentados na secção correspondente (com a respetiva ponderação). O índice de divulgação é dado pela divisão (razão) entre o somatório dos valores atribuídos a cada item e o valor atribuído ao total das secções (18) multiplicado por 100, para se obter o valor em percentagem.

No seu estudo, Fernandes (2008) incluiu 54 itens para o cálculo do índice de transparência onde 57,4% dos atributos correspondem à informação de natureza contabilística, auditoria e de gestão (exigidas por lei) e por outras informações pertinentes a empresas cotadas em bolsa (por

exemplo estrutura acionista e política de dividendos), 27,8% dos atributos correspondem a práticas de transparência no relacionamento das entidades com a sua envolvente ambiental e social e 14,8% dos atributos referem-se à facilidade e usabilidade de navegação no sítio *web*.

Assim o índice de transparência é composto pelos índices parciais:

- índice de informação financeira;
- informação organizacional, social e ambiental;
- índice de facilidades.

O valor do índice por secção e índice total é calculado pela razão - valor observado sobre o valor total possível (número total de atributos do índice).

Para o cálculo do índice de divulgação García e García (2008) consideraram necessário introduzir um peso a cada um dos itens observados nos sítios dos municípios espanhóis, daí resultando o seguinte índice ponderado:

- conteúdo informativo:
 - ✓ conteúdo informativo I:
 - informação gráfica não estruturada;
 - orçamento;
 - execução do orçamento;
 - balanço;
 - demonstração dos resultados;
 - outros dados contabilísticos;
 - relatório de auditoria,
 - indicadores de gestão;
 - plano estratégico;
 - anuário estatístico;
 - ✓ conteúdo informativo II:
 - comentários explicativos;
 - dados de exercícios anteriores;
 - dados comparativos de outras autarquias locais;
 - informação intermédia;
 - informação segmentada;
 - pelo menos dois idiomas;
- formato de apresentação:
 - ✓ *html*;

- ✓ *flash*;
- ✓ *excel*;
- ✓ *pdf*;
- ✓ *power point*;
- ✓ *word*;
- interação com o usuário:
 - ✓ solicitação através de formulários;
 - ✓ solicitação através de *e-mail*;
 - ✓ fóruns;
 - ✓ listas de contactos.

García e García (2008) atribuíram o valor de 1, a todos os itens do conteúdo informativo I, aos itens relativos à interação com o usuário e ao formato de apresentação *pdf*. O valor de 0,5 ao item pelo menos dois idiomas referente ao conteúdo informativo II e ao formato de apresentação *excel*, *power point* e *word* sendo atribuído aos restantes itens o valor de 0,75.

Para a análise a que se propuseram Gandía e Archidona (2008) foi utilizado um índice de divulgação com o objetivo de quantificar a informação divulgada nos sítios *web* dos municípios espanhóis. Para essa análise, agruparam 88 itens em cinco secções de modo a construir cinco índices parciais.

- informações gerais:
 - ✓ informações sobre os partidos políticos representados no órgão público;
 - ✓ relatórios sobre a composição dos órgãos de governo da entidade local;
 - ✓ serviço de notícias;
 - ✓ calendário de datas relevantes para os cidadãos;
 - ✓ publica as datas e as atividades das festas locais no *site*;
 - ✓ fornece informações turísticas;
 - ✓ apresenta as ofertas socioculturais do município;
 - ✓ escritório de turismo na *web*;
 - ✓ ficha técnica;
 - ✓ informações quantitativas precisas sobre a estratégia política da CM;
 - ✓ informações quantitativas precisas sobre o ambiente político da CM;
 - ✓ informações quantitativas precisas sobre a política do pessoal CM;
 - ✓ nível de desenvolvimento económico da cidade;
 - ✓ relação de empresas públicas municipais;

- informação orçamental:
 - ✓ lei do orçamento utilizado para a realização do último orçamento;
 - ✓ objetivos do orçamento da polícia;
 - ✓ eixo estratégico do orçamento;
 - ✓ mapas de execução orçamental;
 - ✓ orçamento consolidado;
 - ✓ valor total do orçamento;
 - ✓ orçamentos dos anos anteriores (mínimo de dois anos);
 - ✓ declaração de impostos;
 - ✓ orçamento consolidado de imposto;
 - ✓ despesas orçamentais por rúbrica;
 - ✓ resumo dos gastos por rúbrica;
 - ✓ despesas por classes funcionais;
 - ✓ resumo dos gastos por departamento;
 - ✓ detalhes do orçamento com referência a despesas com o pessoal;
 - ✓ receitas e despesas separadas das entidades autónomas;
 - ✓ orçamento detalhando serviços sanitários;
 - ✓ gastos de políticas públicas;
 - ✓ declaração orçamental de liquidez;
 - ✓ declaração orçamental de liquidez de anos anteriores (dois anos mínimo);
 - ✓ investimentos reais por classe;
 - ✓ classificação económica do orçamento;
 - ✓ orçamento distribuído pelos programas;
- informações financeiras:
 - ✓ relatório anual;
 - ✓ balanço fiscal do ano;
 - ✓ balanço de anos anteriores (mínimo de dois anos);
 - ✓ declaração de funcionamento do ano fiscal;
 - ✓ declaração de funcionamento de anos anteriores (dois anos mínimo);
 - ✓ declaração de fundos da tesouraria do ano;
 - ✓ declaração de fundos de tesouro para os anos anteriores (dois anos mínimo);
 - ✓ económico e relatório financeiro;
 - ✓ conta geral;
 - ✓ mapa de receitas e despesas;
 - ✓ indicadores de gestão;

- ✓ ficha financeira anual do ano;
- ✓ demonstrações financeiras anuais de anos anteriores (dois anos mínimo);
- ✓ demonstrações financeiras trimestrais do atual ano;
- ✓ demonstrações financeiras trimestrais dos anos anteriores (mínimo de dois anos);
- ✓ regras contabilísticas utilizadas;
- apresentação e navegação:
 - ✓ área específica para a informação económica e financeira;
 - ✓ área específica para a informação geral;
 - ✓ há *links* para outros *sites* relacionados;
 - ✓ é fornecido um contacto de *e-mail*;
 - ✓ o conteúdo é apresentado de forma estruturada e aninhada com acesso rápido e direto;
 - ✓ os títulos são claros e compreensíveis e a linguagem utilizada é adaptada aos cidadãos;
 - ✓ oferecem gráficos, índices, resumos ou comentários que esclarecem os dados dos relatórios;
 - ✓ endereço postal, telefone, número de *fax*, etc. para contacto;
 - ✓ sistema de busca e de busca avançada;
 - ✓ incluído um mapa do *site web*;
 - ✓ menu de ajuda;
 - ✓ informações em outras línguas (pelo menos em inglês);
 - ✓ permitido *download* de arquivos em formato *excel*;
 - ✓ sistema de *hiperlink* que relaciona as diferentes áreas do sítio;
 - ✓ os formatos utilizados permitem a impressão correta de informações;
 - ✓ a velocidade de resposta ao navegar no *site* não impede a eficácia da consulta;
 - ✓ área para perguntas frequentes;
 - ✓ glossário de termos incluído;
 - ✓ estabelece normas de acessibilidade para pessoas com deficiência;
 - ✓ indica a data da última atualização;
 - ✓ uma pessoa pode ser notificada por *e-mail* quando as atualizações são feitas;
 - ✓ indica os diferentes métodos pelos quais os cidadãos podem ter acesso as informações municipais;
 - ✓ utiliza certificados para garantir a segurança do *site*;
 - ✓ indica quando a informação é criada por terceiros;

- presença relacional na *web*:
 - ✓ fóruns de opinião disponíveis para fomentar a participação dos cidadãos na vida pública;
 - ✓ possibilidade de realizar processos burocráticos através do *site*: pagar impostos, obter certificados, etc.;
 - ✓ existência de algum tipo de iniciativa para promover a utilização da *internet* por parte dos cidadãos;
 - ✓ incluídos formulários oficiais e modelos;
 - ✓ iniciativas para modernizar a sua gestão focada em Governo Eletrónico;
 - ✓ a CM emite certificados digitais para o uso dos seus cidadãos;
 - ✓ possibilidade de uso de senhas de acesso a informações confidenciais;
 - ✓ informação ao cidadão de vantagens do uso do documento de identidade eletrónica nacional;
 - ✓ forma de contactar diretamente os representantes políticos da CM;
 - ✓ promove a utilização de meios ligados à E-democracia;
 - ✓ através do *site*, os cidadãos podem ver a entidade local.

Os pesos atribuídos por Gandía e Archidona (2008) a cada secção corresponderam às seguintes percentagens:

- informações gerais - 16%;
- informação orçamental - 25%;
- informações financeiras - 18%;
- apresentação e navegação - 28%;
- presença relacional na *web* - 13%.

Os índices parciais foram calculados tendo em conta os itens descritos, sendo atribuída uma pontuação de um se o sítio divulgou a informação em questão e zero, se não divulgou. Uma vez que o conteúdo analisado foi dividido em cinco secções, primeiro foi calculado cada índice parcial e, posteriormente, efetuada a agregação dos resultados para se obter o índice de divulgação.

Lourenço *et al.* (2011a) verificaram a existência no sítio dos seguintes itens:

- documentos estruturantes (sintéticos):
 - ✓ financeiros:
 - o balanço;
 - a demonstração dos resultados;

- ✓ orçamentais:
 - o orçamento o mapas do controlo orçamental (despesas e receitas);
 - as Grandes Opções do Plano (GOP), Plano Plurianual de Investimentos (PPI);
- ✓ gestão:
 - o relatório de gestão;
 - o balanço social;
- informação complementar detalhada relevante para os cidadãos:
 - ✓ ativo imobilizado (bruto e incluindo amortizações e provisões);
 - ✓ transferências e subsídios;
 - ✓ endividamento (empréstimos e outras dívidas a terceiros);
 - ✓ Fundo Social Municipal;
 - ✓ modificações do orçamento;
 - ✓ pessoal ao serviço;
 - ✓ contratação administrativa (situação dos contratos);
 - ✓ participações sociais;
 - ✓ aquisição de serviços (a pessoas singulares);
 - ✓ concessões;
 - ✓ associações de que faz parte.

Os autores, para além de verificarem se os sítios disponibilizam estes itens, pretenderam analisar de que forma podem ser acedidos e o formato em que são apresentados. Depois de recolhida a informação foi construído o índice de transparência segundo 3 dimensões:

- acesso à informação (o valor final atribuído a cada item desta dimensão resulta da soma das parcelas correspondentes);
- formato de apresentação da informação;
- forma de disponibilização da informação - autónoma ou integrada num documento (o valor final atribuído a cada item segundo esta dimensão e a anterior, é um dos três valores apresentados, uma vez que as três opções são mutuamente exclusivas).

A avaliação de cada item segundo as dimensões apresentadas, resulta num valor máximo de 3. Assim, atendendo a que são avaliados 18 itens no sítio de cada CM, o valor máximo do índice de transparência a atribuir a cada CM é de 54.

Para a escolha dos itens de informação, Lourenço *et al.* (2011b) seguiram o mesmo critério que Lourenço *et al.* (2011a) para a análise das CM com a preocupação de verificarem a utilidade que esses itens poderão ter para o cidadão comum poder avaliar o destino dos recursos financeiros

das entidades do SEL - transparência do destino e, por outro lado, perceber como os mesmos foram utilizados - transparência de procedimentos. Foram analisados os seguintes itens:

- natureza e forma jurídica;
- informação institucional;
- informação previsional:
 - ✓ plano de atividades anuais/plurianuais;
 - ✓ orçamentos anuais;
- informação financeira:
 - ✓ balanço;
 - ✓ demonstração dos resultados;
 - ✓ demonstração de fluxos de caixa;
 - ✓ relatório do Conselho de Administração;
 - ✓ parecer do Revisor Oficial de Contas;
 - ✓ relatórios trimestrais de execução orçamental;
- informação detalhada:
 - ✓ subsídios e transferências recebidas;
 - ✓ contratação administrativa (situação dos contratos);
 - ✓ endividamento (empréstimos e outras dívidas a terceiros);
 - ✓ aquisição de serviços a pessoas singulares;
 - ✓ pessoal ao serviço;
 - ✓ ativo imobilizado bruto, amortizações e provisões;
 - ✓ participações em outras entidades.

Após a análise da existência individual dos itens no sítio *web*, da visibilidade, do formato e do modo de disponibilização, os autores desenvolveram um indicador agregado de transparência, designado por índice de transparência, com o objetivo de proporcionar informação a forma como cada entidade disponibiliza a informação aos cidadãos através do seu sítio *web*. O cálculo do índice de transparência é semelhante ao efetuado por Lourenço *et al.* (2011a), tendo por base as três dimensões aí referidas.

Como foi referido por Bravo *et al.* (2010), a falta de consenso na elaboração do índice de divulgação pode explicar as divergências nos resultados dos estudos. Assim, existe a necessidade de definir de forma clara os atributos e os objetivos da análise.

2.3. Variáveis independentes

As variáveis independentes, também designadas por variáveis explicativas, são as que podem variar em número na investigação experimental e consoante o número de variáveis, comportam análises unifatoriais (com apenas uma variável independente) ou multifatoriais (com várias variáveis independentes) (Rio, 2010). Sistematizámos as variáveis utilizadas, os estudos, bem como a forma de cálculo de cada variável na tabela 1.

Tabela 1 - Variáveis independentes e forma de cálculo

	Tamanho/ Dimensão	Competição Política	Alavancagem/ endividamento	Riqueza municipal	Visibilidade de imprensa	Rendibilidade	Liquidez
Watson et al. (2002)	Ativo total		<u>Capital alheio</u> Capital total			<u>Resultados operacionais</u> Vendas	<u>Ativo circulante</u> Passivo corrente
Laswad et al. (2005)	Ativo total médio e Receita total média	<u>N.º de candidatos</u> Posição disponível	<u>Exigível longo prazo</u> Ativo total	Receita total média <i>per capita</i>	N.º de notícias		
Fernandes (2008)	Volume de vendas e N.º de empregados e Ativo total		<u>Passivo</u> Ativo			<u>Resultados corrente</u> Vendas <u>Resultados líquidos</u> Ativo <u>Resultados líquidos</u> Capital próprio	
García e García (2008)	N.º habitantes do município (censos 2004)	Inverso do índice calculado a partir da % de votos obtida por partidos políticos nas eleições	Δ Passivos financeiros no último orçamento <i>per capita</i>		N.º de pesquisas de cada município obtido com a pesquisa <i>Google per capita</i>		
Gandía e Archidona (2008)	N.º habitantes (censos 2005)	N.º de partidos políticos com representação na CM	<u>Despesas</u> População	Receita total média <i>per capita</i>	Resultado da pesquisa <i>web</i> onde aparece a CM		
Bravo et al. (2010)	Receitas operacionais		<u>Dívidas a terceiros</u> Ativo total			<u>Resultados líquidos</u> Capital próprio	
Álvarez et al. (2010)	População do país	N.º de partidos políticos participantes nas eleições anteriores					

Da leitura da tabela 1 podemos verificar que as variáveis tamanho (7 estudos), alavancagem (6 estudos), competição política (4 estudos), rendibilidade e visibilidade de imprensa (3 estudos) são as mais estudadas.

2.4. Teorias sobre divulgação informação

Os estudos sobre as motivações (determinantes), da divulgação financeira via *internet* têm vindo a ser realizados alicerçados em várias teorias. Atendendo a essas teorias, os estudos procuram explicações dos diferentes níveis de divulgação apresentados pelas diferentes entidades.

2.4.1. Teoria da agência

Uma relação de agência segundo Jensen e Meckling (1976) pode ser definida como um contrato pelo qual, uma ou mais pessoas - o *principal*, contrata outra pessoa - o *agente*, para executar um serviço em seu nome. Nesta relação contratual o *principal* delega alguma autoridade de tomada de decisão no *agente*, facto que origina conflito de interesses resultantes da separação entre propriedade e controlo. O *agente* nem sempre age no interesse do *principal*, o que origina que incorram custos de agência, resultantes da contratação de mecanismos de monitorização⁷ e perdas residuais⁸.

O problema de agência existe em todos os contextos organizacionais, nas empresas entre os acionistas e os gestores, nas autarquias locais entre os autarcas (políticos) e os eleitores. Como a maximização do bem-estar do político depende da probabilidade da sua reeleição, este age oportunisticamente, atuando em seu interesse próprio (Zimmerman, 1977), prova disso, são os resultados obtidos por Ferreira (2011) que permitem confirmar, que em período pré-eleitoral a gestão dos resultados é utilizada pelo autarca como forma de sinalização do seu desempenho e da sua competência com vista à reeleição, ou seja, à maximização dos votos.

Um dos pressupostos desta teoria, é que os conflitos surgem quando a informação é incompleta e há assimetria de informação entre o *principal* e o agente, movidos por diferentes interesses. Este problema poderia ser minimizado se fosse fornecida mais informação.

Esta teoria serviu de base para os trabalhos, já referidos anteriormente, de Watson *et al.* (2002), de Laswad *et al.* (2005), de Fernandes (2008), de Álvarez *et al.* (2010) e de Bravo *et al.* (2010) onde procuraram relacionar a divulgação da informação financeira com algumas variáveis como por exemplo: o tamanho, a alavancagem, a rendibilidade e a competição política.

⁷ O termo monitorização não inclui apenas a mensuração ou a observação do comportamento do agente, mas também o esforço exercido pelo *principal* em controlar o comportamento do *agente*, através de por exemplo restrições orçamentais, políticas de compensação, regras operacionais, etc. (Jensen e Meckling, 1976)

⁸ Perdas residuais resultam da diferença entre o nível de bem-estar efetivamente atingido e o que hipoteticamente se poderia atingir se o agente se comportasse de forma ideal (García, 2000).

2.4.2. Teoria positiva da contabilidade

Alicerçada na teoria da agência surge a teoria positiva da contabilidade. O objetivo a atingir com o desenvolvimento desta teoria foi ter a possibilidade de compreender, explicar e prever a prática contabilística (Watts e Zimmerman, 1978 e 1990). Segundo estes autores, esta teoria permite compreender quais as razões que motivam os gestores a adotarem determinadas políticas contabilísticas em detrimento de outras, além disso, a teoria positiva procura descrever de que forma os gestores decidem o tipo de informação que devem divulgar de modo a serem atingidos os seus objetivos. Tendo como base a teoria da agência, um dos pressupostos da teoria positiva da contabilidade é o de que os indivíduos agem em função de interesses pessoais, procurando maximizar o seu bem-estar (Jensen e Meckling, 1976).

Fernandes (2008) procurou fundamentar o seu estudo sobre a divulgação de informação financeira em suporte eletrónico em diversas teorias entre elas, a teoria positiva da contabilidade, utilizando como variáveis a dimensão, a rendibilidade e o endividamento.

2.4.3. Teoria da escolha pública

O grande desenvolvimento da teoria da escolha pública ocorreu com a obra de Buchanan e Tullock (1962). Esta teoria tem como objetivo o estudo do comportamento dos diversos grupos de interesse do processo político: autarcas (políticos), cidadãos (eleitores), partidos políticos, processo eleitoral, análise da burocracia, escolha parlamentar e análise constitucional tomando como princípios orientadores os mesmos que são seguidos nas ciências económicas (Pereira, 1997).

Tal como ocorre nas ciências económicas, esta teoria alicerça a sua análise no indivíduo, ou seja, no comportamento do indivíduo dentro das organizações, tomando como elementos fundamentais a racionalidade e o egoísmo desses indivíduos no processo político. No processo político (por exemplo na eleição do autarca, delegação de competências para o exercício de cargos públicos) há indivíduos que adquirem poder, mas estes nem sempre agem em benefício dos cidadãos, assim, neste processo a competição pode gerar conflitos de interesse entre o *principal* e o agente (Ferreira, 2011). Neste contexto, e no caso das autarquias locais, podemos perceber a existência de conflitos de interesse sempre que os autarcas (políticos) atuam tendo em vista a sua reeleição e não a satisfação das necessidades dos cidadãos/ eleitores.

Bravo *et al.* (2010) fazem referência ao desenvolvimento de várias teorias que têm como objetivo explicar as razões que estão subjacentes à decisão de divulgar informação financeira, uma

delas é a teoria da escolha pública. Estes autores utilizaram as variáveis tamanho, rendibilidade e alavancagem para explicarem o nível de divulgação.

Lourenço *et al.* (2010) referem que esta teoria está aliada à ideia da Nova Gestão Pública⁹, em que vários conceitos e práticas justificam um maior envolvimento dos cidadãos e apelam à importância da transparência e da *accountability* nos processos de planeamento e decisão públicos.

Lourenço *et al.* (2011a) referem que as transformações ocorridas no campo da teoria política reforçam a importância da participação do cidadão nos processos públicos de deliberação e tomada de decisão.

2.4.4. Teoria da sinalização

A teoria da sinalização tem como finalidade analisar situações em que uma das partes de um contrato está interessada em sinalizar aspetos presumivelmente favoráveis do seu desempenho (Watson *et al.*, 2002). Sinalizar consiste na emissão de sinais (informações) que realçam situações que decorram da atividade da organização. Essa emissão poderá ocorrer quando os gestores decidem divulgar informação voluntária via *internet*, com a clara intenção de sinalizar uma gestão eficiente, eficaz e transparente (Laswad *et al.*, 2005).

O termo *signaling*¹⁰ foi utilizado por Spence (1973), com o objetivo de explicar o comportamento das relações no mercado de trabalho. Embora esta teoria tenha sido desenvolvida no ambiente das relações do mercado de trabalho, de acordo com Morris (1987) a sinalização é um fenómeno que poderá ter aplicação em qualquer mercado com assimetria de informação. Já Watson *et al.* (2002) evidenciam o facto desta teoria, de algum modo, explicar as práticas da divulgação voluntária de informação financeira. Uma condição necessária da teoria da sinalização é precisamente a assimetria de informação.

Esta teoria sugere que a assimetria de informação pode diminuir se a parte que possui mais informação enviar sinais (informações) de interesse para a parte com menos informação (An, Davey e Eggleton, 2011). Numa autarquia a parte que possui mais informação é o gestor (autarca). Devido à informação assimétrica o cidadão apenas pode avaliar a gestão pública pela informação divulgada pelo autarca e este tenderá a aumentar o nível de divulgação financeira, sinalizando aspetos positivos que conduzam a uma avaliação positiva da sua atuação.

⁹ Tradução de *New Public Management*.

¹⁰ Sinalização.

Watson *et al.* (2002) tentaram com esta teoria justificar o nível de divulgação voluntária de informação quando relacionado com variáveis como por exemplo o investimento, a rentabilidade/ retorno investimento, o tamanho ou a alavancagem.

Baseado na teoria da sinalização Fernandes (2008) identificou uma relação positiva entre o nível de divulgação e a dimensão da empresa, mencionando que as empresas com maior visibilidade pública são mais propensas à divulgação de informação com a finalidade de aumentar a confiança dos *stakeholders*. Refere ainda que as empresas mais rentáveis deverão apresentar um maior nível de divulgação.

Já Bravo *et al.* (2010) tentaram relacionar as variáveis tamanho, rentabilidade e crescimento com os pressupostos da teoria da sinalização, referindo que as empresas com altas taxas de crescimento têm incentivo para aumentar o nível de divulgação.

Os vários estudos indicam resultados divergentes ou mesmo contraditórios ao tentar medir o nível de divulgação com base nas várias teorias abordadas.

Capítulo 3 - Problema, questões e hipóteses de investigação

3.1. Problema

Os estudos analisados na revisão da literatura permitiram identificar fatores que estão relacionados com o nível de divulgação.

No caso de Portugal, compete às autarquias locais o dever de publicitar, até 30 dias após a apreciação pelo órgão deliberativo, um conjunto de documentos previsionais e de prestação de contas¹¹. A Lei das Finanças Locais¹² veio reforçar esse dever, prevendo a disponibilização não só desses documentos, como de outra informação, no respetivo sítio de *internet*, fazendo referência à disponibilização dos documentos dos últimos dois anos.

A informação como instrumento para as decisões, não só dos gestores (autarcas), mas também dos cidadãos (eleitores) deve ser fiável, relevante, oportuna e atempada, características que tornam a informação útil. Para tal, cabe aos autarcas utilizarem o sítio *web* da autarquia local para divulgarem a informação financeira, uma vez que, a *internet* pode ser utilizada como meio de interação com o cidadão tendo como pano de fundo a transparência e a responsabilização (*accountability*).

Os estudos realizados em Portugal apenas avaliam o nível de divulgação via *internet*, assim, e dado que outros estudos identificaram fatores que influenciam (não influenciam) o nível de divulgação, colocamos o seguinte problema de investigação.

Qual o nível de divulgação da informação financeira via *internet* e quais os fatores que influenciam as autarquias locais, em Portugal, na divulgação da informação financeira via *internet*?

¹¹ Pelo artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 54-A/99, de 22 de fevereiro.

¹² Pelo artigo 49.º da Lei n.º 2/2007, de 15 de janeiro.

3.2. Questões de investigação

Face ao problema colocado, é nosso objetivo responder às seguintes questões de investigação:

1. a informação financeira das autarquias locais está divulgada nos seus sítios *web*?
2. o tipo de informação financeira divulgada é o mesmo em todas as autarquias locais?
3. os autarcas têm a preocupação de divulgar a informação financeira comparável, completa e atempada?
4. existe uma área específica para a divulgação da informação financeira, claramente identificada no sítio *web* das autarquias locais e um termo comum para identificar essa área?
5. a informação financeira encontra-se facilmente nos sítios das autarquias locais?
6. é possível identificar fatores que determinam o nível de divulgação de informação financeira dos sítios *web* das autarquias locais?
7. os autarcas utilizam os sítios *web* das autarquias locais para melhorar a *accountability*?

3.3. Forma de resposta às questões de investigação

Na generalidade, procuraremos responder às questões de investigação através da interpretação dos resultados para as várias dimensões do índice de divulgação.

Para responder à questão 3 serão analisadas duas percentagens resultantes da consulta efetuada aos sítios *web* de cada autarquia para o cálculo do índice de divulgação: percentagem relativa à divulgação das demonstrações financeiras referentes a 2009, 2010 e 2011 e a percentagem relativa à divulgação das demonstrações financeiras previsionais relativas a 2012.

A resposta à questão 6 terá como fundamento as conclusões retiradas dos resultados obtidos do teste das hipóteses colocadas nas subsecções 3.4.1, 3.4.2 e 3.4.3 desta dissertação.

Quanto à questão 7, a resposta será fundamentada com a análise de todos os resultados obtidos.

3.4. Hipóteses

3.4.1. Tamanho

Os trabalhos referidos na revisão bibliográfica, que se basearam nos pressupostos da teoria da agência e na teoria da sinalização têm em comum o facto da variável tamanho ser estudada.

Os estudos que testaram se o tamanho da autarquia é um fator que influencia o nível de divulgação encontraram evidência de que é uma das variáveis com maior peso explicativo, uma vez que os resultados são indicadores de uma associação positiva entre esta variável e o nível de divulgação da informação financeira (García e García, 2008). Já Laswad *et al.* (2005), não obtiveram evidência de que o tamanho fosse uma variável que influenciasse o nível de divulgação. Os estudos levados a cabo no setor privado, permitem identificar uma associação positiva entre a variável tamanho e o nível de divulgação de informação financeira via *internet* (Watson *et al.*, 2002; Fernandes, 2008; Bravo *et al.*, 2010)

Na revisão da literatura não encontramos nenhum estudo que testasse se o tamanho era um determinante do nível de divulgação das autarquias para o caso de Portugal.

Assim, julgamos que se justifica testar se o tamanho da autarquia é um fator que influencia o nível de divulgação das autarquias locais em Portugal.

Em Portugal, como referimos anteriormente, existe legislação que obriga as autarquias a divulgar informação de natureza financeira, orçamental e previsional, no sítio da *web*. A nossa intuição, atendendo à teoria da sinalização, é a de que o tamanho da autarquia é um fator que influencia o nível de divulgação dado que é de esperar que sobre o autarca recaia um escrutínio, designadamente, por parte dos partidos de oposição. A ser assim, os autarcas das autarquias de maior dimensão tenderão a divulgar toda a informação exigida por lei por forma a sinalizar que estão a cumprir com a legislação em vigor. Assim, colocamos a hipótese H_1 .

H_1 – “Existe uma associação positiva entre o tamanho do município e o índice de divulgação de informação financeira através da *internet*”.

3.4.2. Competição política

Tal como estabelecido na teoria da agência e na teoria positiva da contabilidade, a maximização do bem-estar do político/autarca depende da probabilidade da sua reeleição, assim,

este tende a agir no seu próprio interesse refletindo-se este facto na divulgação de informação que permita avaliar o seu desempenho. Já a teoria da escolha pública que alicerça a sua análise no comportamento do indivíduo dentro das organizações evidencia o facto de no processo político os indivíduos agirem com racionalidade e egoísmo. Tendo em conta esta teoria e a teoria da sinalização, o autarca procura sinalizar aspetos favoráveis do seu desempenho.

Os resultados da maioria dos estudos que referimos na revisão da literatura convergem no sentido de existir uma correlação positiva entre a competição política e o nível de divulgação de informação, não obstante, os resultados obtidos por Laswad *et al.* (2005) apontam para que não exista relação desta variável com o índice de divulgação. Acresce ainda o facto de os estudos referidos na revisão da literatura fazerem apenas alusão à relação existente entre o nível de divulgação e a competição política, não possibilitando aferir se a mesma determina um maior ou menor nível de divulgação de informação. Finalmente, a juntar ao acabado de referir, não identificámos nenhum estudo que teste a existência de relação entre a competição política e o índice de divulgação para as autarquias, em Portugal. Face ao exposto, entendemos que se justifica que se continue a estudar a influência da competição política no índice de divulgação.

Atendendo ao preconizado na teoria da sinalização que evidencia o facto de o autarca sinalizar aspetos do seu desempenho, a nossa convicção assenta na possibilidade dos autarcas sujeitos a uma maior competição política tenderem a divulgar menos informação financeira, uma vez que, essa informação pode ser um instrumento de discussão pública de aspetos menos favoráveis do seu desempenho. Assim, colocamos a seguinte hipótese:

H₂ – “Existe uma associação negativa entre a competição política e o índice de divulgação de informação financeira através da *internet*”.

3.4.3. Visibilidade da *web*

A teoria da agência tal como a teoria positiva da contabilidade induz-nos a referir que o gestor/autarca procura maximizar o seu bem-estar, assim, esta pode ser uma das razões que os motiva a adotarem determinadas políticas contabilísticas em detrimento de outras e a decidirem o tipo de informação que devem divulgar de modo a serem atingidos os seus objetivos. A teoria da sinalização sugere que devido à informação assimétrica o cidadão apenas pode avaliar a gestão pública pela informação divulgada pelo autarca e este tenderá a aumentar o nível de divulgação financeira, sinalizando aspetos positivos que conduzam a uma avaliação positiva da sua atuação.

Depois de surgirem as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), de modo particular a *internet*, assistimos a uma mudança na divulgação e no acesso à informação. A *web* pode ser considerada uma das maiores fontes de informação da atualidade. Com a evolução da *web* surgiu uma nova área de estudo denominada *Webometrics*. Segundo Björneborn e Ingwersen (2004), *Webometrics* é a ciência que tenta obter informação através de medições sobre vários aspetos da *web*. Dentro dessa área de estudo encontramos a *Web Visibility*¹³, que pode ser definida como sendo "a medida da visibilidade de um dado site na *web*" (Klinger, Lima e Oliveira, 2011).

São conhecidos alguns estudos sobre visibilidade da *web* direcionados às Universidades, onde é estabelecido um *ranking web*, como podemos verificar em Aguillo, Granadino, Ortega e Prieto (2006), Klinger (2011) e Klinger *et al.* (2011).

Embora os estudos mencionados na revisão bibliográfica não tenham tentado relacionar esta variável, apenas a visibilidade de imprensa, reconhecemos que face aos avanços tecnológicos e face à projeção da *web* e a forma como é hoje encarada a divulgação da informação financeira, faz sentido testar se a visibilidade da *web* dos sítios de cada autarquia local influencia o nível de divulgação.

Tendo em conta as razões expostas e considerando mais uma vez que não encontramos estudos que testem o efeito desta variável no índice de divulgação das autarquias em Portugal, consideramos oportuno colocar a hipótese H₃.

A nossa intuição é a de que os autarcas utilizam o sítio *web* das autarquias para maior aproximação ao cidadão. Assim, colocamos a seguinte hipótese:

H₃ – “Existe uma associação positiva entre a visibilidade da *web* e o índice de divulgação de informação financeira através da *internet*”.

¹³ Visibilidade da *web*.

Capítulo 4 - Metodologia

4.1. Descrição dos dados

Os dados com vista ao cálculo do índice de divulgação, foram recolhidos dos sítios *web* das autarquias locais, mais concretamente das câmaras municipais.

A consulta direta aos sítios decorreu entre o dia 25 de junho e o dia 21 de julho de 2012 e teve como objetivo verificar, para cada autarquia, se cada item incluído no índice é divulgado.

Os dados para o cálculo da variável tamanho foram obtidos de Carvalho, Fernandes, Camões e Jorge (2012).

Para calcular a variável competição política os dados foram recolhidos do sítio da *internet* <http://www.marktest.com/> e são referentes às eleições autárquicas de 2009.

Para recolher os dados para o cálculo da variável visibilidade da *web* utilizámos a ferramenta disponível em <http://www.vrank.com/en>, que calcula o nível de visibilidade *web* do sítio de cada autarquia local. A consulta foi efetuada no dia 08 de setembro de 2012.

A recolha dos dados para o cálculo da variável logaritmo natural da média do ativo total e para o cálculo da média das receitas totais por habitante foi efetuada do balanço e do mapa de execução orçamental das receitas, respetivamente, e foram disponibilizados pelo Centro de Investigação de Contabilidade e Fiscalidade da Escola de Gestão do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

4.2. Descrição e cálculo das variáveis

4.2.1. Índice de divulgação

À semelhança de Lourenço *et al.* (2010) e Lourenço *et al.* (2011a) que incidiram a sua análise na informação produzida e divulgada pelas autarquias locais com base no POCAL (e no SIIAL), consideramos ser importante analisar também esses itens, "*uma vez que a informação*

constante de documentos como o *Balanço*, a *Demonstração dos Resultados* e o *Orçamento* permite, de forma sintética, ter uma ideia da saúde orçamental, patrimonial e económico-financeira das entidades" (Lourenço *et al.*, 2010, p. 11).

Para Caba *et al.* (2005) o cálculo do índice de divulgação é dado pela divisão (razão) entre o somatório dos valores atribuídos a cada item e o valor atribuído ao total das secções (18) multiplicado por 100, para se obter o valor em percentagem. Já para Gandía e Archidona (2008) os índices parciais foram calculados atribuindo o valor um se o sítio divulgou os itens e valor zero, se não divulgou. Uma vez que os itens analisados foram divididos em cinco secções, primeiro foi calculado cada índice parcial (com a respetiva ponderação) e posteriormente agregados os resultados para se obter o índice de divulgação.

No presente estudo, o cálculo do índice de divulgação de informação financeira (variável dependente) é calculado da seguinte forma:

$$IndivInf_i = \frac{\sum_{N=0}^{49} N_i}{49} \quad (1)$$

Em que:

$IndivInf_i$ - índice de divulgação de informação financeira da autarquia i ;

N_i - pontuação obtida para cada item incluída no índice para a autarquia i .

Para a recolha de informação com vista ao cálculo do índice, procedemos da seguinte forma. Em primeiro lugar identificámos os sítios *web* das autarquias locais, recorrendo às ferramentas de pesquisa do *Google*. Depois de todos os sítios identificados acedemos ao sítio de cada autarquia local e procedemos à sua análise e recolha de informação que nos permitiu atribuir os pontos identificados na tabela 2. Após recolhida a informação, efetuámos o cálculo do índice de divulgação conforme especificado na fórmula (1) acima.

Procedemos ainda ao cálculo de 3 subdimensões considerando: apenas informação sobre mapas previsionais; apenas informação sobre mapas de execução orçamental e apenas outras demonstrações financeiras com o objetivo de responder à questão 2 colocada em 3.2.

Tabela 2 - Itens que constituem o índice de divulgação

Dimensão 1: Conteúdo da informação		35 pontos
Subdimensão	Mapas previsionais	8 pontos
	Orçamento do ano 2012	1 ou 0
	GOP ¹⁴ (PPI+AMR ¹⁵) do ano 2012	1 ou 0
	Orçamento do ano 2011	1 ou 0
	GOP (PPI+AMR) do ano 2011	1 ou 0
	Orçamento do ano 2010	1 ou 0
	GOP (PPI+AMR) do ano 2010	1 ou 0
	Orçamento do ano 2009	1 ou 0
	GOP (PPI+AMR) do ano 2009	1 ou 0
	Mapas de execução ¹⁶ orçamental	12 pontos
	Execução do orçamento do ano 2011	1 ou 0
	Execução das GOP do ano 2011	1 ou 0
	Contas de ordem do ano 2011	1 ou 0
	Operações de tesouraria do ano 2011	1 ou 0
	Execução do orçamento do ano 2010	1 ou 0
	Execução das GOP do ano 2010	1 ou 0
	Contas de ordem do ano 2010	1 ou 0
	Operações de tesouraria do ano 2010	1 ou 0
	Execução do orçamento do ano 2009	1 ou 0
	Execução das GOP do ano 2009	1 ou 0
	Contas de ordem do ano 2009	1 ou 0
	Operações de tesouraria do ano 2009	1 ou 0
	Outras demonstrações financeiras	15 pontos
	Balanço do ano 2011	1 ou 0
	Demonstração dos resultados do ano 2011	1 ou 0
	Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2011	1 ou 0
	Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2011	1 ou 0
	Relatório de gestão do ano 2011	1 ou 0
	Balanço do ano 2010	1 ou 0
	Demonstração dos resultados do ano 2010	1 ou 0
	Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2010	1 ou 0
	Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2010	1 ou 0
Relatório de gestão do ano 2010	1 ou 0	
Balanço do ano 2009	1 ou 0	
Demonstração dos resultados do ano 2009	1 ou 0	
Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2009	1 ou 0	
Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2009	1 ou 0	
Relatório de gestão do ano 2009	1 ou 0	
Dimensão 2: Características qualitativas da informação	6 pontos	
Comparabilidade	2 ou 0	
Atempada/ oportuna	2 ou 0	
Completa	2 ou 0	
Dimensão 3: Design, usabilidade e acessibilidade do sítio	8 pontos	
Clicks	2 pontos	
1	2	
2	1	
3	0,75	
Outros	0,25	
Não divulga	0	
Extensão	2 pontos	
Não extraível (<i>pdf</i>)	2	
Extraível (<i>excel, word, html, online</i>)	1	
Não divulga	0	
Termos	2 pontos	
Prestação de contas	2	
Informação financeira	1	
Documentos financeiros	0,75	
Outros	0,25	
Não divulga	0	
Informação agregada/ separada	2 pontos	
Separada	2	
Agregada	1	
Pontuação total do ID (ID-TOTAL)	49 pontos	

¹⁴ Este item apenas foi considerado quando divulgados ambos os mapas PPI e AMR.

¹⁵ Também designada por Plano de Atividades Municipal (PAM).

¹⁶ Também designado por controlo.

4.2.2. Tamanho

Para o cálculo da variável tamanho - Tam_i , García e García (2008) e Gandía e Archidona (2008), tiveram por base o número de habitantes por autarquia. No nosso estudo, utilizámos o mesmo critério.

4.2.3. Competição política

Os dados para o cálculo da variável competição política - $CompPol_i$, foram recolhidos do sítio <http://www.marktest.com/>, sendo a variável calculada através da fórmula apresentada em (2).

No que respeita à competição política utilizámos a medida proposta por Laakso e Taagepera (1979) que é muito utilizada na literatura política por ser considerada uma boa *proxy* para a competição política. Assim:

$$CompPol_i = \frac{1}{\sum s_i^2} \quad (2)$$

Em que:

$CompPol_i$ - competição política.

s_i - fração de votos obtidos pelo partido i num dado momento eleitoral.

Tal como refere Taagepera (2002) este rácio indica, em média, o número de partidos que estão no mercado político. No entanto, quando um partido político tem a maioria tem de ser complementado com o inverso da maioria.

4.2.4. Visibilidade da *web*

Para o cálculo da variável visibilidade da *web* - $VisibWeb_i$, utilizámos a ferramenta disponível no sítio <http://www.vrank.com/en>, digitando o endereço eletrónico da autarquia i de modo a calcular e obter o indicador de visibilidade da *web*.

Embora existam mais opções de cálculo da variável visibilidade da *web*, optamos por usar esta ferramenta por se encontrar disponível gratuitamente e por obter o indicador de visibilidade com base num conjunto de parâmetros que associam ao indicador de visibilidade uma componente associada aos media sociais. Devemos ter em atenção que a obtenção de indicadores de visibilidade *web*, que deveriam ser recolhidos durante um determinado período para permitir avaliar o seu

comportamento temporal, obtidos em tempo real são pouco rigorosos mas servem para a finalidade deste trabalho. Para obter o indicador de visibilidade o *Vrank* parte das seguintes métricas:

- cobertura recente (menções em notícias e resultados recentes no *Google*);
- presença *online* (número de páginas indexadas e resultados do *Google*);
- popularidade *online* (*backlinks*, *Alexa rank* e *page rank*);
- visibilidade nas media sociais (menções no *twitter*, *facebook* e *blogs*);
- audiência nas media sociais (número de seguidores no *twitter*, número de fãs no *facebook* e audiência do *blog*);
- atividade nas media sociais (número de *tweets*, número de *posts* no *facebook* e número de *posts* no *blog*).

4.2.5. Logaritmo natural da média do ativo

Os dados do ativo líquido total de cada autarquia foram recolhidos do balanço de 2009 e 2010 tendo como finalidade o cálculo da variável logaritmo natural da média do ativo líquido total - $LnMA_{ativo_i}$. Após a recolha dos dados foi calculada a média dos valores dos referidos anos para, posteriormente, calcular o logaritmo natural de maneira a obter a variável logaritmo natural da média do ativo.

4.2.6. Média da receita total por habitante

Depois de recolhidos os dados da receita líquida de cada autarquia do mapa de execução orçamental das receitas relativas aos anos de 2009 e 2010, foi calculada a média. O valor obtido foi dividido pelo número de habitantes da autarquia i , para obter o valor da variável receita média líquida por habitante- $RecMLiqHab_i$.

Para o cálculo das variáveis de controlo $LnMA_{ativo_i}$ e $RecMLiqHab_i$, considerámos os dados relativos a 2009 e 2010, uma vez que os dados de 2011 não se encontravam ainda disponíveis. Reconhecemos que este facto poderá ser uma das limitações do modelo usado.

4.3. Modelo de regressão múltipla

Para testar as hipóteses colocadas nas subsecções 3.4.1, 3.4.2 e 3.4.3, vamos utilizar um modelo de regressão múltipla (3), uma vez que vamos utilizar várias variáveis independentes. Este

modelo irá servir para avaliar se as variáveis independentes influenciam a variável dependente - índice divulgação da informação financeira.

Assim, o modelo proposto é:

$$IndivInf_i = \alpha + \beta_1 Tam_i - \beta_2 CompPol_i + \beta_3 VisibWeb_i + \beta_4 LnMA_tivo_i + \beta_5 RecMLiqHab_i + \varepsilon \quad (3)$$

IndivInf_i - índice de divulgação de informação financeira - calculado conforme fórmula (1);

α - constante;

Tam_i - tamanho - número de habitantes da autarquia *i*;

CompPol_i - competição política - calculada conforme fórmula (2);

VisibWeb_i - visibilidade da *web* - calculada conforme descrito na subsecção 4.2.4;

LnMA_tivo_i - logaritmo natural da média do ativo total da autarquia *i*;

RecMLiqHab_i - receita média líquida por habitante;

ε - erro aleatório (residual).

Uma vez que esperamos que o nível de escrutínio por parte dos diversos interessados na informação divulgada pelas autarquias seja diferente consoante o tamanho da autarquia e que quanto maior o tamanho, maior o escrutínio exercido, esperamos que a variável *Tam_i* apresente sinal positivo.

Quanto à competição política, uma vez que a expectativa é a de que, quanto maior a competição política, menor seja a propensão de divulgar informação financeira, designadamente pelo facto do escrutínio exercido pelos partidos políticos poder ser maior, esperamos que a variável *CompPol_i* apresente sinal negativo.

Sobre a visibilidade da *web*, a nossa expectativa é a de que existe uma associação positiva entre esta variável e o índice de divulgação financeira, assim esperamos para a variável *VisibWeb_i* o sinal positivo.

Não temos expectativas quanto ao sinal das variáveis *LnMA_tivo_i* e *RecMLiqHab_i* uma vez que se apresentam como variáveis de controlo.

Capítulo 5 - Análise estatística dos dados

5.1. Análise dos resultados referentes à divulgação da informação financeira

A análise dos dados recolhidos para cálculo do índice será analisada com o objetivo de dar resposta a algumas das questões de investigação colocadas na secção 3.2.

A média do índice de divulgação calculado conforme a fórmula (1) apresentada em 4.2.1 é de 60,37%¹⁷.

Começamos por analisar a informação recolhida para o índice que diz respeito à dimensão 1: Conteúdo da informação. Na tabela 3 apresentamos a média do índice de divulgação para a dimensão - Conteúdo da informação e para as subdimensões: Mapas previsionais; Mapas de execução orçamental e a Outras demonstrações financeiras. Na tabela 4 identificámos as autarquias com índices de divulgação de 0% e de 100%.

Na tabela 3, ao analisarmos a percentagem da dimensão 1: Conteúdo da informação podemos verificar que 176 autarquias divulgam informação financeira acima da média obtida para esta dimensão do índice de divulgação, o que equivale a 57,14% da nossa população. Das subdimensões apresentadas a que apresenta maior percentagem média de divulgação com 75,49% é a relativa à subdimensão mapas previsionais 2012 que representa 218 autarquias que divulgam acima dessa média, ou seja, 70,78% da população estudada. Isto pode acontecer dada a preocupação em divulgar mapas previsionais pertencentes ao subsistema da contabilidade orçamental. Isto poderá ser reflexo de um passado em que a prestação de contas se cingia à base de caixa ou à necessidade de divulgar os mapas previsionais como forma de sinalizar as opções do autarca em matéria de aplicação dos recursos. Esta preocupação é de certa forma corroborada quando verificamos que a média de divulgação dos mapas previsionais de 2009 a 2011 é de 71%, e que, 164 autarquias têm disponível no sítio da *internet* os referidos mapas, o que representa 53,25% da população.

¹⁷ Valor multiplicado por 100 de modo a obter uma percentagem.

A esta subdimensão segue-se a que respeita a outras demonstrações financeiras com uma divulgação média de 70,26% e só depois a subdimensão relativa aos mapas de execução orçamental com uma divulgação média de 55,9%.

Tabela 3 - Média da dimensão Conteúdo da informação e suas subdimensões

	Subdimensão				Dimensão 1:
	Mapas previsionais		Mapas de execução orçamental	Outras demonstrações financeiras	Conteúdo da informação
	2009 a 2011	2012			
Média em %	71,00	75,49	55,90	70,26	68,16
Número de autarquias					
Se > média	164	218	156	164	176
%	53,25	70,78	50,65	53,25	57,14
Se < média	144	90	152	144	132
%	46,75	29,22	49,35	46,75	44,86

A tabela 4 permite-nos verificar que 13 autarquias não divulgam nenhum dos itens da dimensão Conteúdo da informação e que apenas 52 autarquias divulgam nos seus sítios da *web* 100% dos itens considerados na dimensão Conteúdo da informação.

A mesma tabela permite-nos ainda concluir que 218 autarquias divulgam os dois documentos previsionais relativos a 2012, o que representa 70,78% da população. Podemos ainda verificar que 61 autarquias, cerca de 19,81%, não divulgam nenhum documento previsional de 2012.

Tabela 4 - Autarquias com índices de divulgação de 0% e de 100% na dimensão - Conteúdo da informação

	Subdimensão				Dimensão 1:
	Mapas previsionais		Mapas de execução orçamental	Outras demonstrações financeiras	Conteúdo da informação
	2009 a 2011	2012			
N.º de autarquias com % = 0	33	61	32	26	13
em %	10,71	19,81	10,39	8,44	4,20
N.º de autarquias com % = 100	155	218	65	118	52
em %	50,32	70,78	21,10	38,31	16,90

Na tabela 5 apresentamos informação sobre a subdimensão Informação separada/agregada da Dimensão 3: *Design*, usabilidade e acessibilidade do sítio. A análise da tabela permite-nos verificar que 158 autarquias divulgam a informação separadamente o que representa 51,30% da população. Denota-se que embora a informação se encontre divulgada de forma separada, em alguns casos, os nomes (termos) dos ficheiros não identificam claramente o documento que cada um divulga.

A informação divulgada nos sítios *web* é apresentada em ficheiro único por 126 autarquias, representando 40,91% da população. Tal situação dificulta a consulta específica dos documentos, uma vez que é necessário descarregar um ficheiro de grande dimensão (em alguns casos chega a atingir os 295Mb) para se efetuar essa consulta. Existe uma autarquia que divulga a informação do ano 2010 em 295 ficheiros (número de páginas do relatório de gestão).

Tabela 5 - Número de autarquias que divulga informação financeira separadamente ou agregada em apenas um ficheiro

Informação divulgada	N.º de autarquias	%
Separadamente	158	51,30
Agregada em apenas 1 ficheiro	126	40,91

Na tabela 6 apresentamos o número de autarquias por tipo de extensão do ficheiro em que é divulgada a informação financeira. Tal como podemos constatar, pela análise da tabela 6, apenas sete autarquias apresentam os ficheiros disponíveis para *download* em pasta comprimida, nomeadamente, em ficheiros ".rar" e ".zip", apenas três autarquias apresentam informação que pode ser consultada sem ser necessário descarregar o ficheiro, isto é, com possibilidade de visualizar a informação diretamente no sítio *web*. Somente uma autarquia apresenta a informação em ".html". As restantes autarquias divulgam a informação em ficheiros ".pdf", muitas vezes protegidos, ou documentos digitalizados, o que dificulta ou mesmo impede a extração e processamento de dados sem que sejam manuseados manualmente.

Tabela 6 - N.º de autarquias por tipo de extensão de ficheiro em que é divulgada a informação financeira

Extensão do ficheiro	N.º de autarquias	%
<i>Pdf</i>	284	92,21
<i>Rar</i>	3	0,97
<i>Zip</i>	4	1,30
<i>Html</i>	1	0,33
Visualizar <i>online</i>	3	0,97
Não divulgam qualquer informação	13	4,22

Face aos resultados obtidos, e que acabámos de descrever, constatamos que nem todas as autarquias divulgam nos seus sítios da *web* toda a informação financeira e que, para além disso também diverge, de autarquia para autarquia, o tipo de informação divulgada. Desta forma,

consideramos respondidas as questões de investigação 1 - “A informação financeira das autarquias locais está divulgada nos seus sítios *web*?” e 2 - “O tipo de informação financeira divulgada é o mesmo em todas as autarquias locais?”.

Os itens consultados referentes à tabela 7, serão utilizados para aferir se os autarcas têm a preocupação de divulgar a informação financeira completa e atempada.

Tabela 7 - Divulgação de informação completa, comparável e atempada

	Atempada/ oportuna	Mapas previsionais
Completa	Comparável	Orçamento do ano 2011 GOP (PPI+AMR) do ano 2011 Orçamento do ano 2010 GOP (PPI+AMR) do ano 2010 Orçamento do ano 2009 GOP (PPI+AMR) do ano 2009
		Mapas de execução orçamental
		Execução do orçamento do ano 2011 Execução das GOP do ano 2011 Contas de ordem do ano 2011 Operações de tesouraria do ano 2011 Execução do orçamento do ano 2010 Execução das GOP do ano 2010 Contas de ordem do ano 2010 Operações de tesouraria do ano 2010 Execução do orçamento do ano 2009 Execução das GOP do ano 2009 Contas de ordem do ano 2009 Operações de tesouraria do ano 2009
		Outras demonstrações financeiras
		Balanço do ano 2011 Demonstração dos resultados do ano 2011 Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2011 Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2011 Relatório de gestão do ano 2011 Balanço do ano 2010 Demonstração dos resultados do ano 2010 Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2010 Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2010 Relatório de gestão do ano 2010 Balanço do ano 2009 Demonstração dos resultados do ano 2009 Demonstração dos fluxos de caixa do ano 2009 Anexo ao balanço e demonstração dos resultados do ano 2009 Relatório de gestão do ano 2009

Consideramos que a informação divulgada é completa, quando as autarquias divulgam a totalidade da informação exigida pelo POCAL e pela Lei das Finanças Locais (conjunto de itens contemplado no índice de divulgação da informação utilizado) e consideramos ainda como

informação atempada, aquela que é prestada em tempo oportuno. Consideramos informação comparável quando as autarquias têm informação divulgada relativa aos 2 últimos anos (ponto de referência no nosso estudo - 2011).

O POCAL estabelece que os documentos previsionais a adotar por todas as autarquias locais são o Orçamento e as Grandes Opções do Plano. Assim, tendo em atenção o referido no parágrafo anterior, a informação previsional, no nosso entender, deverá ser divulgada no início do ano, uma vez que o POCAL refere *"as autarquias locais dão publicidade, até 30 dias após a apreciação e aprovação pelo órgão deliberativo"*. Os documentos previsionais devem ser aprovados, regra geral, na última sessão ordinária do órgão deliberativo do ano anterior àquele a que respeita, durante os meses de novembro ou dezembro, por forma a entrar em vigor a 1 de janeiro de cada ano, conforme a Lei n.º 169/99, de 18/09. Uma vez que a nossa consulta decorreu entre o dia 25 de junho e o dia 21 de julho de 2012, consideramos que a informação já devia estar divulgada nos respetivos sítio *web* de cada autarquia.

Tabela 8 - N.º de autarquias que divulga informação completa, comparável e atempada

Informação	N.º de autarquias	%
Completa	52	16,90
Comparável	55	17,86
Atempada/ oportuna	218	70,78

Da análise à tabela 8 referente à informação da dimensão 3 Características qualitativas da informação, e com base no que referimos anteriormente, verificámos que 55 autarquias divulgam informação comparável - 17,86% da população. Dessas, apenas 52 autarquias divulgam informação completa o que revela uma percentagem baixa, apenas 16,9% da população. A análise da tabela 5 permite ainda verificar que 218 autarquias divulgam os dois mapas previsionais referentes a 2012 - informação atempada, o que representa 70,78% da população.

Face ao exposto, verificamos que nem todos os autarcas têm preocupação por divulgar informação financeira completa, comparável e atempada. Desta forma, consideramos respondida a questão de investigação 3 - “ Os autarcas têm a preocupação de divulgar a informação financeira comparável, completa e atempada?”.

Quando iniciámos a consulta aos sítios *web* das autarquias, encontrámos grande dificuldade em descobrir a área onde se encontrava divulgada a informação financeira, uma vez que não existe uniformização do termo para identificar essa área nem uma área específica e claramente identificada para esse efeito.

Da análise ao sítio *web* das autarquias construímos a tabela 9 onde incluímos o número de autarquias que utiliza uma expressão comum para identificar a divulgação de informação financeira. Tal como podemos verificar através na tabela 9, a expressão utilizada pelas autarquias locais para a divulgação da informação financeira é muito díspar. Do total de autarquias, 39 utilizam a expressão "*documentos financeiros*", 29 utilizam a expressão "*prestação de contas*" e 28 usam a expressão "*informação financeira*", todas as outras autarquias utilizam expressões que, embora comuns a algumas delas, são em número mais reduzido. A expressão utilizada por algumas autarquias é tão dissemelhante como "*informação institucional*", "*documentação obrigatória*", "*governação municipal*", "*documentos diversos*" ou "*em destaque*", expressões que nada indiciam que contenham a informação financeira.

Tabela 9 - Termo onde se insere a informação financeira no sítio *web* atribuído por cada autarquia

Termo	N.º de autarquias	%
Documentos financeiros	39	12,66
Prestação de contas	29	9,42
Informação financeira	28	9,09
Documentos de gestão	18	5,84
Documentos	15	4,87
Gestão financeira	14	4,55
Informação económico - financeira	11	3,57
Finanças municipais	10	3,25

A análise acabada de efetuar permite-nos conferir que não existe nos sítios *web* uma área específica para a divulgação da informação financeira e que a expressão utilizada pelas autarquias é muito díspar verificando-se que o termo mais utilizado é "*documentos financeiros*" usado por apenas 39 autarquias, 12,66% da população. Pelo que acabamos de referir consideramos respondida a questão de investigação 4 - "Existe uma área específica para a divulgação da informação financeira, claramente identificada no sítio *web* das autarquias locais e um termo comum para identificar essa área?".

A tabela 10 resume o número de cliques necessários para aceder à informação financeira. Esta contagem é efetuada desde a página principal do sítio *web*, de cada autarquia até abrir o ficheiro que contém a informação financeira. Há que ressaltar o facto, de esta contagem ser efetuada depois de identificada a área e não os cliques efetuados na procura inicial, onde muitas vezes foi necessário recorrer ao mapa do sítio para se encontrar a informação financeira.

Tabela 10 - Número de cliques necessários para aceder à informação financeira

N.º de cliques	N.º de autarquias
1	3
2	37
3	118
4	90
5	35
6	10
7	1

Nota: A média do número de cliques é 3,51.

Verificamos que são necessários em média 3,51 cliques para abrir os ficheiros da informação financeira divulgada no sítio *web*. Entendemos razoável o facto, de que, para a grande maioria das autarquias (208) serem necessários 3 a 4 cliques, uma vez que essa maioria se encontra próxima do número médio de cliques.

Pelo que referimos, embora o número médio de cliques seja relativamente baixo, não é representativo do número efetivo de cliques necessário na busca da informação financeira, uma vez que não existe uma área específica e o termo utilizado é muito díspar. Por tal facto, consideramos que a informação não se encontra facilmente acessível ao utilizador comum, assim, vemos respondida a questão 5 - “A informação financeira encontra-se facilmente nos sítios das autarquias locais?”.

5.2. Resultados da regressão múltipla

Os resultados da análise à regressão múltipla são apresentados na tabela 11. Partindo do modelo base descrito na secção 4.3, considerámos na análise seis modelos, uma vez que tentámos aumentar o poder de explicação e a utilidade do modelo, adicionando variáveis explicativas.

Em qualquer um dos modelos o R^2 Ajustado é muito baixo o que indica uma reduzida robustez dos modelos, uma vez que este valor indica o grau de ajuste da regressão e quanto mais próximo de 1 melhor será o ajustamento. Não obstante, verificamos que a Estatística F se apresenta em todos os modelos estatisticamente significativa, apresentando um nível de significância¹⁸ estatística de 1% no modelo D, 5% nos modelos A, B, C e F e um nível de significância de 10% no modelo E.

¹⁸ O nível de significância indica a probabilidade de rejeitar a hipótese verdadeira.

Tabela 11 - Resultados dos modelos de regressão múltipla

Variáveis Independentes	Sinal esperado	Modelo A	Modelo B	Modelo C	Modelo D	Modelo E	Modelo F
		Coefficiente (<i>t</i> -statistic)	Coefficiente (<i>t</i> -statistic)	Coefficiente (<i>t</i> -statistic)	Coefficiente (<i>t</i> -statistic)	Coefficiente (<i>t</i> -statistic)	Coefficiente (<i>t</i> -statistic)
<i>Const</i>		0,6616070 (13,559570)***	1,0276790 (2,7859620)***	0,6234540 (11,135680)***	0,6855920 (10,970410)***	0,7633740 (2,1316420)**	0,9914160 (2,6860520)***
<i>Tam</i>	+	0,0000006 (2,3310240)**	0,0000006 (1,7783750)*	0,0000006 (2,4200660)**	0,0000005 (1,6572392)*	0,0000007 (2,2140700)**	0,0000006 (1,8519640)*
<i>CompPolit</i>	-	-0,0362380 (-1,6194330)	-0,0393880 (-1,7655960)*	-0,0383320 (-1,7116390)*	-0,0406270 (-1,8233090)*	-0,0386950 (-1,7240170)*	-0,0415850 (-1,8629510)*
<i>VisibWeb</i>	+			0,0002780 (1,3831180)	0,0002870 (1,4328840)	0,0002780 (1,3814690)	0,0002870 (1,4359420)
<i>LnMAtivo</i>			-0,0166360 (-0,8328400)			-0,0077910 (-0,3955890)	-0,0167640 (-0,8407210)
<i>RecMLiqHab</i>			-0,0000454 (2,2735930)**		-0,0000427 (-2,1840710)**		-0,0000460 (-2,3051340)**
R ² Ajustado		0,018440	0,0244840	0,0167870	0,0288320	0,0140510	0,0278910
Estadística F		3,1548800**	2,9263030**	2,7472210**	3,2785110***	2,0938220*	2,7616330**

Nota:

a) *** Nível de significância de 1%; ** Nível de significância de 5% e * Nível de significância de 10%.

Os resultados do modelo A onde testamos as variáveis *Tam* e *CompPolit*, permitem verificar que a variável *Tam* apresenta um nível de significância estatística de 5% e um sinal positivo, o que vai no sentido do que era esperado. Verificamos que se a este modelo adicionarmos as variáveis de controlo *LnMAtivo* e *RecMLiqHab* (modelo B), o nível de significância da variável estatística *Tam* passa a ser de 10%, mantendo-se o sinal positivo e a variável *CompPolit* apresenta-se estatisticamente significativa a um nível de 10% com um sinal negativo como também era esperado. Os resultados do modelo B indicam que a variável de controlo *RecMLiqHab*, tem um nível de significância estatística de 5%, apresentando um sinal negativo.

O modelo C, resulta de acrescentarmos ao modelo A a variável *VisibWeb*. Neste modelo a variável *Tam* apresenta o sinal positivo e um nível de significância de 5% e a variável *CompPolit* apresenta o sinal negativo e um nível de significância estatística de 10%.

Os modelos D, E e F, partem do modelo C, onde são incluídas as variáveis de controlo. Se ao modelo C introduzirmos a variável *RecMLiqHab* (modelo D), verificamos que os resultados indiciam um nível de significância estatística de 10% para as variáveis *Tam* e *CompPolit*, mantendo-se para ambas, respetivamente o sinal positivo e negativo. Além do descrito, a variável *RecMLiqHab*, apresenta, tal como no modelo B um nível de significância estatística de 5% e um

sinal negativo. Salienta-se o facto que neste modelo a Estatística F apresentar um nível de significância estatística de 1%.

Por outro lado se ao modelo C, acrescentarmos a variável *LnMAtivo* (modelo E) resulta um modelo onde os resultados indicam que o nível de significância estatística da variável *Tam* é de 5%, aumentando o nível de significância estatística relativamente ao modelo D e mantendo-se o sinal positivo, enquanto a variável *CompPolit* mantém o nível de significância estatística e o sinal.

Os resultados da estimação do modelo F, resultante da utilização de todas as variáveis independentes e da adição das duas variáveis de controlo, indicam que as variáveis *Tam* e *CompPolit* são estatisticamente significativas a 10%, mantendo os sinais, e a variável *RecMLiqHab* estatisticamente significativa a 5% apresentando igualmente sinal negativo.

Em termos gerais, os resultados da análise da regressão, indiciam que a variável *Tam* tem influência no índice de divulgação de informação, uma vez que esta variável é estatisticamente significativa em todos os modelos apresentados. O nível de significância estatística para a variável *Tam* é de 5% nos modelos A, C e E e de 10 % nos modelos B, D e F. A variável *CompPolit*, apenas é estatisticamente não significativa no modelo A, apresentando-se estatisticamente significativa em todos os restantes modelos, com um nível de significância de 10%. Anotamos também que a variável de controlo *RecMLiqHab* tem um nível de significância estatística de 5% e sinal negativo em todos os modelos em que foi incluída. Este facto indicia que o nível de receita das autarquias influencia negativamente o índice de divulgação da informação financeira através da *internet*.

Assim, face aos resultados obtidos, corroboramos a hipótese H_1 dado que em todos os modelos apresentados os resultados indiciam que a variável *Tam* está positivamente relacionada com o índice de divulgação de informação financeira efetuada através da *internet*, e a Estatística F apresenta nível de significância estatística.

Podemos concluir ainda que, à exceção do modelo A, os resultados obtidos permitem corroborar a hipótese H_2 . Para além da significância estatística, os resultados confirmam que a variável *CompPolit* apresenta o sinal esperado - sinal negativo. Assim, podemos afirmar que parece existir uma associação negativa entre a competição política e o índice de divulgação de informação financeira efetuada através da *internet*.

Quanto à variável *VisibWeb* em nenhum dos modelos ela se apresenta significativa, assim, não pode ser considerada um fator explicativo da divulgação de informação.

Embora não tivéssemos colocado a hipótese, face aos resultados obtidos para os modelos B, D e F, entendemos que a receita municipal por habitante é também um fator explicativo da divulgação da informação financeira através da *internet* e que tem sobre essa divulgação uma associação negativa. Nestes modelos é a variável que apresenta maior significância estatística. De alguma forma este resultado não é compreensível, porque o nível de receita por habitante é indicativo do nível de riqueza do município e podemos esperar que um município com maior riqueza tenha melhores condições para promover a qualidade da divulgação da informação através do seu sítio na *internet*.

De acordo com os resultados descritos, a resposta à questão 6 - “É possível identificar fatores que determinam o nível de divulgação de informação financeira dos sítios *web* das autarquias locais?” é a de que, é possível identificar o tamanho, a competição política e a receita municipal como fatores que influenciam o nível de divulgação.

Face aos resultados obtidos e descritos na secção 5.1, parece-nos que se torna moroso e difícil aos diversos utilizadores, encontrar no sítio *web* a informação financeira e, para além disso nem todas as autarquias divulgam nos seus sítios *web* a informação financeira exigida por lei. Julgamos que esta dificuldade pode limitar a capacidade de tais utilizadores avaliarem, onde e de que forma, foram aplicados os recursos públicos e, conseqüentemente, responsabilizar os autarcas pela forma como procederam à sua gestão. A dificuldade de obter a informação financeira através da *internet* pode ser considerada um fator que limita a transparência da gestão autárquica. Se considerarmos ainda que, o tamanho pode influenciar positivamente a divulgação da informação nos sítios *web* mas que a competição política e a receita municipal por habitante tendem a influenciar negativamente tal divulgação parece-nos que os autarcas ainda não estão muito sensíveis a utilizar os sítios *web* das autarquias locais para melhorar a *accountability*, respondendo assim à questão de investigação 7 - “Os autarcas utilizam os sítios *web* das autarquias locais para melhorar a *accountability*?”.

Capítulo 6 - Conclusões, limitações e desenvolvimentos futuros

6.1. Conclusões

Esta dissertação teve como objetivo principal responder ao problema identificado em 3.1, isto é, verificar qual o nível de divulgação da informação financeira via *internet* e quais os fatores que influenciam as autarquias locais, em Portugal, na divulgação da informação financeira via *internet*. Procurámos responder às questões de investigação e às hipóteses colocadas nos pontos 3.2 e 3.4, respetivamente.

O nosso universo de estudo foram as autarquias locais, mais concretamente os 308 municípios portugueses. Verificámos se a informação exigida pelo POCAL e pela Lei das Finanças Locais se encontrava divulgada nos seus sítios *web*, para tal, elaborámos um índice de divulgação de informação financeira de forma a medir o nível de divulgação.

O trabalho desenvolvido assentou nos pressupostos de várias teorias, designadamente, teoria da agência, teoria positiva da contabilidade, teoria da escolha pública e teoria da sinalização.

Face às conclusões retiradas da análise à regressão múltipla e aos modelos apresentados em 5.2, conseguimos corroborar a hipótese H_1 em todos os modelos apresentados. Quanto à H_2 apenas não é corroborada no modelo A. Podemos concluir ainda que não corroboramos a H_3 , uma vez que a variável *VisibWeb* não tem poder explicativo em nenhum dos referidos modelos.

Concluimos ainda que a receita municipal por habitante (considerada uma variável de controlo), influencia negativamente o índice de divulgação da informação financeira via *internet*.

Podemos concluir que faz sentido investigar sobre o problema identificado em 3.1, uma vez que constatamos que nem todas as autarquias divulgam nos seus sítios da *web* toda a informação financeira e que, para além disso também diverge, de autarquia para autarquia, o tipo de informação divulgada. Verificamos que nem todos os autarcas têm a preocupação de divulgar informação financeira atempada, comparável e completa. A análise aos sítios *web* permite-nos conferir que não existe uma área específica para a divulgação da informação financeira e que a expressão utilizada pelas autarquias é muito díspar.

Em face de todos os resultados obtidos, parece-nos que os autarcas ainda não estão muito sensíveis a utilizar os sítios *web* das autarquias locais para melhorar a *accountability*.

6.2. Limitações do estudo

Uma das dificuldades desta dissertação resultou do número de sítios *web* a consultar, uma vez que optamos por efetuar a consulta a todos os sítios dos municípios portugueses e dado o número de informações a verificar.

Na consulta encontrámos dificuldades em descobrir o sítio onde se encontrava inserida a informação financeira e em descarregar os documentos para confirmação dos dados em análise.

Todo o estudo empírico não é isento de limitações, o nosso não é exceção. Podemos encontrar limitações por omissão de variáveis, erros de medida da variável dependente, problemas de cálculo das variáveis independentes.

Reconhecemos que poderá ser uma das limitações do modelo, o facto de apenas considerarmos os dados relativos a 2009 e 2010 no cálculo das variáveis de controlo $LnMA_{tivo_i}$ e $RecMLiqHab_i$.

6.3. Desenvolvimentos futuros

Um possível trabalho futuro, poderá consistir em verificar não só se é divulgada informação obrigatória no sítio *web* de cada autarquia, mas também analisar a divulgação de informação voluntária.

Poderemos utilizar o mesmo modelo de análise, mas refinando a forma de cálculo das variáveis utilizadas ou utilizando outras variáveis.

Uma opção viável para outro possível trabalho a desenvolver poderá ser, verificar qual o impacto e da divulgação da informação financeira divulgada nos sítios *web*, na reeleição do autarca.

Referências bibliográficas

- Aguillo, I., Granadino, B., Ortega, J., e Prieto, J. (2006). Scientific research activity and communication measured with cybermetrics indicators. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 57; (No. 10), pp. 1296-1302. doi: 10.1002/asi.20433
- Álvarez, I., Domínguez, L., e Sánchez, I. (2010). Are determining factors of municipal E-government common to a worldwide municipal view? An intra-country comparison. *Government Information Quarterly*, Vol. 27; (No. 4), pp. 423-430. doi: 10.1016/j.giq.2009.12.011
- An, Y., Davey, H., e Eggleton, I. (2011). Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 12; (No. 4), pp. 571-585. doi: 10.1108/14691931111181733
- Björneborn, L., e Ingwersen, P. (2004). Toward a Basic Framework for Webometrics. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 55; (No. 14), pp. 1216-1227. doi: 10.1002/asi.20077
- Bravo, F., Abad, M., e Trombetta, M. (2010). Teorías y medidas de la divulgación de la información. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXXIX, pp. 393-415.
- Buchanan, J., e Tullock, G. (1962). *The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy* (Vol. 3). Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Caba, C., López, A., e Rodríguez, M. (2005). Citizens access to on-line governmental financial information: Practices in the European Union countries. *Government Information Quarterly*, Vol. 22, pp. 258-276.
- Carvalho, J., Fernandes, M., Camões, P., e Jorge, S. (2012). Anuário Financeiro dos Municípios Portugueses 2010. Lisboa, Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas.
- Fernandes, J. (2008). *Información financiera en soporte electrónico: un análisis de las empresas portuguesas*. Doctor, Universidad de Huelva, Helva.
- Ferreira, A. (2011). *Motivações do gestor e instrumentos contabilísticos utilizados na gestão dos resultados: o caso das autarquias locais*. Doutor em Contabilidade, Universidade de Aveiro.
- Gandía, J., e Archidona, M. (2008). Determinants of web site information by Spanish city councils. *Online Information Review*, Vol. 32; (No. 1), pp. 35-57. doi: 10.1108/14684520810865976
- García-Meca, E., e Martínez, I. (2004). Divulgación voluntaria de información empresarial: Índices de revelación. *Partida Doble*; (No. 157), pp. 66-77.
- García, A. (2000). Identificación de los usuarios de la información contable en la administración local mediante un enfoque de agencia. Acedido em 19 de janeiro 2012, http://econo.uniovi.es/c/document_library/get_file?p_l_id=31419&folderId=866897&name=DLFE-15153.pdf
- García, A., e García, J. (2008). Determinantes de la divulgación de información contable a través de Internet por parte de los gobiernos locales. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. XXXVII, pp. 63-84.
- GASB. (1987). Concepts Statement N° 1: Objectives of Financial Reporting. Acedido em 29 de fevereiro de 2012, http://www.seagov.org/concepts_statements/con_stmt_one.shtml

- Hermana, B., e Silfianti, W. (2011). Evaluating E-government Implementation by Local Government: Digital Divide in Internet Based Public Services in Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2; (january 2011), pp. 156-163.
- IFAC. (1991). Financial Reporting by National Governments; Acedido em 03 de março de 2012, <http://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/study-1-financial-report.PDF>
- Jensen, M., e Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, Vol. 3; (No. 4), pp. 305-360.
- Klinger, A. (2011). *Visibilidade Web de Universidades*. Grau Mestre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Klinger, A., Lima, J., e Oliveira, J. (2011). Visibilidade Web Baseada em Metabúscua. *Cadernos de Informática*, Vol. 6; (No. 1), pp. 71-76.
- Laakso, M., e Taagepera, R. (1979). "Effective" number of parties: A measure with application to West Europe. *Vol. 23*, pp. 3-27.
- Laswad, F., Fisher, R., e Oyelere, P. (2005). Determinants of voluntary Internet financial reporting by local government authorities. *Journal of Accounting and public Policy*, Vol. 24, pp. 101-121.
- Lourenço, R., Jorge, S., e Sá, P. (2010). Transparência nas Câmaras Municipais Portuguesas: informação divulgada nos sítios da Região Centro.
- Lourenço, R., Jorge, S., Sá, P., e Rolas, H. (2011a). Transparência financeira das Autarquias Locais: informação disponibilizada nos sítios web.
- Lourenço, R., Jorge, S., Sá, P., e Rolas, H. (2011b). Transparência financeira do Setor Empresarial Local: informação disponibilizada nos sítios web.
- Morales, F., Nascimento, R., e Calcagno, W. (2005). *Análisis comparado del reporting financiero vía internet medido en empresas cotizadas de Argentina, Brasil y Chile*. Paper presented at the XXI Encuentro Nacional de Escuelas y Facultades de Administración, Chillán-Chile.
- Morris, R. (1987). Signalling, Agency Theory and Accounting Policy Choice. *Accounting & Business Research*, Vol. 18; (No. 69), pp. 47-56.
- Pereira, P. (1997). A Teoria da Escolha Pública (*public choice*): uma abordagem neo-liberal? , Acedido em 01 de abril de 2012, <http://pascal.iseg.utl.pt/~ppereira/docs/analsoc6.pdf>
- Rio, J. (2010). *Modelo Automático de Qualidade para Sítios Web*. Grau Mestre, Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências e Tecnologia.
- Rodríguez, M., Caba, C., e López, A. (2007). E-Government and Public Financial Reporting. *The American Review of Public Administration*, Vol. 37; (No. 2), pp. 142-177. doi: 10.1177/0275074006293193
- Santos, L., e Amaral, L. (2005). A presença na Internet das juntas de freguesia portuguesas: Estudo comparativo entre 2002 e 2004. *Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação*.
- Santos, L., e Amaral, L. (2006). A presença na Internet das câmaras municipais portuguesas 2005. *Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação*.
- Santos, L., e Amaral, L. (2008a). Presença na Internet das Câmaras Municipais Portuguesas em 2007: Estudo sobre Local eGovernment em Portugal. *Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação*.

- Santos, L., e Amaral, L. (2008b). Presença na Internet das juntas de freguesia portuguesas em 2006 : Estudo sobre Local eGovernment em Portugal. *Gávea – Laboratório de Estudo e Desenvolvimento da Sociedade da Informação*.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87; (No. 3), pp. 355-374.
- Taagepera, R. (2002). Limiting Frames of Political Games: Logical Quantitative Models of Size, Growth and Distribution. *Center for the Study of Democracy*.
- Watson, A., Shrives, P., e Marston, C. (2002). Voluntary Disclosure of Accounting Ratios in the UK. *The British Accounting Review*, Vol. 34; (No. 4), pp. 289-313. doi: 10.1006/bare.2002.0213
- Watts, R., e Zimmerman, J. (1978). Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. *Accounting Review*, Vol. 53; (No. 1), pp. 112.
- Watts, R., e Zimmerman, J. (1990). Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review*, Vol. 65; (No. 1), pp. 131-156.
- Zimmerman, J. (1977). The Municipal Accounting Maze: An Analysis of Political Incentives. *Journal of Accounting Research*, Vol. 15, pp. 107-144.