



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Divulgação de Ativos Intangíveis

Caso de estudo de empresas tecnológicas

Bruna Isabel Rodrigues Pinto

Católica Porto Business School
2025



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Divulgação de Ativos Intangíveis

Caso de estudo de empresas tecnológicas

Trabalho Final na modalidade de Dissertação
apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Auditoria e Fiscalidade

por

Bruna Isabel Rodrigues Pinto

sob orientação de
Professora Doutora Maria Luísa Anacoreta

Católica Porto Business School
Abril 2025

Resumo

A rápida evolução tecnológica e a globalização transformaram significativamente o ambiente de negócios, destacando a importância dos ativos intangíveis nas organizações. Ativos intangíveis como capital intelectual, marcas, patentes e outros recursos não físicos são cruciais para a criação de valor e competitividade. Esta pesquisa tem como objetivo analisar as práticas de divulgação de ativos intangíveis nos relatórios anuais de grandes empresas de tecnologia, entendendo a origem dessas informações e sua relação com os modelos de negócios. O estudo adota uma metodologia qualitativa, analisando os relatórios anuais de empresas como Alphabet, Amazon, Samsung, Tencent, SAP e Accenture. Essas empresas foram escolhidas devido à importância crítica dos ativos intangíveis para as suas operações e competitividade. A estrutura da tese inclui uma revisão de literatura, metodologia, resultados e conclusão, fornecendo uma análise abrangente do tópico de ativos intangíveis e as suas implicações para as práticas de divulgação corporativa.

Palavras-chave: Ativos Intangíveis; Capital Intelectual; Modelo de Negócio; Práticas de Divulgação; Relatórios Anuais; Tecnologia.

Abstract

Rapid technological evolution and globalization have significantly transformed the business environment, highlighting the importance of intangible assets in organizations. Intangible assets such as intellectual capital, brands, patents and other non-physical resources are crucial for creating value and competitiveness. This research aims to analyze the disclosure practices of intangible assets in the annual reports of large technology companies, understanding the origin of this information and its relationship with business models. The study adopts a qualitative methodology, analyzing the annual reports of companies such as Alphabet, Amazon, Samsung, Tencent, SAP and Accenture. These companies were chosen because of the critical importance of intangible assets to their operations and competitiveness. The structure of the thesis includes a literature review, methodology, results and conclusion, providing a comprehensive analysis of the topic of intangible assets and their implications for corporate disclosure practices.

Keywords: Intangible Assets; Intellectual Capital; Business Model; Disclosure Practices; Annual Reports; Technology.

Índice

Resumo.....	iv
Abstract	vi
Índice	viii
Índice de Tabelas	xi
Introdução.....	13
Capítulo 1.....	15
Revisão da Literatura	15
1.1.1 Ativos Intangíveis.....	15
1.1.2. Divulgação de informação não financeira	17
1.2. Ativos Intangíveis e o Modelo de Negócio.....	19
Capítulo 2.....	21
Metodologia.....	21
2.1 Alphabet Inc.	23
2.1.1. Modelo de Negócio	24
2.1.2. Ativos Intangíveis.....	25
2.1.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	26
2.2. Amazon.....	27
2.2.1. Modelo de Negócio	28
2.2.2. Ativos Intangíveis.....	29
2.2.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	30
2.3. Samsung Eletronics Co. Ltd.	32
2.3.1. Modelo de Negócio	32
2.3.2. Ativos Intangíveis.....	33
2.3.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	35
2.4. Tencent	36
2.4.1. Modelo de Negócio	36
2.4.2. Ativos Intangíveis.....	38
2.4.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	39
2.5. SAP SE.....	40
2.5.1. Modelo de Negócios.....	41
2.5.2. Ativos Intangíveis.....	42
2.5.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	43
2.6. Accenture	44

2.6.1. Modelo de Negócios.....	45
2.6.2. Ativos Intangíveis.....	46
2.6.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis	47
Capítulo 3.....	49
Resultados.....	49
Capítulo 4.....	54
Conclusões.....	54
Bibliografia.....	57

Índice de Tabelas

Tabela 1- Empresas em análise	23
Tabela 2 - Índice do Relatório Anual da Alphabet.....	24
Tabela 3 - Índice do Relatório Anual da Amazon.....	28
Tabela 4 - Índice do Relatório Anual da Samsung.....	32
Tabela 5 - Índice do Relatório Anual da Tencent	36
Tabela 6 - Índice do Relatório Anual da SAP	40
Tabela 7 - Índice do Relatório Anual da Accenture	45
Tabela 8 - Distribuição de informação nos Relatórios Anuais	50

Introdução

A globalização e a rápida evolução tecnológica têm transformado significativamente o ambiente de negócios, destacando a importância dos ativos intangíveis nas organizações. Ativos como o capital intelectual, marcas, patentes e outros recursos intangíveis são fundamentais para a criação de valor e a competitividade das empresas.

A literatura sobre ativos intangíveis tem evoluído ao longo das décadas, passando de uma simples categorização, para uma análise aprofundada do seu impacto no desempenho organizacional. Estudos como os de Sveiby (1997) e Lev (2018) enfatizam a relevância desses ativos para a avaliação do valor real das empresas.

Esta pesquisa pretende analisar as práticas de divulgação de ativos intangíveis nos relatórios anuais de grandes empresas tecnológicas, compreendendo a origem dessas informações e como se relacionam com o modelo de negócio.

A metodologia adotada será qualitativa, com análise dos relatórios anuais de empresas como Alphabet, Amazon, Samsung, Tencent, SAP e Accenture. A escolha destas deve-se à importância dos ativos intangíveis para as suas operações e competitividade.

A estrutura da tese inclui a revisão da literatura, metodologia, resultados e conclusão, proporcionando uma análise abrangente sobre o tema dos ativos intangíveis e as suas implicações para as práticas de divulgação empresarial.

Capítulo 1

Revisão da Literatura

1.1.1 Ativos Intangíveis

Os ativos intangíveis (AI) têm sido discutidos desde a década de 60, com definições em constante mudança em face da industrialização e globalização. No final do século XX, o International Accounting Standards Board (IASB) emitiu a IAS 38 – “Ativos Intangíveis”, na qual um AI é definido como "um ativo não monetário identificável sem substância física". Embora essa definição só tenha surgido em 1998, Sveiby (1997) já enfatizava a importância desses ativos e explorava a necessidade das entidades organizacionais gerirem e medirem efetivamente esses ativos baseados no conhecimento. Além disso, Sveiby (1997) introduziu conceitos de capital intelectual (CI) e formas como as entidades organizacionais podem capitalizar o seu conhecimento para criar valor.

A pesquisa sobre AI revelou uma progressão significativa na compreensão e avaliação desses ao longo dos anos. Inicialmente, a literatura concentrou-se em definir e categorizar o que eram AI. No entanto, com o passar do tempo, a pesquisa explorou cada vez mais as suas implicações para o desempenho organizacional e competitividade. Os AI, que incluem CI, marcas, patentes e outros, têm sido fundamentais para a criação de valor nas empresas modernas, especialmente num ambiente de negócios impulsionado pela informação e inovação.

Um maior ênfase nos AI começou no início dos anos 2000, coincidindo com a crescente atenção de acadêmicos e profissionais. Guthrie & Petty (2000) realizaram uma revisão da literatura sobre CI, inferindo que medir e relatar esses ativos é primordial. De acordo com o estudo, a não visibilidade dos AI nas demonstrações financeiras (DF) tradicionais foi uma limitação para os

investidores apurarem o valor real da empresa. A manifestação de insatisfação com a relevância contínua das informações financeiras foi uma afirmação fundamental repetida por Lev (2018), que se concentrou na percepção da crescente importância da informação sobre intangíveis para avaliar o valor relativo da empresa. Além disso, os resultados da pesquisa de Haji & Ghazali (2018) mostram que a presença de AI está positivamente correlacionada com o desempenho da empresa, sugerindo que tais ativos não só contribuem para a competitividade, mas também para a sustentabilidade de longo prazo de uma organização.

A inovação e a competitividade são apoiadas na literatura por Greenhalgh & Rogers (2012) no seu estudo sobre como as marcas e outros AI influenciam o desempenho num mercado de serviços e produção, estabelecendo associações entre a inovação e a avaliação de IA. Num ambiente empresarial impulsionado pela mudança, a inovação tem sido um motor crítico da competitividade e do crescimento. Zéghal & Maaloul (2011) examinaram a literatura sobre o tratamento contabilístico dos intangíveis, identificando que é necessária uma abordagem mais coordenada em relação à divulgação consistente dessas informações devido à esmagadora falta de reconhecimento ou medições materiais consistentes, como argumentado no estudo de Serrano et al. (2003), que pediram o desenvolvimento de novos indicadores e a complementação do desempenho.

Destaca-se também a literatura sobre a melhoria do desempenho dos acionistas no mercado fornecida por Perwito et al. (2021), que identificaram que as empresas com intangíveis geridos de forma eficaz desfrutaram de melhor desempenho de mercado, reforçando o entendimento de que os intangíveis são vitais para a criação de valor. Isto é apoiado pela literatura que alega transparência ligada à comunicação do impacto intangível no desempenho do mercado (Vanderpal, 2019). Além disso, Lev et al. (2005) estavam convencidos de

que a incorporação de intangíveis nas práticas contabilísticas ajudaria os investidores e outras partes interessadas a avaliar melhor o valor do investimento e o potencial de crescimento das empresas.

O desenvolvimento da literatura indica uma mudança significativa nas prioridades empresariais, à medida que as organizações reconhecem a necessidade de gerir e relatar os intangíveis de forma eficaz. Kannan & Aulbur (2004) abordam como esse reconhecimento se tem sobreposto aos relatórios sobre o seu uso, nos quais foram elaborados modelos para integrar de forma mais eficaz os aspetos financeiros e não financeiros do desempenho. Finalmente, a literatura sobre intangíveis continua a expandir-se com novas pesquisas que analisam como a tecnologia, inovação e investimento estão interligados com os AI. Peters & Taylor (2017) exploraram a relação entre AI e investimento, observando que compreender e valorizar estes ativos era fundamental para empresas bem-sucedidas na economia moderna.

Concluindo, a literatura sobre AI evoluiu significativamente ao longo do tempo, desde um cenário de definição e categorização, para um cenário de análise de desempenho. O tema continua a ser relevante devido à crescente partilha de informação e conhecimento sobre a qual os negócios modernos se orientam.

1.1.2. Divulgação de informação não financeira

Para além de a vantagem competitiva poder alterar as decisões da empresa, uma informação vital a levar em consideração é de que maneira a empresa obtém esta (Beattie et al., 2004). Por mais de duas décadas, executivos de topo mantiveram a visão de que os gerentes e diretores das empresas tinham o dever principal de servir os acionistas. Hoje está claro que, quer para as empresas (Business Roundtable, 2019), quer para a investigação académica (Christensen et al., 2021), agora também inclui a satisfação de clientes,

funcionários, fornecedores e comunidades de apoio, prometendo-se um compromisso com todas as partes interessadas.

Desde a década de 1980, quando os relatórios financeiros eram predominantemente focados em dados financeiros, a literatura começou a expandir-se para incluir informações não financeiras, como aspetos sociais, ambientais e de governança (ESG), que são agora considerados cruciais para a avaliação do desempenho organizacional e da sustentabilidade a longo prazo (Checon, 2023).

Nos anos 1990, a discussão sobre a divulgação destas informações começou a ganhar força, impulsionada pela necessidade de atender às expectativas dos *stakeholders* e pela crescente pressão para que as empresas adotassem práticas mais transparentes. Começaram a ser exploradas as motivações para a divulgação voluntária de informações, destacando-se fatores como a reputação empresarial, a confiança dos investidores e a mitigação de riscos (Rover et al., 2012; Uhlmann et al., 2011).

A partir dos anos 2000, a literatura começou a concentrar-se mais na qualidade e na utilidade das informações divulgadas. Estudos como o de Santos et al. (2022) destacaram que as práticas de divulgação variam entre setores, refletindo as características únicas de cada indústria e a natureza dos AI envolvidos. Isso levou a um maior ênfase na necessidade de relatórios que não apenas cumpram requisitos regulatórios, mas que sejam também relevantes e úteis para os utilizadores das informações (Cunha et al., 2016; Serra & Lemos, 2020).

Atualmente, é acordado que valor das empresas não está representado adequadamente nos relatórios financeiros tradicionais, resultado da incapacidade de refletir corretamente o valor dos AI (Kristandl & Bontis, 2007; Arvidsson, 2011). Como tal, o que antes era comunicado por canais diferentes,

passa a ser integrado nos relatórios anuais, que eram maioritariamente compostos por dados resultantes de ativos tangíveis (K. Behn et al., 2019).

Resumidamente, a evolução da literatura sobre a divulgação de informações não financeira e relatórios anuais reflete uma mudança significativa na forma como as empresas abordam a transparência e a prestação de contas. O crescente ênfase na relevância, qualidade e integração da informação não financeira destaca a importância de uma comunicação eficaz para corresponder às expectativas dos *stakeholders* e promover a sustentabilidade a longo prazo.

1.2. Ativos Intangíveis e o Modelo de Negócio

A análise das divulgações de AI nos relatórios anuais revela que é um campo de estudo relativamente jovem e que se expandiu significativamente nos últimos anos.

A mudança de paradigma levou a uma reavaliação das formas como as empresas comunicam informação não financeira nos seus relatórios anuais, uma vez que as DF tradicionais desvalorizam os intangíveis. A partir daí, a literatura investigou a relação CI e MN, com muitos autores argumentando que o MN é a forma ideal de relatar os AI. Um modelo de negócio é uma representação gráfica de como a empresa opera e cria valor a partir de seus recursos, atividades e relacionamentos (Crovini et al., 2022). Essa abordagem não só torna mais fácil para os *stakeholders* compreenderem o papel dos intangíveis na criação de valor, mas também reduz a assimetria de informações entre empresas e investidores, o que é uma preocupação chave para a contabilidade e divulgação financeira.

À medida que regulamentos como o NFRD (Non-Financial Reporting Directive) – que solicita que as grandes empresas relatem informações não financeiras – são aprovados, a pressão sobre as empresas para incorporar AI nos seus relatórios anuais aumentou substancialmente. Existem vários incentivos por trás disso, sendo um deles tornar as empresas mais transparentes e responsáveis.

A integração desta informação é vista como uma oportunidade para encorajar a comunicação coesa e informada de esclarecimentos que satisfaçam as expectativas dos investidores e outros *stakeholders*.

Muitas empresas optam por comunicar voluntariamente as informações sobre os AI, o que resulta numa variação considerável na qualidade e quantidade de relatórios. Esta situação é problemática porque a mera descrição de um AI não proporciona aos utilizadores da informação uma compreensão clara da sua função na cadeia de criação de valor. Assim, torna-se visível a necessidade de um *framework* robusto de relato de AI, com o MN sendo frequentemente apontado como uma solução viável.

Vários autores argumentam que uma compreensão mais ampla dos tipos de risco e as suas implicações é crucial para garantir que as divulgações sejam úteis e informativas. Este argumento é particularmente aplicável ao relato de AI, onde os riscos associados à perda de CI, como a saída voluntária de funcionários-chave, podem ter um impacto significativo no desempenho da empresa.

Estudos anteriores demonstraram que empresas que operam em setores intensivos em intangíveis tendem a divulgar mais informações sobre AI, refletindo a importância desses ativos para a sua avaliação de mercado. Essa tendência é apoiada por evidências de que a divulgação de AI pode influenciar positivamente a perceção dos investidores sobre o risco e o valor da empresa.

Finalmente, a discussão sobre a integração de informações financeiras e não financeiras é crítica para o futuro do relato de ativos tangíveis. A proposta de uma comunicação que integre AI com outras informações relevantes é apoiada por várias organizações profissionais, incluindo o International Integrated Reporting Council (IIRC). Esta estratégia não só proporciona uma melhor qualidade e uma divulgação mais consistente, como também alinha as expectativas dos investidores com as operações das empresas.

Capítulo 2

Metodologia

Demonstrar como as empresas utilizam os seus AI para gerar fluxos de caixa é considerada informação útil e relevante para os *stakeholders*, na medida em que lhes fornece informações sobre a capacidade de inovação, a reputação da marca e o CI da empresa. Além disso, esta informação é valiosa para investidores e analistas financeiros, dado que os AI representam muitas vezes uma parte significativa do valor total das empresas modernas.

Assim, torna-se relevante analisar se as empresas, ao reconhecerem valor na divulgação de informação sobre intangíveis, se encontram a divulgar informações sobre a sua ligação ao modelo de negócio e, sendo assim, de que forma o fazem e onde. Partindo do princípio de que a divulgação sobre como os intangíveis se interligam com o modelo de negócios da entidade é útil para diferentes *stakeholders*, é razoável estimar que as empresas que assentam o seu modelo de negócios em intangíveis já o estão a divulgar, ainda que o seu ambiente legal não o exija. Considera-se assim relevante abordar como as empresas, não necessariamente europeias, mas nitidamente assentes em intangíveis, divulgam estas questões.

A metodologia deste estudo será elaborada com base nos requisitos de um estudo qualitativo. Esse tipo de abordagem é permitido pela natureza do fenómeno, que não é limitado à análise financeira, mas que depende de uma análise dos relatórios e da comunicação das empresas. A abordagem possui uma vantagem adicional na medida em que entra em contato com as razões, perceções e contexto em que a divulgação ocorre, e que seriam perdidos se uma abordagem quantitativa fosse escolhida. Desta maneira, esta abordagem é adequada, na

medida em que permite uma exploração adaptada às complexidades associadas à divulgação sobre intangíveis.

Assim sendo, os objetivos deste estudo são analisar:

- Se as empresas sentem efetivamente vontade de divulgar informação relativa a AI voluntariamente;
- Quando optam por divulgar informação sobre AI, onde é que tal informação aparece (Anexo/Notas às DF e/ou Relatório de Gestão)
- De que forma a empresa divulga se o relato de AI se relaciona com o MN adotado e partilhado pela empresa;

A amostra a analisar é composta por grandes empresas de tecnologia de diferentes regiões geográficas: América do Norte, Europa e Ásia. Esta amostra permite uma comparação de práticas de divulgação de diferentes países com diferentes quadros regulamentares e culturais.

Existem várias razões para a escolha de empresas de tecnologia. Estas empresas apresentam uma grande dependência em relação a AI, todos de importância crítica para a competitividade e a inovação. Uma vez que estas empresas se caracterizam por ser muito inovadoras em produtos e/ou serviços, é expectável que também sejam na forma como relatam essas inovações e os seus próprios negócios aos *stakeholders*. Por outro lado, por terem o seu modelo de negócio muito assente na exploração de intangíveis, as empresas de tecnologia têm motivações para ser cautelosas na forma como divulgam informações sensíveis, dado o receio de serem “copiadas” pelos seus concorrentes. Adicionalmente, ao serem grandes empresas, são mais visíveis e têm mais recursos, o que significa que podem implementar práticas de relatórios robustas. Torna-se claro que as empresas de tecnologia são de interesse para a comunidade académica, bem como para os profissionais.

Concluindo, pode-se dizer que a escolha de grandes *players* no setor de tecnologia para avaliação dos relatórios anuais e da divulgação dos AI é justificada pelo seu papel fundamental no mundo dos negócios de hoje, pelas práticas que poderiam afetar o mercado e pelo aumento da importância dos AI no valor das empresas.

Desta forma, as empresas escolhidas são as seguintes:

Empresa	País
Alphabet	Estados Unidos da América
Amazon	Estados Unidos da América
Samsung Electronics Co. Ltd.	Coreia do Sul
Tencent	China
SAP SE	Alemanha
Accenture	Irlanda

Tabela 1- Empresas em análise

2.1 Alphabet Inc.

A Alphabet Inc. é uma multinacional americana fundada em 2015 como a holding que controla a Google e outras subsidiárias. Com sede na Califórnia, a Alphabet é uma das maiores empresas de tecnologia do mundo, destacando-se na inovação, publicidade digital e inteligência artificial.

O Relatório Anual da Alphabet (Alphabet, 2024) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Parte 1	Negócio
	Propriedades
	Procedimentos Legais
	Divulgações de Segurança de Minas
Parte 2	Mercado de Ações Ordinárias, Assuntos Relacionados a Acionistas e Compras de Títulos de Capital do Emissor
	Discussão da Gestão e Análise Financeira
	Demonstrações Financeiras
	Mudanças na Contabilidade e Demonstrações Financeiras
Parte 3	Diretores e Governança
	Compensação Executiva
	Propriedade da Segurança
	Relações e Transações Relacionadas
	Principais Despesas de Contabilidade
Parte 4	Exposições, Cronogramas de Demonstrações Financeiras
	Formulário 10K

Tabela 2 - Índice do Relatório Anual da Alphabet

2.1.1. Modelo de Negócio

O modelo de negócios da empresa é centrado em torno das suas principais áreas de operação, que incluem Google Services, Google Cloud e outros negócios conhecidos como Other Bets.

- Google Services: Esta é a maior parte do negócio e abrange produtos como o Google Search, YouTube, Google Play e a monetização através de anúncios. A empresa beneficia da crescente evolução do mundo online, à medida que o comportamento dos utilizadores e a publicidade continuam a deslocar-se para o ambiente digital.

- Google Cloud: Este oferece serviços de computação em *cloud* para empresas e instituições, ajudando-as a adotar tecnologias avançadas, como inteligência artificial. Esta área está em crescimento e é vista como uma oportunidade futura significativa.

- Other Bets: Inclui negócios não relacionados diretamente à Google, mas que têm potencial de crescimento, como a Waymo (veículos autónomos) e outras iniciativas experimentais.

- Receitas Diversificadas: Além da receita publicitária, a empresa procura aumentar as receitas provenientes de assinaturas e outros serviços, diversificando a sua base de rendimento e minimizando a dependência de publicidade.

- Inovação e Tecnologia: A empresa investe em pesquisa e desenvolvimento (R&D) para melhorar os seus produtos e criar soluções que respondam às necessidades dos utilizadores de maneira eficiente e intuitiva.

Esta abordagem multifacetada permite à empresa adaptar-se a mudanças no mercado e a novas tecnologias, mantendo um crescimento sustentável.

2.1.2. Ativos Intangíveis

Os AI mencionados no relatório, na secção de Riscos e nas Notas, incluem o goodwill e este é o valor que resulta da diferença entre o preço de aquisição de uma empresa e o justo valor dos ativos identificáveis e passivos assumidos no momento da aquisição. Além disso, nas secções Negócio, Riscos e Notas, também são referidas as marcas e nomes comerciais, especificamente o valor associado a marcas reconhecidas que a empresa usa para operar e vender os seus produtos e serviços.

Os investimentos em R&D, identificados nas secções anteriores, que geram novas tecnologias ou aprimoramentos nos produtos, embora possam não ser contabilizados como intangíveis em todos os casos, são frequentemente considerados AI em determinados diagnósticos.

Conforme mencionado nas Notas, houve mudanças relacionadas aos AI, especificamente no que diz respeito à análise do goodwill e ajustes noutros AI. Os ajustes são resultados de alterações nas estimativas contabilísticas que resultaram na redução da depreciação de \$ 3.9 mil milhões (cerca de 3,5 mil milhões de euros) e um aumento do resultado líquido em \$ 3 mil milhões (cerca de 2,7 mil milhões). A empresa realiza testes de imparidade periódicos ao goodwill alocado às unidades de negócio. Isto é feito para garantir que o valor contabilístico do goodwill não exceda o justo valor e, caso esteja em risco de imparidade, a empresa deve registar uma perda. Além disso, como referido nas Notas, em janeiro de 2023 a empresa realizou uma avaliação das vidas úteis de servidores e equipamentos, resultando numa alteração na estimativa da vida útil desses ativos para seis anos. Essa mudança pode impactar a depreciação dos ativos, afetando o valor contabilizado.

2.1.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

A relação entre AI e o MN é observado no relatório pois os AI influenciam diretamente a competitividade, a proposta de valor e a sustentabilidade do modelo. Os AI descritos nas secções de Negócio, Riscos e Notas proporcionam uma vantagem competitiva significativa. Por exemplo, uma marca reconhecida atrai mais clientes e permite à empresa cobrar preços premium, enquanto as patentes impedem a concorrência ao proteger as inovações.

O investimento em AI, como R&D, é essencial para a inovação. Isso permite que a empresa se mantenha relevante e responda às mudanças nas preferências do consumidor, essencial para a sustentabilidade do MN no longo prazo, tal como dito na secção dos riscos.

AI, como o know-how e reputação, contribuem para o valor reconhecido pelos clientes. Este valor impulsiona a lealdade do cliente e reduz a sensibilidade

ao preço, impactando diretamente a lucratividade. Além disso, a empresa cria receitas através do licenciamento das suas patentes e marcas, diversificando as suas fontes de receita. Isto é uma componente estratégica do modelo de negócios que melhora a rentabilidade.

Em resumo, os AI são componentes cruciais que sustentam e potencializam o MN da empresa, influenciando a sua capacidade de criar valor, de inovar e de se diferenciar no mercado, o que é essencial para o sucesso no ambiente de negócios competitivo em que se insere.

2.2. Amazon

A Amazon é uma multinacional americana fundada em 1994, inicialmente como uma livraria online. Ao longo dos anos, expandiu-se e tornou-se uma das maiores empresas de comércio eletrónico, computação em *cloud* e inteligência artificial do mundo. Com sede em Washington, a Amazon é conhecida pela sua vasta gama de produtos, o serviço de assinatura Amazon Prime, a assistente virtual Alexa e a plataforma de computação em *cloud* Amazon Web Services (AWS).

O Relatório Anual da Amazon (Amazon, 2024) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Parte 1	Negócio
	Propriedades
	Procedimentos Legais
	Divulgações de Segurança de Minas

Parte 2	Mercado de Ações Ordinárias, Assuntos Relacionados a Acionistas e Compras de Títulos de Capital do Emissor
	Discussão da Gestão e Análise Financeira
	Demonstrações Financeiras
	Mudanças na Contabilidade e Demonstrações Financeiras
Parte 3	Diretores e Governança Corporativa
	Compensação Executiva
	Propriedade da Segurança
	Relações e Transações Relacionadas
	Principais Despesas de Contabilidade
Parte 4	Exposições, Cronogramas de Demonstrações Financeiras
	Formulário 10K

Tabela 3 - Índice do Relatório Anual da Amazon

2.2.1. Modelo de Negócio

O MN da Amazon é multifacetado e abrange diversas áreas, o que permite à empresa gerar receita através de várias fontes. Os principais componentes do modelo da Amazon são os seguintes:

- Vendas de Produtos e Serviços: A Amazon vende tanto produtos físicos quanto serviços digitais. As vendas de produtos incluem itens vendidos diretamente pela Amazon e aqueles vendidos por terceiros através da sua plataforma. As vendas de serviços incluem taxas de vendedores, serviços de publicidade, assinaturas da Amazon Prime e taxas de serviços da AWS.

- Marketplace para Vendedores: A Amazon oferece uma plataforma para vendedores terceiros, permitindo que eles vendam os seus produtos. A empresa ganha comissões e taxas sobre as vendas realizadas, além de fornecer serviços de logística e entrega para esses vendedores.

- AWS: Este é um dos segmentos de maior crescimento, oferecendo uma gama ampla de serviços de tecnologia em *cloud*, como computação, armazenamento e análise de dados. A AWS auxilia empresas de todos os tipos, representando uma fonte significativa de receita para a empresa.

- Produtos Digitais e Assinaturas: A Amazon também gera receita através da venda de serviços de streaming, produtos digitais e assinaturas da Amazon Prime, que fornecem uma variedade de benefícios, como o envio rápido e acesso a conteúdo exclusivo.

- Foco no Cliente: O modelo de negócio da Amazon é fortemente orientado para o cliente, enfatizando a seleção ampla de produtos, preços competitivos e conveniência, o que ajuda a fidelizar os consumidores e a aumentar as vendas repetidas.

- Inovação e Investimento a Longo Prazo: A Amazon investe continuamente em novas tecnologias, infraestruturas e na experiência do cliente, o que permite à empresa adaptar-se rapidamente a um ambiente competitivo em constante mudança.

Assim, o MN da Amazon centra-se na criação de uma experiência integrada e centrada no cliente, diversificando as suas fontes de receita e investindo na inovação e expansão de mercado.

2.2.2. Ativos Intangíveis

Os AI da Amazon são mencionados na secção dos Riscos, mas descritos na secção das Notas. O goodwill representa a quantia paga em aquisições que excede o justo valor dos ativos identificáveis adquiridos. O goodwill reflete a reputação da marca, a base de clientes e outros fatores que contribuem para a posição competitiva da empresa. Nestas secções também são referidas as marcas registadas e direitos autorais, visto que é a propriedade intelectual relacionada à marca da Amazon e ao conteúdo digital que ela oferece, como livros, músicas e vídeos.

Invenções e inovações tecnológicas, descritas na secção Negócio, são protegidas legalmente através de patentes, garantindo a exclusividade na sua

exploração. A Amazon também detém nomes de domínio, *software* e outras tecnologias que são fundamentais para as operações e serviços, tal como descritos nas secções Negócio e Riscos.

Nos seus AI também são incluídos a infraestrutura tecnológica, os algoritmos que alimentam a AWS e os serviços de e-commerce da Amazon. Esses ativos são valorizados pelo seu potencial para gerar receitas futuras.

A avaliação destes ativos é monitorizada anualmente através de testes de imparidade, procurando garantir que o seu valor contabilístico não exceda o seu justo valor.

As Notas referem que a Amazon realiza anualmente testes de imparidade para avaliar o goodwill e os AI de vida indefinida. No teste realizado dia 1 de abril de 2023, não foram identificadas perdas por imparidade, e o justo valor das suas unidades de reporte superou significativamente o valor contabilístico. Além disso, também indicado nas Notas, a Amazon completou um estudo sobre a vida útil dos seus servidores, decidindo aumentar a vida útil de cinco para seis anos a partir de janeiro de 2024. Essa mudança prevê impactar positivamente o resultado operacional em aproximadamente \$ 3,1 mil milhões (cerca de 2,9 mil milhões de euros) em 2024, refletindo uma alteração na estimativa contabilística que afeta a depreciação dos AI. Durante 2023, a Amazon também registou alterações nos intangíveis adquiridos. Os AI brutos aumentaram de \$ 2.407 milhões (cerca de 2.190 milhões) em 2022 para \$ 2.643 milhões (cerca de 2.405 milhões) em 2023, enquanto a amortização acumulada também aumentou, refletindo o processo normal de amortização dos ativos.

2.2.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

A empresa reconhece no seu relatório, especificamente na Discussão da Gestão, que os AI desempenham um papel fundamental no MN, contribuindo para a sua competitividade e estratégias de mercado de várias maneiras.

Os AI, como a marca da Amazon, patentes e tecnologia proprietária, ajudam a diferenciar a empresa dos seus concorrentes. Uma forte proteção da propriedade intelectual e marca permitem que ofereça produtos e serviços de maneira única, aumentando a sua atratividade para os consumidores.

A Amazon divulga fora das Notas que investe significativamente em ativos tecnológicos, como algoritmos de inteligência artificial e infraestrutura em *cloud*. Esses AI melhoram não apenas a eficiência operacional, mas também permitem à empresa inovar os seus serviços e expandir as suas ofertas.

Além disso, o valor associado à base de clientes referido nas Notas é um AI crucial. A empresa utiliza os dados e análises para personalizar as experiências de compra e marketing, o que gera lealdade e repetição de compras. Esses esforços em criar uma experiência superior adicionam valor ao negócio e ao relacionamento com o cliente.

A aquisição de direitos de conteúdo e os acordos de licenciamento também são essenciais, particularmente nos serviços de streaming do Prime Video e Amazon Music, tal como indicado nas Notas. Estes AI são vitais para a estratégia de oferta de conteúdo, atraindo novos assinantes e mantendo a relevância no mercado.

Finalmente, a capacidade da Amazon de avaliar e ajustar os seus AI, como a vida útil dos ativos e as práticas de amortização, reflete a agilidade da empresa em responder a mudanças no mercado. Isso permite que a Amazon mantenha a sua posição de liderança e continue a crescer em novas áreas de negócios.

Em suma, os AI são uma parte central do modelo de negócios da Amazon, proporcionando uma base para inovação, lealdade do cliente e eficiência

operacional, que são essenciais para o sucesso contínuo da empresa no cenário competitivo de e-commerce e tecnologia.

2.3. Samsung Eletronics Co. Ltd.

A Samsung Electronics Co., Ltd. é uma multinacional sul-coreana e uma das maiores empresas de tecnologia do mundo. Fundada em 1969 e com sede na Coreia do Sul, a Samsung é líder na fabricação de smartphones, televisores, semicondutores, eletrodomésticos e displays digitais. A empresa desenvolve tecnologias avançadas como processadores, chips de memória e dispositivos móveis da linha Galaxy. Além disso, é uma das principais concorrentes no mercado de inteligência artificial, desempenhando um papel fundamental na indústria global da tecnologia.

O Relatório Anual da Samsung (Samsung Eletronics Co., 2025) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Demonstração Consolidada da Posição Financeira
Demonstração Consolidada de Resultados
Demonstração Consolidada do Resultado Integral
Demonstração Consolidada das Variações do Capital Próprio
Demonstração Consolidada dos Fluxos de Caixa
Notas às Demonstrações Financeiras Consolidadas

Tabela 4 - Índice do Relatório Anual da Samsung

2.3.1. Modelo de Negócio

O modelo de negócio da Samsung pode ser descrito através das seguintes divisões e áreas de operação:

- Divisão de Dispositivos (DX - Device eXperience): Esta divisão inclui a fabricação e venda de produtos eletrônicos de consumo.

- Divisão de Soluções (DS - Device Solutions): Esta área abrange a fabricação de componentes eletrônicos, incluindo memórias, semicondutores e circuitos integrados.

- Divisão de Displays (SDC - Samsung Display Company): Envolve a produção de painéis de LCD e OLED, utilizados numa variedade de dispositivos, incluindo smartphones, TVs e monitores.

- Divisão Harman: Esta divisão foca-se em soluções de áudio e conectividade para automóveis, produtos de áudio e visuais, e soluções de automação empresarial.

A Samsung investe fortemente em R&D para sustentar a inovação e melhorar os seus produtos e serviços, tendo uma abordagem diversificada que abrange a fabricação e venda de produtos até a serviços de gestão e investimento em tecnologia.

Estas divisões permitem que a Samsung opere de forma integrada, garantindo que a sua vasta gama de produtos e serviços se complemente e responda a uma variedade de mercados globais, mantendo-se competitiva e inovadora no setor da tecnologia.

2.3.2. Ativos Intangíveis

Os AI da Samsung, referidos na secção Notas, incluem os direitos de propriedade intelectual e isto abrange patentes, marcas registadas e direitos de autor detidos pela empresa, permitindo-a proteger as suas inovações. Também incluem custos de desenvolvimento, os quais se referem aos gastos relacionados com o desenvolvimento interno de novos produtos e tecnologias, que são capitalizados como AI. Outro intangível reconhecido nas Notas refere-se à

categoria de *membership* (membros) que representa os direitos associados a associações ou organizações às quais a empresa aderiu, que são considerados intangíveis sem vida útil definida e, portanto, não são amortizados. O valor referente aos direitos de *membership* aumentou de 256.859 milhões de won coreanos em 2023 (cerca de 162 milhões de euros), para 272.898 milhões de won coreanos em 2024 (cerca de 172 milhões de euros).

Os intangíveis apresentados nas Notas incluem ainda o goodwill enquanto valor adicional pago numa aquisição sobre o justo valor dos ativos líquidos identificáveis de uma subsidiária, refletindo o potencial de gerar de lucros futuros. Tanto o goodwill como os AI de vida útil indefinida são sujeitos a testes de imparidade anuais. Residualmente, a empresa apresenta outros AI que incluem ativos que não se enquadram nas categorias anteriores, mas que também possuem valor económico e são considerados intangíveis.

Houve algumas alterações nos AI entre os anos fiscais, apresentadas na secção referida anteriormente. Primeiramente, os direitos de propriedade intelectual aumentaram de 4.278.750 milhões de won coreanos (cerca de 2.695 milhões de euros) em 2023 para 4.424.566 milhões de won coreanos (cerca de 2.787 milhões de euros) em 2024. Isso indica um aumento nos ativos relacionados à propriedade intelectual. O goodwill também apresentou um aumento, subindo de 6.457.619 milhões de won coreanos (cerca de 4.068 milhões de euros) em 2023 para 7.168.541 milhões de won coreanos (cerca de 4.515 milhões de euros) em 2024. Este aumento reflete a continuidade da empresa na aquisição de outras entidades, gerando mais goodwill nas suas aquisições.

A análise às rubricas de intangíveis da Samsung permite concluir que a empresa está a investir nas suas capacidades de inovação e a ampliar o seu portfólio de AI, considerando esta atividade essencial para sustentar o seu crescimento no setor competitivo da tecnologia.

2.3.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

A relação entre o MN da Samsung e os seus AI é fundamental e esta relação está presente ao longo de todas as Notas Anexas, que constituem a maioria do relatório.

A Samsung investe significativamente em R&D para criar produtos e tecnologias. Os direitos de propriedade intelectual, como patentes e marcas registadas, são um reflexo direto desse investimento, permitindo que a empresa proteja as suas inovações e mantenha uma vantagem competitiva no mercado. Isso está alinhado com um modelo de negócio focado na inovação contínua e liderança tecnológica.

De seguida, o goodwill, que surge de aquisições estratégicas, representa os benefícios que a empresa espera obter dessas aquisições, como acesso a novos mercados e competências. Isso reflete um modelo que procura expandir as suas operações e capacidades através da compra de empresas que complementam ou fortalecem a sua posição no mercado.

Os ativos relacionados ao desenvolvimento de novos produtos, como os custos capitalizados em pesquisa, são essenciais para um MN que se baseia na constante introdução de inovações. Esses ativos permitem à empresa lançar novos produtos que respondam às necessidades dos consumidores e se adaptem rapidamente às mudanças no mercado. Adicionalmente, a consolidação de uma marca forte contribui para a diferenciação da Samsung no mercado, aumentando a sua competitividade e lucratividade a longo prazo.

Por fim, a avaliação contínua dos intangíveis reflete a capacidade de adaptar o seu MN com base em resultados financeiros, de modo a projetar mais rentabilidade e crescimento futuro.

2.4. Tencent

A Tencent é uma multinacional chinesa de tecnologia fundada em 1998 e uma das maiores empresas do mundo nos setores de jogos eletrônicos, redes sociais, inteligência artificial e serviços em *cloud*. A Tencent é dona do WeChat e da plataforma de mensagens QQ. Além disso, a empresa atua em streaming, *FinTechs* e tecnologia para empresas, consolidando-se como um gigante da inovação digital.

O Relatório Anual da Tencent (Tencent, 2024) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Informação Corporativa
Resumo Financeiro
Declaração do Presidente
Discussão e Análise da Gestão
Relatório dos Diretores
Relatório de Governo Societário
Relatório do Auditor Independente
Demonstração de Resultados Consolidada
Demonstração Consolidada do Resultado Integral
Demonstração Consolidada da Situação Financeira
Demonstração Consolidada das Variações do Capital Próprio
Demonstração Consolidada dos Fluxos de Caixa
Notas às Demonstrações Financeiras Consolidadas

Tabela 5 - Índice do Relatório Anual da Tencent

2.4.1. Modelo de Negócio

O modelo de negócio da Tencent é diversificado e baseado em várias linhas de produtos e serviços, incluindo:

- Jogos Online: A Tencent é uma das maiores empresas de jogos do mundo, com uma forte presença em jogos para dispositivos móveis e PC. A empresa desenvolve e publica uma variedade de jogos, incluindo títulos populares que geram receitas significativas.

- Conteúdo Digital: A Tencent opera várias plataformas de streaming, incluindo a Tencent Video e a Tencent Music Entertainment, que lideram o mercado de vídeo e música na China, respetivamente, com milhões de assinantes.

- Serviços de Mensagens: WeChat e QQ são dois dos serviços de mensagens mais populares da Tencent. O WeChat, em particular, combina mensagens instantâneas, redes sociais e e-commerce, servindo como uma plataforma multifuncional que aumenta o envolvimento do utilizador.

- Publicidade Digital: A empresa investe em tecnologia de publicidade alimentada por inteligência artificial, melhorando a precisão de segmentação e, conseqüentemente, a receita publicitária.

- Serviços de Pagamento e Finanças: A Tencent utiliza soluções de pagamento, como WeChat Pay, que facilita transações, ambas virtuais e físicas. Em 2023, a empresa fortaleceu as suas capacidades de conformidade de pagamentos e ferramentas de transação baseadas em Mini Programas.

- Inovação em Inteligência Artificial: A Tencent lançou o modelo de inteligência artificial proprietário, Tencent Hunyuan, avançando para um modelo com mais parâmetros, o que demonstra o seu compromisso com a inovação tecnológica e o uso de inteligência artificial nas suas operações e serviços.

- Responsabilidade Social e Sustentabilidade: A empresa também se foca em questões ESG, gerindo os riscos relacionados a esses aspetos nas suas operações, o que é cada vez mais relevante para os investidores.

Assim, o modelo de negócio da Tencent é construído sobre uma rede interconectada de serviços digitais que atendem tanto a consumidores quanto a empresas, possibilitando um ecossistema rico em oportunidades de monetização.

2.4.2. Ativos Intangíveis

Os principais tipos de AI apresentados no relatório, especificamente nas Notas, incluem o goodwill que deriva de aquisições de subsidiárias e representa o valor adicional pago acima do justo valor dos ativos líquidos identificáveis adquiridos. O goodwill é testado anualmente quanto a perdas de imparidade.

Dentro dos AI são também incluídas as licenças de jogos, conteúdo de vídeo de longa duração e direitos autorais de música e literatura. Nas Notas são considerados outros AI que incluem marcas registradas, outros direitos autorais, *software*, tecnologia, acordos de não concorrência e relacionamentos com clientes. Estes ativos são reconhecidos a custo ou justo valor e são geralmente amortizados ao longo das suas vidas úteis estimadas, que variam de um a dez anos. Normalmente, os AI são reconhecidos a custo quando são adquiridos por meio de aquisições, mas os ativos gerados internamente não são reconhecidos da mesma forma – são sujeitos a critérios mais rigorosos de reconhecimento.

Estes AI são fundamentais para a Tencent, pois sustentam a inovação, a competitividade e a geração de receitas da empresa em diversos setores.

Como já referido, as Notas referem que a Tencent realiza avaliações anuais (ou mais frequentes quando necessário) para testar o goodwill e outros AI em procura de indícios de imparidade. De 2022 para 2023, o goodwill aumentou de RMB 116.731 milhões (cerca de 14.625 milhões de euros) para RMB 126.220 milhões (cerca de 15.814 milhões de euros). Os ativos são testados com base no valor em uso ou no justo valor menos os custos de disposição, e requerem

pressupostos formulados pela gestão que estão implícitos nas avaliações. A empresa adota metodologias como fluxos de caixa descontados ou a abordagem de mercado para determinar o valor recuperável dos ativos, o que é crítico dado o valor significativo desses ativos no respetivo balanço. Também apresentado nas Notas, o valor de amortizações dos AI passou de RMB 28.983 milhões (cerca de 3.620 milhões de euros) em 2022 para RMB 30.088 milhões (cerca de 3.770 milhões de euros) em 2023.

Estas alterações e avaliações refletem a abordagem prudente da Tencent na gestão dos seus AI e na procura pela maximização do valor desses ativos no futuro.

2.4.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

Os AI, como as licenças de jogos, direitos autorais e marcas registadas, são cruciais para a capacidade da Tencent de inovar e se diferenciar num mercado altamente competitivo, tal como é indicado na Discussão e Análise da Gestão. Esses ativos permitem que a empresa ofereça produtos e serviços únicos em setores como jogos, comunicação social e tecnologia. O conteúdo de comunicação social e as plataformas digitais que a Tencent desenvolve são impulsionados pelos seus AI. A capacidade de monetizar esses ativos através de assinaturas e publicidade é central para o MN da empresa, que se baseia numa experiência digital rica e integrada para os utilizadores.

Além disso, a Tencent utiliza os seus AI para fortalecer a sua posição em setores estratégicos, como *FinTech*, saúde, e inteligência artificial, conforme descrito na Discussão e Análise da Gestão. Isso mostra como a empresa alinha os seus investimentos em AI com as suas prioridades estratégicas para maximizar o retorno sobre investimento e expandir a sua influência.

Por fim, a gestão contínua dos AI, incluindo testes de imparidade, é fundamental para a Tencent proteger e otimizar o seu valor. Assim, a saúde financeira e o desempenho do modelo de negócio estão indissociavelmente ligados ao valor dos AI da empresa, afetando decisões estratégicas e operacionais.

Em síntese, os AI são a base do modelo de negócios da Tencent, oferecendo não apenas valor direto, mas também capacidades estratégicas que são vitais para o crescimento e a competitividade da empresa num ambiente de negócios dinâmico.

2.5. SAP SE

A SAP SE é uma empresa alemã que se encontra entre as maiores empresas de *software* empresarial do mundo e o nome SAP é um acrónimo para "Systems, Applications, and Products in Data Processing". A SAP auxilia empresas de todos os tamanhos, desde *startups* até empresas globais, operando em mais de 180 países e os seus produtos são conhecidos por promover a transformação digital, permitindo que as organizações se tornem mais ágeis, resilientes e orientadas por dados.

O Relatório Anual da SAP (SAP, 2024) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Aos Nossos Stakeholders
Relatório de Gestão Combinado
Demonstrações Financeiras Consolidadas IFRS
Mais informações sobre Sustentabilidade
Informações Adicionais

Tabela 6 - Índice do Relatório Anual da SAP

2.5.1. Modelo de Negócios

O MN da empresa é apresentado nas primeiras páginas do relatório, especificamente na secção “Estratégia e Modelo de Negócios”. O modelo centra-se na criação de valor através da identificação e abordagem das necessidades de negócio dos seus clientes pelo desenvolvimento e fornecimento de soluções em *cloud*, *software* e suporte.

Os principais aspetos do modelo podem ser sistematizados nas seguintes linhas:

- Introdução de soluções em *cloud*: Soluções em *cloud* tem sido um dos principais investimentos. Passando os seus serviços para a *cloud*, a empresa consegue oferecer a possibilidade aos seus clientes de aceder aos sistemas e aplicações em qualquer lugar, o que permite melhorar a flexibilidade e a eficiência operacional. Esta opção do uso de *cloud* introduziu um aumento na receita através das taxas de assinatura necessárias para poder usufruir da solução.
- Procura pela inovação: A empresa procura a inovação e transformação contínua de modo a adaptar-se às necessidades do mercado, utilizando tecnologias como a inteligência artificial e *machine learning*. Esta aposta permitiu melhorar e aumentar o leque de oferta aos clientes.
- Manter o foco no cliente: A SAP foca-se nos seus clientes, procurando maximizar o valor que estes obtêm pelo investimento feito e melhorar continuamente as soluções oferecidas ao longo da relação com os clientes. A empresa mantém o foco na resposta às necessidades específicas dos clientes e na oferta de suporte contínuo.

De forma a otimizar o acompanhamento dos seus clientes, a SAP também criou modelos comerciais novos como o “*RISE with SAP*” destinado a grandes empresas em processo de transformação digital e o “*GROW with SAP*” destinado

a PMEs que querem passar a adotar um *software* ERP (Enterprise Resource Planning).

Em síntese, o modelo de negócio da SAP alinha a oferta da empresa com as tendências de mercado de modo a garantir que os serviços prestados permanecem relevantes e, acima de tudo, confiáveis para atender às necessidades dos clientes.

2.5.2. Ativos Intangíveis

Os AI são referidos ao longo do relatório anual para ajudar a enquadrar o contexto da vantagem competitiva da SAP no seu setor. Nas Notas é explicado o reconhecimento contabilístico, a mensuração e a classificação deste tipo de ativos. Os ativos referidos consistem em *software* e licenças da base de dados, tecnologia adquirida e relacionamento com clientes. Um aspeto muito relevante relacionado com os AI é referido no Relatório de Gestão onde a SAP salienta a diferença do valor de mercado da empresa (171,4 mil milhões de euros) e o valor contabilístico (43,4 mil milhões de euros), ou seja, uma valorização de mercado cerca de 3 vezes superior ao valor contabilístico. De tal infere-se que os recursos intangíveis que permitem o sucesso da empresa não estão representados contabilisticamente, podendo-se concluir que as DF não refletem o impacto económico que estes têm no valor que a empresa representa para os seus clientes e para o mercado.

Além disso, também nas Notas, é mencionada a importância de R&D na estratégia comercial da SAP e como da estratégia ativa de R&D resulta um vasto número de AI, tais como patentes. Ainda assim, é ressaltado que a empresa não se foca numa única patente ou num conjunto específico de patentes e que proteger a sua propriedade intelectual é essencial para assegurar a sua vantagem competitiva e fomentar continuamente a inovação.

Em suma, é referido o papel crucial dos AI para o sucesso da firma e a diferença entre o valor contabilístico e o valor em bolsa reflete a importância das patentes, dos relacionamentos com clientes e da propriedade intelectual para impulsionar o sucesso da empresa.

2.5.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

O MN da SAP está intrinsecamente relacionado com os AI. Como já foi referido anteriormente, o modelo foca-se na identificação e abordagem das necessidades de negócio dos clientes através de soluções de *software*, *cloud* e suporte. Os AI, como a propriedade intelectual e as patentes, desempenham um papel crucial na valorização das ofertas anteriores, o que permite à SAP diferenciar-se.

Outro aspeto divulgado no Relatório de Gestão é a disparidade entre o valor de mercado e o valor contabilístico, resultante dos AI não estarem refletidos na sua totalidade no balanço da empresa. Esta disparidade indica que o valor percecionado pelo mercado é fortemente influenciado pelos AI, como a tecnologia, fidelidade e soluções inovadoras, e não pelos seus ativos tangíveis e valor contabilístico de outros ativos reconhecidos.

Outro detalhe do MN enfatizado no Relatório de Gestão é a inovação e desenvolvimento contínuos. Estes são vitais para a SAP manter a sua vantagem competitiva e permitir a evolução tão necessária para manter os seus clientes. Além disso, o modelo procura melhorar a fidelização e experiência dos clientes da SAP que estão inerentemente ligadas ao relacionamento com o cliente, um dos AI referidos nas Notas. Uma relação forte com os clientes leva a uma maior retenção destes e da sua satisfação, o que se traduz em receitas futuras.

De um modo geral, o modelo de negócio da SAP aproveita os AI para criar valor, aumentar a satisfação dos clientes, impulsionar a inovação e reforçar o

posicionamento da empresa no mercado, estando a empresa plenamente consciente desse facto e procedendo a uma divulgação detalhada da forma como os intangíveis se relacionam com esse modelo.

2.6. Accenture

A Accenture é uma multinacional de consultoria em tecnologia, estratégia e gestão, fundada em 1989, com sede na Irlanda. A empresa é uma das líderes globais em serviços de transformação digital, inteligência artificial, computação em *cloud* e cibersegurança, dedicando-se a clientes em diversos setores, como finanças, saúde e telecomunicações. Com presença em mais de 120 países, a Accenture ajuda empresas a inovar e otimizar os seus processos através de soluções tecnológicas avançadas. O seu compromisso com a sustentabilidade e a diversidade também a torna uma referência no mundo empresarial moderno.

O Relatório Anual da Accenture (Accenture, 2025) apresenta o desempenho social, financeiro e ambiental da empresa para os *stakeholders* poderem compreender melhor a posição da empresa. Este relatório é constituído pelas seguintes secções:

Parte 1	Negócio
	Propriedades
	Procedimentos Legais
	Divulgações de Segurança de Minas
Parte 2	Mercado de Ações Ordinárias, Assuntos Relacionados a Acionistas e Compras de Títulos de Capital do Emissor
	Discussão da Gestão e Análise Financeira
	Demonstrações Financeiras
	Mudanças na Contabilidade e Demonstrações Financeiras

Parte 3	Diretores e Governança Corporativa
	Compensação Executiva
	Propriedade da Segurança
	Relações e Transações Relacionadas
	Principais Despesas de Contabilidade
Parte 4	Exposições, Cronogramas de Demonstrações Financeiras
	Formulário 10K

Tabela 7 - Índice do Relatório Anual da Accenture

2.6.1. Modelo de Negócios

O MN da Accenture baseia-se em ser um parceiro para os seus clientes, combinando as suas capacidades em tecnologia, consultoria e operações para entregar soluções personalizadas.

Os principais componentes do modelo de negócio incluem os seguintes aspetos:

- **Diversidade de Serviços:** A Accenture oferece uma ampla gama de serviços, incluindo consultoria, tecnologia, operações, e soluções especializadas em setores. Esta diversidade permite responder às necessidades específicas das diferentes indústrias e clientes.

- **Ênfase na Inovação:** A empresa investe significativamente em R&D, além de adquirir novas tecnologias através de aquisições estratégicas.

- **Base de Clientes Diversificada:** Os clientes são principalmente da lista “Forbes Global 2000”, incluindo empresas e agências governamentais. A empresa procura estabelecer relações de longo prazo com estes clientes.

- **Alianças:** A Accenture aproveita as suas parcerias com outras empresas de tecnologia e um vasto ecossistema de inovação para oferecer as suas soluções abrangentes.

- **Capacidade Global de Entrega:** A empresa possui uma das maiores redes de centros globais, o que permite oferecer as soluções rapidamente e com eficácia em escala, independentemente da localização do cliente.

Em síntese, o modelo é focado em criar "360° *value*" para todos os *stakeholders* da empresa, que inclui clientes, funcionários, acionistas e as comunidades em que opera.

2.6.2. Ativos Intangíveis

Os AI da Accenture incluem uma variedade de categorias que são essenciais para a sua operação e valor de mercado. De acordo com as Notas, os principais AI são relacionados a clientes, tecnologia, patentes e outros. Os primeiros ativos referidos refletem o valor associado aos clientes da Accenture, que inclui os relacionamentos e contratos com clientes.

A Accenture possui tecnologia registada que é fundamental para as suas operações e serviços e a categoria das patentes inclui inovações e invenções protegidas por patentes. Os outros AI, tal como indicados nas secções Negócio e Notas, podem incluir uma variedade de outros ativos, como direitos de autor e *software* específico. Estes ativos são fundamentais para a capacidade da empresa de inovar e fornecer serviços de valor agregado aos seus clientes.

Nas Notas são apresentadas as alterações entre os anos fiscais relacionadas aos AI da Accenture. O total bruto dos ativos relacionados a clientes aumentou aproximadamente \$ 1,1 mil milhões (cerca de 1 mil milhões de euros) de 2023 para 2024. Isto indica um aumento significativo na base de clientes ou no valor dos contratos existentes. A depreciação acumulada também aumentou cerca de \$ 301 milhões (cerca de 274 milhões de euros) de 2023 para 2024, refletindo o processo de amortização contínuo desses ativos. A classificação "Outros ativos intangíveis" viu um aumento significativo, passando de aproximadamente \$ 65 milhões (cerca de 60 milhões de euros) em 2023 para cerca de \$ 150 milhões (cerca de 136 milhões de euros) em 2024.

Estas mudanças apresentadas nas Notas indicam que a Accenture está a investir continuamente na sua capacidade de gerar valor através de AI, especialmente em áreas conectadas a clientes e tecnologia, refletindo uma estratégia de crescimento e inovação.

2.6.3. Relação entre Modelo de Negócio e Ativos Intangíveis

O modelo de negócio da Accenture, indicado na secção Negócio, é baseado numa gama ampla de serviços, incluindo consultoria, tecnologia e operações. Os AI suportam essas ofertas ao fornecer a infraestrutura necessária, como know-how técnico e direitos sobre tecnologias. Isso permite que a empresa atue em diferentes áreas de procura do mercado. Da mesma forma, um portfólio robusto de AI, como os serviços de consultoria e soluções de tecnologia, apoia a expansão em novos mercados. Quando a Accenture adquire novos negócios ou licenças tecnológicas, a avaliação de tais AI é fundamental para a decisão de investimento, permitindo à empresa explorar novas oportunidades.

Os AI relacionados a clientes também são fundamentais para o MN da Accenture, visto que este se baseia em criar relacionamentos duradouros com os clientes. O aumento do valor desses ativos, que inclui contratos e relações estáveis, permite à empresa garantir receitas recorrentes e fixas, essenciais para uma empresa de serviços.

Além disso, os AI como a tecnologia e patentes sustentam a capacidade da Accenture de oferecer soluções inovadoras. O investimento em tecnologia permite que a empresa permaneça competitiva num setor em constante mudança, onde a inovação é fundamental para a diferenciação.

Por último, a amortização dos AI impacta diretamente os resultados financeiros da empresa. A Accenture contabiliza a depreciação dos ativos ao longo do tempo, o que afeta a lucros relatados. Ao otimizar a utilização e a

amortização dos AI, a empresa pode gerir melhor a sua rentabilidade e criar valor a longo prazo.

Em resumo, os AI são uma parte essencial do modelo de negócio da Accenture, atuando como catalisadores para o crescimento, inovação e sustentação de relacionamentos com clientes, que são fundamentais para a sua posição de liderança no mercado.

Capítulo 3

Resultados

Nesta secção, apresentamos os resultados da análise das práticas de divulgação de informações sobre AI nas seis empresas selecionadas: Alphabet, Amazon, Samsung, Tencent, SAP e Accenture. Os resultados fornecem insights sobre a profundidade e a clareza das informações apresentadas, refletindo a forma como cada empresa aborda a transparência e a responsabilidade em relação aos seus AI.

A tabela seguinte resume onde são divulgados os AI em cada uma das empresas, permitindo uma comparação clara entre elas e evidenciando as áreas nas quais algumas se destacam em relação a outras.

	País	Valor de Mercado	Norma	Ativos Intangíveis
Alphabet	Estados Unidos da América	2	US GAAP	Notas - 1 – Resumo das Principais Políticas Contabilísticas - 9 – Goodwill
Amazon	Estados Unidos da América	1	US GAAP	Riscos Notas - 1 – Descrição do Negócio, Políticas Contabilísticas e Divulgações Suplementares - 5 – Aquisições, Goodwill e Ativos Intangíveis Adquiridos

Samsung	Coreia do Sul	3	Semelhante a IFRS	Notas - 2 – Políticas Contabilísticas Materiais - 3 – Estimativas e Premissas Contabilísticas Materiais - 11 – Ativos Intangíveis
Tencent	China	4	IFRS	Notas - 2 – Resumo Das Políticas Contabilísticas Materiais - 22 – Ativos Intangíveis
SAP	Alemanha	5	IFRS	Relatório de Gestão Notas - IN.1 – Bases para Preparação - D.1. – Combinações e Alienações de Negócios - D.2 – Ativos Intangíveis - D.3 – Goodwill
Accenture	Irlanda	6	US GAAP	Riscos Notas - 6 – Combinações de Negócios e Combinações - 7 – Goodwill e Ativos Intangíveis

Tabela 8 - Distribuição de informação nos Relatórios Anuais

Em termos de estrutura de relatório, há algumas relações entre as diferentes empresas. Tal como as empresas americanas Alphabet e Amazon, a empresa Accenture apresenta o relatório anual seguindo um modelo denominado “Formulário 10-K”. Este formulário deve ser seguido por todas as empresas de capital aberto nos EUA e apresentado à Securities and Exchange Commission (SEC). A Accenture, apesar de ser uma empresa sediada na Irlanda,

está listada na Bolsa de Valores de Nova Iorque pelo que é obrigada a seguir as regulamentações impostas pela SEC.

Já as restantes empresas não seguem um *framework* definido, escolhendo adicionar secções que acham relevantes para o seu tipo de negócios, ativos e *stakeholders*. O elemento comum nos *frameworks* analisados é a presença da Demonstração Financeira Consolidada e das Notas Anexas a esta. As empresas que seguem o US GAAP são obrigadas a seguir o Formulário 10-K enquanto as empresas que escolhem utilizar a IFRS não são obrigadas a seguir um *framework* obrigatório: devem apenas preparar as suas DF de modo a assegurar a comparabilidade, a transparência e a qualidade das informações financeiras.

O primeiro e segundo objetivo do trabalho é perceber se as empresas sentem a vontade de divulgar informação relativa a AI voluntariamente e onde aparece a informação relativa a estes ativos. Como foi referido na metodologia, as empresas analisadas foram escolhidas por estarem ligadas ao setor da tecnologia, sendo este fortemente baseado em AI. Assim sendo, torna-se quase inexequível a existência de DF onde não esteja presente a rubrica dos AI. Ainda assim, a quantidade e qualidade da informação presente nas Notas depende da vontade de cada empresa e é o aspeto que mais variou de empresa para empresa.

A Alphabet é a segunda empresa com o maior valor de mercado, mas é a empresa que menos quantidade de informação partilha sobre os seus AI, estando abaixo do nível de divulgação apresentada pela Accenture, que ocupa o último lugar no *ranking* do valor de mercado. A pouca informação partilhada pela Alphabet encontra-se concentrada da “Nota 1- Resumo das Principais Políticas Contabilísticas”, secção escolhida por outras empresas – Amazon, Samsung, Tencent e SAP – para partilhar informações sobre AI. Da mesma forma, a Samsung, comparada com as restantes empresas analisadas, apresenta pouca informação sobre os seus AI, focando esta apresentação na nota referida anteriormente e na nota destinada aos AI.

Apesar de serem as empresas com menos quantidade de informação, é possível inferir quais foram as principais mudanças nestes ativos e como esses se relacionam com os modelos de negócio de cada empresa. A informação destas 3 empresas foca-se mais na apresentação dos valores dos ativos e menos no impacto destes no valor gerado pela empresa. Além disso, não são dadas explicações extensivas para as alterações dos valores anteriores.

De seguida temos a Amazon, empresa americana que utiliza o US GAAP. Esta empresa, para além de referir os AI na Nota referida anteriormente, também apresenta informações relacionadas com estes na secção inicial, normalmente denominada de “Riscos”. Nestas secções, a empresa explica como testam o goodwill e os AI para eventuais perdas de imparidade e que circunstâncias podem levar a estes testes. Também são analisados o papel e a importância da proteção dos AI e de que formas estes podem afetar a empresa noutros departamentos. Ou seja, para além da apresentação dos valores na secção Notas, são adicionadas informações na secção Riscos, procurando explicar o porquê das mudanças que ocorreram entre anos fiscais.

As restantes empresas – Tencent e SAP – são as que apresentam uma maior quantidade e qualidade de informação sobre AI. Apesar de serem das últimas no *ranking* de valor de mercado, são as que mais partilham sobre o papel dos AI no seu sucesso. A SAP, empresa europeia, para além de apresentar dados nas secções referidas anteriormente, também apresenta informação numa secção das Notas denominada de “Combinações de Negócios”. Esta secção detalha como as aquisições e desinvestimentos impactam os AI, incluindo a adição, amortização, e desvalorização desses ativos.

Apesar da SAP ser a única empresa que apresenta uma secção denominada “Estratégia e Modelo de Negócio”, todas as empresas apresentam ao longo dos seus relatórios informações relacionadas com o MN. Através da

informação partilhada sobre os AI, é possível determinar como estes são relacionados com o modelo de negócios e como, em todos os relatórios, os AI acabam por ser um elemento fulcral que influencia o modelo de negócio escolhidos pelas empresas.

Capítulo 4

Conclusões

Os AI são fundamentais para a criação de valor e competitividade nas empresas tecnológicas. A análise dos relatórios anuais das empresas estudadas revela que a gestão eficaz destes ativos é crucial para o sucesso e sustentabilidade a longo prazo.

O primeiro objetivo do estudo realizado é perceber se, de um modo geral, as empresas selecionadas partilham informação relacionada com os seus AI de forma voluntária. A análise dos relatórios anuais das empresas tecnológicas revela que há uma tendência crescente para a divulgação voluntária de informações sobre ativos intangíveis. As práticas de divulgação de AI variam significativamente entre as empresas analisadas, havendo disparidades na quantidade de informação qualitativa e quantitativa relacionada com estes ativos. Esta divulgação é motivada pela necessidade de transparência, pela pressão dos *stakeholders* e pela importância estratégica dos AI para a criação de valor e sustentabilidade a longo prazo.

O segundo objetivo é entender onde este tipo de informação costuma ser apresentada: nas Notas ou no Relatório da Gestão. A divulgação de informações sobre os AI ocorre principalmente nas Notas às Demonstrações Financeiras, onde estão detalhados os valores, alterações e testes de imparidade. Em alguns casos, existem informações adicionais sobre os riscos e impactos estratégicos incluídas no Relatório de Gestão, proporcionando uma visão mais abrangente da importância desses ativos.

Por último, e sendo o objetivo mais relevante deste estudo, a relação entre os AI e o MN é evidente em todas as empresas estudadas. Embora existam variações na forma como cada empresa utiliza os seus AI, há uma clara

semelhança na importância atribuída a esses ativos para a eficiência operacional, lealdade do cliente, crescimento da empresa e competitividade. Os AI atuam como catalisadores para o crescimento e inovação, além de serem fundamentais para a satisfação dos clientes e para o posicionamento estratégico no mercado.

Em suma, a pesquisa demonstra que os ativos intangíveis são essenciais para o sucesso das empresas tecnológicas e que as práticas de divulgação desses ativos variam significativamente. A relação entre os ativos intangíveis e o modelo de negócio é clara, mas continua a haver desafios na mensuração e divulgação desses ativos.

Declaração de IA generativa e tecnologias assistidas por IA no processo de redação

Durante a elaboração do meu trabalho escrito/dissertação, “Divulgação de Ativos Intangíveis – Caso de estudo de empresas tecnológicas”, foram utilizadas as ferramentas ChatPDF e ChatGPT para as tarefas de análise de informação dos Relatórios Anuais utilizados e resumo de informações, tendo sido utilizadas as prompts listadas no final do documento na secção Lista de Prompts. Após a utilização destas ferramenta, revi e editei o conteúdo conforme necessário e assumo total responsabilidade pelo conteúdo do trabalho apresentado.

Declaro ainda conhecer e respeitar o Código de Conduta de Inteligência Artificial da Católica Porto Business School.

Lista de Prompts:

- Indica em que páginas são apresentadas informações relacionadas com ativos intangíveis neste relatório.
- Indica em que páginas são apresentadas informações relacionadas com o modelo de negócio neste relatório.
- Resume a informação apresentada no relatório relacionada com ativos intangíveis.
- Resume a informação apresentada no relatório relacionada com o modelo de negócio.

Bibliografia

- Accenture. 2025. *Value From Every Angle | FY2024 Annual Report | Accenture*. Disponível em <https://www.accenture.com/us-en/about/company/annual-report>
- Alphabet. 2024. *Alphabet 2023*. Disponível em <https://abc.xyz/investor/>
- Amazon. 2024. *Amazon Annual Report 2023*. Disponível em <https://ir.aboutamazon.com/annual-reports-proxies-and-shareholder-letters/default.aspx>
- Arvidsson, S. (2011). Disclosure of non-financial information in the annual report: A management-team perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 12(2), 277–300. <https://doi.org/10.1108/14691931111123421>
- Beattie, V., McInnes, B. & Fearnley, S. (2004). A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: A comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes. *Accounting Forum*, 28(3), 205–236. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2004.07.001>
- Business Roundtable. (2019). *Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote 'An Economy That Serves All Americans.'*
- Checon, B. (2023). *DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO E INFORMAÇÕES ESG*. 22, 2023. <https://doi.org/10.16930/2237-7662202334091>
- Christensen, H. B., Hail, L. & Leuz, C. (2021). Mandatory CSR and sustainability reporting: economic analysis and literature review. *Review of Accounting Studies*, 26(3), 1176–1248. <https://doi.org/10.1007/s11142-021-09609-5>
- Crovini, C., Giunta, F., Nielsen, C. & Simoni, L. (2022). *Do companies disclose relevant information about intangibles? Insights from business model reporting and risk reporting.*

- Cunha, P. R. da, Pletsch, C. S. & Silva, A. da. (2016). Relação entre as Características da Empresa, do Comitê de Auditoria e do Auditor Independente com o Prazo de Publicação das Demonstrações Financeiras. *Revista de Educação e Pesquisa Em Contabilidade (REPeC)*, 9(4). <https://doi.org/10.17524/repec.v9i4.1232>
- Greenhalgh, C. & Rogers, M. (2012). Trade Marks and Performance in Services and Manufacturing Firms: Evidence of Schumpeterian Competition through Innovation. *Australian Economic Review*, 50–76.
- Guthrie, J. & Petty, R. (2000). Intellectual capital literature review: Measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, 155–176.
- Haji, A. A. & Ghazali, N. A. M. (2018). The role of intangible assets and liabilities in firm performance: Empirical evidence. *Journal of Applied Accounting Research*, 19(1), 42–59. <https://doi.org/10.1108/JAAR-12-2015-0108>
- K. Behn, B., Rossignoli, F. & Corbella, S. (2019). Beyond financial reporting disclosures. *FINANCIAL REPORTING*, 2, 5–8. <https://doi.org/10.3280/fr2019-002001>
- Kannan, G. & Aulbur, W. G. (2004). Intellectual capital: Measurement effectiveness. In *Journal of Intellectual Capital* (Vol. 5, Issue 3, pp. 389–413). <https://doi.org/10.1108/14691930410550363>
- Kristandl, G. & Bontis, N. (2007). Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm. *Management Decision*, 45(9), 1510–1524. <https://doi.org/10.1108/00251740710828744>
- Lev, B. (2018). *The Deteriorating Usefulness of Financial Report Information and How to Reverse It*.
- Lev, B., Cañibano, L. & Marr, B. (2005). An Accounting Perspective on Intellectual Capital. In *Perspectives on Intellectual Capital*.

- Perwito, P., Nugraha, N., Gisman, G. & Gunardi, G. (2021, October 7). *Intangible Asset Moderation and the Sustainable Investment and Firm Value Relation*. <https://doi.org/10.4108/eai.18-11-2020.2311719>
- Peters, R. H. & Taylor, L. A. (2017). Intangible capital and the investment-q relation. *Journal of Financial Economics*, 123(2), 251–272. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2016.03.011>
- Rover, S., Tomazzia, E. C., Murcia, F. D.-R. & Borba, J. A. (2012). Explicações para a divulgação voluntária ambiental no Brasil utilizando análise de regressão em painel. *Revista de Administração*, 47(2), 217–230. <https://doi.org/10.5700/rausp1035>
- Samsung Electronics Co., Ltd. 2025. *Samsung Electronics Co., Ltd. and Its Subsidiaries - Consolidated Financial Statements 2024*. Disponível em <https://www.samsung.com/global/ir/financial-information/audited-financial-statements/>
- Santos, R. F. dos, Silva Junior, F. J. da, Santos, M. I. da C. & Leite Filho, P. A. M. (2022). Fatores Determinantes no Disclosure do Capital Intelectual das Empresas Brasileiras. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 16(3), 107–123. https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v0i0.41591
- SAP. 2024. *SAP Integrated Report 2023*. Disponível em https://www.sap.com/investors/en/reports.html?sort=latest_desc&tab=reports
- Serra, S. & Lemos, K. (2020). A Influência da Governança Corporativa e do Auditor na Divulgação sobre Riscos. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, 8(3), 106–124. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2318-1001.2020v8n3.47009>
- Serrano, Fuertes & Mar-Molinero. (2003). An Approach to the Measurement of Intangible Assets in dot com. *The International Journal of Digital Accounting Research*. https://doi.org/10.4192/1577-8517-v3_1

- Sveiby, K.-E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-Based Assets* .
- Tencent. 2024. *Tencent 2023 Annual Report*. Disponível em <https://www.tencent.com/en-us/investors/financial-reports.html>
- Uhlmann, V., Melo de Souza, M. & Lunkes, R. (2011). *Relação entre Disclosure Ambiental e as Características Econômico-Financeiras e de Mercado das Companhias Pertencentes ao Setor de Petróleo e Gás com Atuação no Segmento de Biocombustíveis*.
- Vanderpal, G. (2019). How Intangible Assets Affect the Corporate Financial Performances and How It Varies from Sector-to-Sector? In *Journal of Accounting and Finance* (Vol. 19, Issue 8). <https://ssrn.com/abstract=3521962>
- Zéghal, D. & Maaloul, A. (2011). The accounting treatment of intangibles - A critical review of the literature. *Accounting Forum*, 35(4), 262–274. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2011.04.003>