

INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

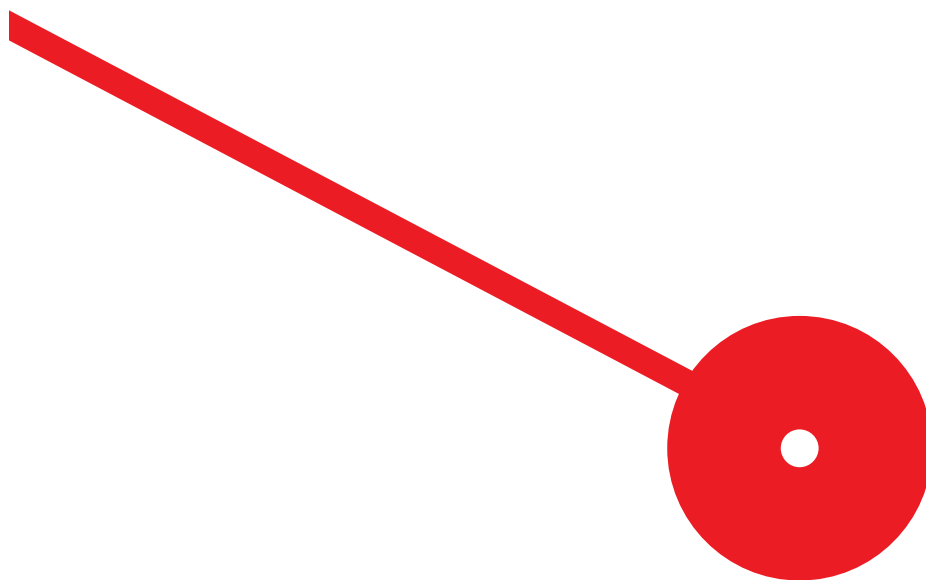
MESTRADO
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO

Auditoria e a imagem do auditor

Joana Filipa Alves Rodrigues

10/2023

Versão final (Esta versão contém as críticas e sugestões dos elementos do júri)



INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

M

MESTRADO
ÁREA DE ESPECIALIZAÇÃO

Auditoria e a imagem do auditor

Joana Filipa Alves Rodrigues

**Dissertação de Mestrado
apresentada ao Instituto Superior de
Contabilidade e Administração do Porto para a
obtenção do grau de Mestre em Auditoria, sob
orientação da Professora Doutora Alcina Augusta
de Sena Portugal Dias e coorientação da
Professora Doutora Cristina Maria Dias Pereira
Torres.**

Agradecimentos

Quero agradecer aos meus pais e irmãs pela estrutura familiar que me proporcionou estabilidade ao longo de todo este tempo.

Ao meu namorado por todo o apoio, compreensão e companheirismo.

Às minhas orientadoras, Professora Alcina Dias e Professora Cristina Torres por me terem ajudado nas dificuldades, dando os melhores conselhos.

Aos meus amigos por sempre acreditarem em mim.

Ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto por me ter acolhido como aluna no Mestrado de Auditoria.

A todos aqueles que colaboraram no inquérito, tendo sido uma parte integrante deste trabalho.

A todos, por todos os contributos, o meu muito obrigada!

Resumo:

Espera-se que a auditoria ofereça credibilidade e veracidade às empresas. Assim os auditores surgem como a imagem de marca da confiança da empresa. Estes são vistos como pessoas de grande responsabilidade tanto profissional, como social.

Numa sociedade cheia de complexos e paradigmas é bastante valorizada a imagem com que as pessoas se apresentam. A sociedade espera de uma pessoa credível uma imagem sóbria e formal.

O Código de Ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas no seu capítulo 4 refere que o auditor deve ser independente, não só na mente, mas também na sua imagem.

Assim este trabalho tem como principal finalidade apresentar a auditoria, a sua função e remeter a importância e a influência que a imagem do auditor tem sobre a mesma.

Sendo muitas vezes imperativo que o auditor se comporte e se apresente de determinada forma surge este tema de grande relevância. De modo a perceber a opinião das pessoas sobre o assunto foi distribuído um questionário por várias pessoas, tanto profissionais de auditoria como não profissionais.

Com base nos resultados obtivos foi possível verificar que o nível de discordância de que o auditor não deve adotar determinados comportamentos nem ter cuidado com a indumentária é muito baixo face ao nível de concordância. No entanto existem ainda várias pessoas que ocupam uma posição neutra nesta questão.

Palavras chave: Auditoria, Imagem do Auditor, Independência da Imagem, Perfil do Auditor

Abstract:

It is expected that auditing offer credibility and truthfulness to the companies. Thus auditors emerge as the brand image of company trust. They are seen as people with great responsibility, both professionally and socially.

In a society full of complexes and paradigms, the image with which people present themselves is highly valued. Society expects from a credible person a sober and formal image.

The Chapter 4 of the Code of Ethics of the Official Orders Reviewers indicate that the auditor must be independent, not only in mind, but also in his image.

Thus this work has as main purpose to present the audit, its functions and refer the importance and the influence that the image of the auditor has on it.

Since it is often imperative that auditors behave and present themselves in a certain way, this topic is of great relevance. In order to understand people's opinions on the subject, a questionnaire was distributed to various people, both audit professionals and non-professionals.

Based on the results obtained, it was possible to verify that the level of disagreement that auditors should not adopt certain behaviors or be careful with their attire is very low compared to the level of agreement. However, there are still several people who hold a neutral position on this issue.

Key words: Auditing, Audit Image, Independence Image, Audit Profile

Índice geral

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I – REVISÃO DA LITERATURA.....	4
1 A Auditoria e o Auditor	5
1.1 Tipos de Auditoria	5
1.2 História e Conceito de Auditoria	7
1.3 Ética, Deontologia e Independência	11
1.4 Auditor e os seus princípios	12
2 Imagem.....	14
2.1 Conceito.....	14
2.2 Impacto da imagem do auditor	17
3 Questões de Investigação	18
CAPÍTULO II – METODOLOGIA	20
4 Metodologias de Investigação.....	21
4.1 Tipologia de pesquisa	21
4.2 Hipóteses de Investigação	22
4.3 Modelo de Análise.....	23
4.4 População e amostra	25
4.5 Recolha de dados	25
CAPÍTULO III – CASO PRÁTICO.....	27
5 Apresentação e análise dos dados obtidos.....	28
5.1 Caracterização da amostra	28
5.2 Análise dos dados obtidos	31
5.3 Interpretação dos dados obtidos	44
CONCLUSÃO.....	49
6 Conclusões finais	50
6.1 Limitações do estudo	51

6.2	Orientações para futuras investigações.....	51
-----	---	----

Índice de Figuras

Figura 1 - Principais Características de uma auditoria	10
Figura 2 - Impacto da Independência na qualidade da auditoria	12
Figura 3 - Elementos Conceptuais da Imagem de Qualidade na Auditoria.....	17
Figura 4 - Framework para a análise do estudo de caso	24
Figura 5 - Modelo de análise	24

Índice de Tabelas

Tabela 1 - O desenvolvimento da auditoria e os seus objetivos.....	6
Tabela 2 - Evolução da auditoria.....	10
Tabela 3 - Princípios do auditor	13
Tabela 4 - Diferenças entre método qualitativo e quantitativo.....	22
Tabela 5 - Questões de investigação e respetivas hipóteses de análise	23
Tabela 6 - Questões A9 à A12.....	33
Tabela 7 - Respostas às questões A15 a A17	36
Tabela 8 - Confirmação do modelo de análise	46

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Distribuição dos inquiridos nas diferentes faixas etárias	28
Gráfico 2 - Género dos inquiridos	29
Gráfico 3 - Nível de escolaridade	29
Gráfico 4 - Auditor e Não Auditor	30
Gráfico 5 - Género.....	30
Gráfico 6 - Habilitações literárias.....	31
Gráfico 7 - Nível de concordâncias das questões A1 à A8	32
Gráfico 8 - Nível de concordância das questões A13 e A14.....	33
Gráfico 9 - Relação entre as respostas da questão A13 e a faixa etária	34
Gráfico 10 - Relação entre as respostas da questão A14 e a faixa etária	35
Gráfico 11 - Nível de concordância da questão A18.....	36
Gráfico 12 - Questão A19.....	36
Gráfico 13 - Diagrama de Extremos e Quartis para a questão A19	37
Gráfico 14 - Diagrama de Extremos e Quartis para a da questão A20.....	38
Gráfico 15 - Diagrama de extremos e quartis para a questão A21	39
Gráfico 16 - Questão A22.....	40
Gráfico 17 – Questão NA1	40
Gráfico 18 - Nível de concordância das questões NA2 à NA14	41
Gráfico 19 - Nível de concordância das questões NA15 à NA24	43
Gráfico 20 - Questões NA25 a NA30.....	44

Lista de abreviaturas

A.C. – Antes de Cristo

AIA – *American Institute of Accountants*

AICPA - *American Institute of Certified Public Accountants*

CEOROC – Código de Ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas

FEE - *Fédération des Experts Comptables Européens*

GAAS - *Generally Accepted Auditing Standards*

IAASB - *International Auditing and Assurance Standards Board*

IIA – *The Institute of Internal Auditors*

IFAC - *International Federation of Accountants*

IPAI – Instituto Português de Auditores Internos

IPPF – *International Professional Practices Framework*

ISA - *International Statements on Auditing*

UEC - *Union Européenne des Experts Comptables Economiques Financiers*

A sociedade está cada vez mais focada nas aparências. Nos dias de hoje o julgamento surge várias vezes do que parece ser e não do que realmente é. Daí advém a formação da opinião baseada na imagem que algo apresenta.

Esta é uma realidade em todos os meios, sejam pessoais, sociais ou profissionais. Um exemplo simples que retrata esta situação é o caso das entrevistas de emprego, em que os recursos humanos se regem pela opinião formada durante uma conversa. Isso é nada mais, nada menos que uma imagem criada pelo entrevistado que repercute numa percepção do entrevistador.

Neste sentido, este estudo tem o objetivo de entender a percepção que existe sobre o auditor, assim como entender como a sociedade pensa que o auditor deve comportar-se, seja profissional ou socialmente e até que ponto as primeiras impressões de um profissional de auditoria são retiradas de toda a sua postura, comportamento e até mesmo da forma de vestir.

Este tema é muito abordado tanto num ambiente profissional como num ambiente social, gerando um debate sobre a importância da aparência no trabalho. Por ser um assunto que divide tantas opiniões surgiu assim a curiosidade de obter opiniões externas sobre o mesmo.

Quanto à estrutura deste trabalho, esta dissertação inicia-se com o capítulo da Introdução onde é feito um pequeno enquadramento do tema em estudo e onde são definidos os objetivos que se pretendem alcançar.

De seguida surge o capítulo da Revisão da Literatura. Neste serão estudados e aprofundados os vários tipos de auditoria que existem, incidindo principalmente na distinção entre auditoria interna e externa, sendo feito inicialmente um enquadramento teórico da auditoria.

Feita a distinção das auditorias e a abordagem às diferentes auditorias que possam surgir numa empresa, faz sentido falar sobre a evolução histórica desta, que é hoje uma profissão com grande visibilidade e responsabilidade. Juntamente com este tema, surgirá também o conceito de auditoria, definido por vários autores que abordam estes conceitos.

Depois de todo o contexto do tema relativo à auditoria, é importante abordar o assunto da ética e da independência do auditor. Assim estará presente neste estudo a importância atribuída a este assunto assim como ao seu conceito a nível profissional.

Numa fase seguinte, e ainda relativamente à revisão da literatura será feita uma abordagem ao tema “imagem”, onde será abordado o conceito do mesmo por vários autores. Seguidamente e numa fase final da literacia, o trabalho será direcionado para a imagem profissional do auditor.

O capítulo seguinte será dedicado à Metodologia, que contará com uma breve introdução de forma a explicar o conceito e a distinção entre o método qualitativo e quantitativo. Será ainda apresentado o modelo de análise com as quatro hipóteses de análise desenvolvidas com base nas questões de investigação.

O método utilizado para o desenvolvimento do caso prático será o questionário, de forma a dar resposta às hipóteses. Por um lado, será estabelecido um questionário direcionado a não auditores que dará resposta a 3 hipóteses (H₁ - O comportamento profissional do auditor pode estar relacionado com a sua imagem; H₂ - A decisão do cliente na contratação dos serviços de um auditor está relacionada com a perceção da imagem que detém em relação a esse auditor; H₃ - A imagem de uma firma de auditoria pode ser afetadas pela imagem do auditor.) Por outro lado, será estabelecida uma parte do questionário direcionado apenas aos auditores, para dar resposta à H₄ - A contratação de um auditor pode ser relacionada com a sua imagem.

Feita a apresentação da metodologia a utilizar e o modelo de análise em causa, surgirá o capítulo referente ao caso prático. Neste serão apresentados e analisados ao pormenor os resultados obtidos.

Por fim o capítulo dedicado às conclusões, onde serão abordados os resultados obtidos do estudo realizado. É ainda neste capítulo que serão apresentadas as limitações que surgirão durante o trabalho e possíveis orientações para futuras investigações.

CAPÍTULO I – REVISÃO DA LITERATURA

1 A Auditoria e o Auditor

1.1 Tipos de Auditoria

Existem vários tipos de auditoria – nomeando apenas algumas:

- Auditoria Financeira;
- Auditoria Tributária;
- Auditoria Operacional;
- Auditoria dos Sistemas de Informação;
- Auditoria Ambiental;
- Auditoria da Qualidade;
- Auditoria da Segurança e Higiene no trabalho;
- Auditoria fiscal;
- Auditoria de Conformidade;
- Auditoria do Setor Público;

No entanto as auditorias seguem uma de duas naturezas, interna ou externa.

A auditoria interna como o próprio nome indica é efetuada internamente na organização, por pessoas habilitadas e com vastos conhecimentos do funcionamento da empresa, com o objetivo de acrescentar valor à organização, de modo a otimizar os processos de governação eficaz e eficientemente e assim atingir os seus objetivos através de uma abordagem sistemática e disciplinada. De um modo geral este tipo de auditoria serve de apoio à Gestão da Organização.

“A auditoria interna é uma atividade independente, de garantia e de consultoria, destinada a acrescentar valor e melhorar as operações de uma organização” (*The Institute Of Internal Auditors* (IIA), 2009)

Pode-se considerar que a auditoria interna tem um papel fundamental dentro de uma organização, tendo um papel hierárquico bastante elevado por trabalhar sistematicamente no seu desempenho.

A profissão de auditoria Interna é representada e regulada pelo IIA, organização profissional internacional constituída em 1941 e representada a nível nacional pelo Instituto Português de Auditores Internos (IPAI), sendo esta responsável por certificar o trabalho. O IIA é o então responsável por estabelecer normas e princípios que regulam a

profissão, as *International Professional Practices Framework* (IPPF). Estas podem ter carácter obrigatório ou facultativo.

Já a auditoria externa é realizada por pessoas ou entidades externas à organização, que poderá incidir sobre várias análises sendo a mais frequente a relacionada com a análise das demonstrações financeiras.

Apesar de se considerar a existência de vários tipos de auditoria externa, a mais frequente é a Auditoria Financeira. Posto isto, o trabalho será remetido para a Auditoria Financeira.

Na tabela infra, estão sintetizados os objetivos da auditoria e as principais características da mesma.

Tabela 1 - O desenvolvimento da auditoria e os seus objetivos

Objectivos da auditoria	Principais características da técnica de auditoria
<ul style="list-style-type: none"> • Detecção de fraude (Pequena auditoria realizada antes de 1844 e limitada ao Balanço) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação detalhada das transacções e entradas de conta • Preocupação com a precisão aritmética e acordo entre os saldos das contas e o Balanço
<ul style="list-style-type: none"> • Detecção de fraude • Detecção de erros • Determinação da solvência/insolvência <p>(Auditoria obrigatória das empresas introduzida no Reino Unido em 1844. Apenas Balanço tem importância)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verificação detalhada das transacções e entradas de conta • Surgimento da observação física dos bens e utilização de provas externas • Preocupação com a precisão aritmética e acordo entre saldos de contas e Balanço
<ul style="list-style-type: none"> • Dar credibilidade das DF's preparadas pela gestão • A detecção de fraude de menor importância como objectivo de auditoria <p>(A ênfase passou gradualmente para Profit e Loss Statement, mas o Balanço também é importante)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mudança gradual para confiar nos controlos internos combinados com a verificação de amostras de provas • Maior ênfase dada à observação física e a outras provas fora dos "livros de contabilidade" • Preocupação com a verdade e justiça das demonstrações financeiras fornecidas pela gestão
<ul style="list-style-type: none"> • Dar credibilidade às DF's preparadas pela gestão • Prestação de serviços de consultoria de gestão • Aumento gradual da importância da deteção e denúncia de fraudes corporativas e outros actos ilegais 	<ul style="list-style-type: none"> • Exame de provas de uma grande variedade de fontes internas e externas à entidade • Emergência de sistemas contabilísticos e técnicas de auditoria baseados em computador • Surgimento e confiança na amostragem estatística • Abordagem do risco de auditoria - baseada em: <ul style="list-style-type: none"> - compreensão completa do cliente, do seu negócio e da sua indústria - identificação de prováveis declarações falsas materiais nas demonstrações financeiras através de revisão analítica - avaliação da confiança que pode ser colocada nos controlos internos das entidades auditadas
<ul style="list-style-type: none"> • Dar credibilidade às demonstrações financeiras e informação não financeira fornecida pela gestão em relatórios anuais • Prestação de serviços de consultoria de gestão (largamente suprimido como objectivo de auditoria desde 2002) • Maior responsabilidade na deteção e denúncia de fraudes e outros actos ilegais • Maior ênfase na comunicação de dúvidas sobre o estatuto de uma entidade auditada como "empresa em funcionamento". • Revisão das declarações de governação empresarial nos relatórios anuais de auditoria • Algumas garantias de relatórios de responsabilidade empresarial • Aumento da expectativa das autoridades reguladoras de que os auditores lhes comuniquem as questões que lhes preocupam 	<ul style="list-style-type: none"> • Anos 1990: Adoção de metodologias de auditoria centradas nos riscos empresariais dos clientes e medidas tomadas para mitigar esses riscos (abordagem do risco empresarial - risco das entidades auditadas não cumprirem os seus objectivos) • Maior confiança nos sistemas contabilísticos informatizados e nas técnicas informáticas • Pós-2002: Voltar à abordagem de risco de auditoria, mas com requisitos reforçados no que respeita à compreensão do cliente e do seu ambiente externo e interno • Procedimentos de auditoria mais rigorosos prescritos por normas de auditoria • Domínio das tecnologias da informação nos sistemas contabilísticos das entidades auditadas e no processo de auditoria • Adaptação da auditoria ao ambiente do e-commerce/e-business

Fonte: Principles of External Auditing (Porter, Simon e Hatherly 2014)

1.2 História e Conceito de Auditoria

A origem da palavra auditoria surge do latim *audire*, que significa ouvir.

O *Committee On Basic Auditing Concepts* (1973) define auditoria como sendo um processo sistemático de recolha e avaliação objetiva de evidência relacionada com asserções, de modo a verificar a veracidade dessas afirmações.

O IFAC afirma que a auditoria “é uma verificação ou exame feito por um auditor dos documentos de prestação de contas com o objetivo de o habilitar a expressar uma opinião sobre os referidos documentos de modo a dar aos mesmos a maior credibilidade.

Para Araújo (2001) “a auditoria é a comparação imparcial entre o facto concreto e o desejado, com o intuito de expressar uma opinião ou de emitir comentários, materializados em relatórios de auditoria”.

Segundo Crepaldi (2002) “pode definir-se auditoria como o levantamento, estudo e avaliação sistemática das transações, procedimentos, operações, rotinas e das demonstrações financeiras de uma entidade”.

A auditoria pode ser vista como uma inspeção às mais variadas atividades das organizações, de modo a concluir com a conformidade das mesmas com manuais internos, normas reguladoras da atividade, entre outras, que ofereça credibilidade à informação apresentada e conforto aos recetores da mesma.

Pode-se considerar que a auditoria existe desde sempre. Segundo Suárez (1990) os princípios da auditoria “são quase tão antigos como a própria história da humanidade”. Sá (1998) afirma que “existem provas arqueológicas de inspeções e verificações de registos realizadas entre a família real de Urukagina e o templo sacerdotal sumeriano e com referencia a mais de 4500 Antes de Cristo (A.C)”, e ainda que existem “relatos de auditoria realizadas nas províncias romanas”. À semelhança de Sá (1998), também Hayes (2005) defende que a auditoria surgiu por volta desse tempo no Egipto e na Babilónia, onde eram cobrados impostos e inspecionados os armazéns.

A auditoria propriamente dita, como conhecemos hoje em dia ganhou força com o desenvolvimento económico, uma vez que com este verificou-se um crescimento tanto a nível industrial, organizacional e do mercado financeiro. Vários estudos apontam para o

aparecimento deste conceito no decorrer do século XIV, em Inglaterra, quando foi implementada pelo governo como forma de controlar as contas públicas.

No entanto, foi a revolução industrial verificada em 1756 na Inglaterra, que impulsionou ainda mais a profissão, na medida em que existiu uma expansão de fábricas com um uso intensivo de capital. Desde então a auditoria assumiu-se no mundo ocidental, tendo sido considerada cada vez mais rigorosa. Em consequência, as próprias empresas começaram a adquirir este serviço e a formar funcionários nesta área, como forma de controlo, de maneira a refletir positivamente nos seus resultados. A auditoria surgiu uma vez que existia a necessidade de fiscalizar a cobrança de impostos, tendo o principal intuito de detetar eventuais fraudes.

Com o passar do tempo e já no século XIX, a auditoria financeira redirecionou-se para a verificação detalhada das transações ocorridas, em que o principal objetivo era a deteção de eventuais fraudes. Costa (2014), defende que o conceito de auditoria surgiu nesta altura com a publicação das primeiras normas de relato financeiro de auditoria.

No decorrer do ano 1948 o *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA), antigo *American Institute of Accountants* (AIA) publicou as *Generally Accepted Auditing Standards* (GAAS), que são compostas por 10 normas de auditoria, agregadas em 3 grupos, as normas gerais, normas relativas ao trabalho de campo e ainda as normas para a elaboração de relatórios.

Já na Europa a *Union Européenne des Experts Comptables Economiques et Financiers* (UEC), que foi criada em 1951 e que deu lugar à *Fédération des Experts Comptables Européens* (FEE) mais tarde, em 1986, criou um total de 20 normas, as *Auditing Statements* com o objetivo de atingir alguma padronização a nível europeu.

O final do século XX e início do século seguinte ficaram marcados pelas crises mundiais, onde rebentaram diversos escândalos. Os mais conhecidos foram os casos da *Enron*, *World Com* e *Parmalat*. Estes abalaram a confiança que os utilizadores das demonstrações financeiras. Segundo Teixeira (2006, p. 7), de forma a restabelecer essa confiança, surge em 2002 a *Sarbanes-Oxley Act* pela *Securities and Exchange Commission* “com o objetivo de cobrir práticas lesivas que possam expor as empresas a elevados níveis de risco”. Esta reforma centrava-se na credibilidade do trabalho de auditoria, de forma a dar segurança na fiabilidade à informação financeira das empresas e de certa forma combater a fraude mais eficientemente.

O início do século XX é marcado pelo surgimento do *Comité May* que estabeleceu que as sociedades cotadas, teriam obrigatoriamente de ser auditadas por profissionais independentes, como salvaguarda aos investidores, e ainda do *Security Exchange Commission* como consequência da depressão verificada nessa altura. Posteriormente surgem as primeiras normas de auditoria, criadas pelo *American Institute of Certified Public Accountants* fundado em 1887.

É importante ainda referir outra das reformas cruciais para a auditoria. Trata-se da *Ramsay Report*. Com o colapso da *HIH Insurance Ltd*, a segunda maior companhia de seguros na Austrália, a Comissão do Governo australiano elaborou algumas recomendações no sentido de aumentar a independência dos auditores ao longo do desenvolvimento dos seus trabalhos.

De acordo com Leung, Coram e Cooper (2007) as reformas abordadas anteriormente apresentaram melhorias na profissão, na medida em que a função do auditor tem que se adaptar aos interesses do público-alvo, eleva o cuidado a ter com o risco de fraude assim como a objetividade e independência durante todo o trabalho desenvolvido pelo profissional, e considera ainda que este deve manter o foco na satisfação das necessidades dos utilizadores da informação financeira.

É ainda um marco importante na regulamentação da auditoria a nível mundial a constituição da *International Federation of Accountants*. A *International Federation of Accountants* (IFAC) é uma organização independente que trabalha na elaboração de normas e estabelece conselhos e comités para o desenvolvimento das mesmas, como é o caso do *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) que emite as *International Statements on Auditing* (ISA), consideradas como normas de alta qualidade. Já a nível europeu, verificou-se a aprovação de diretivas, apelidadas pela Quarta, Sétima e Oitava diretivas do Conselho, que ajudou no desenvolvimento da auditoria, uma vez que deu origem à regulamentação a profissão. A Quarta diretiva, foi direcionada para as contas anuais de determinadas sociedades e a Sétima para as contas consolidadas. Com o surgimento destas duas, as preparações das demonstrações financeiras tiveram que respeitar o padrão estabelecido. Já a Oitava Diretiva surgiu como aprovação das pessoas que poderiam ser responsáveis pela fiscalização das contas.

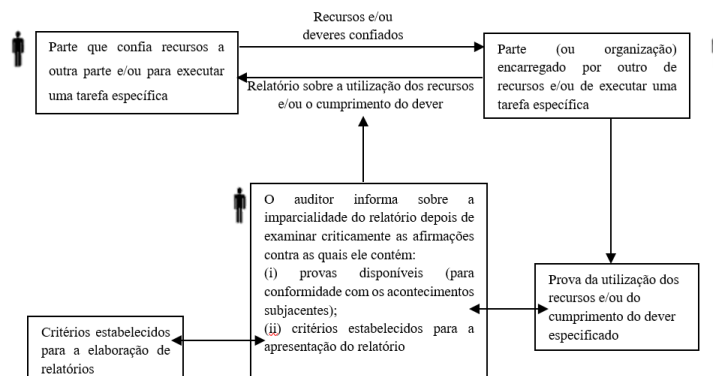
Tabela 2 - Evolução da auditoria

Período	Centro de desenvolvimento de auditoria	Principais características das empresas de negócios e ambiente de auditoria
Período medieval até 1844	Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • Indústrias artesanais • Empreendimentos comerciais individuais • Fim do século 18, Revolução industrial e emergência de organizações industriais
1844-1920	Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do número e dimensão das empresas • Separação entre propriedade e gestão • Emergência e aumento do número de contabilistas e auditores profissionais
1920-1960	Mudança do Reino Unido para os Estados Unidos da América no início da década de 1920	<ul style="list-style-type: none"> • Wall Street Crash (1929) e a Grande Depressão • Aumento da concentração de capital e crescimento de grandes empresas • Aumento da separação entre propriedade e gestores profissionais • Surgimento e importância crescente dos investidores institucionais • Surgimento de algumas (simples) normas de auditoria
1960-1990	Estados Unidos da América	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento contínuo de grandes empresas (com muitas aquisições e fusões) • Empresas cada vez mais multinacionais por natureza • Domínio da gestão profissional divorciada dos interesses de propriedade • Importância crescente da tributação • Domínio dos investidores institucionais • Concorrência crescente entre empresas e firmas de auditoria • Desenvolvimento de normas de auditoria mais numerosas e mais rigorosas • Crash da Bolsa de Valores (1987)
1990-2002	Principalmente os Estados Unidos da América, mas cada vez mais globais em foco	<ul style="list-style-type: none"> • Domínio das empresas globais e firmas de auditoria • Os avanços tecnológicos afetam todos os aspectos do ambiente corporativo/empresarial • Ação regulamentar para assegurar uma governação empresarial responsável • Aumento da pressão social para as empresas se tornarem socialmente responsáveis • Redução de 'Big 8' para 'Big 5' firmas de auditoria
Após 2002	Global	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da importância da China, Índia, Rússia e Brasil na economia global • Emergência de índices bolsistas de empresas socialmente responsáveis • Redução de "Big 5" para "Big 4" firmas de auditoria • Adoção quase universal de normas internacionais de contabilidade e auditoria (que não pelos EUA) • Aumento da regulamentação da auditoria externa em praticamente todos os países do mundo • 2008-2009 Crise financeira e 2011-? Crise da Zona Euro

Fonte: Principles of External Auditing (Porter, Simon e Hatherly 2014).

A tabela 2 sintetiza os dados históricos abordados anteriormente. Na figura seguinte é possível identificar as principais características de uma auditoria e o seu processo.

Figura 1 - Principais Características de uma auditoria



1.3 Ética, Deontologia e Independência

No desempenho das suas funções o auditor deve ser imparcial e livre de toda e qualquer particularidade que condicione a sua opinião e coloque em causa a sua independência.

O significado de independência remete para “estado ou qualidade de não se achar sob domínio ou influência estranha; condição de quem não precisa de ajuda material de outrem” (<https://dicionario.priberam.org/independ%C3%Aancia>).

Para Marques (1997) a independência “é uma das questões fundamentais para o bom desempenho da função da auditoria e, conseqüentemente, para a utilidade do serviço prestado”.

No mesmo sentido, Barrote (2010) afirma que o auditor deve recusar todo o trabalho que reduza a sua capacidade de julgamento profissional e a sua independência.

Schandl (1978) considera que a independência é a “garantia de que os interesses a nível pessoal e material, bem como as emoções de um qualquer auditor, mantêm-se intactos, e não são afetados por terceiros, por ter expresso a sua opinião, o seu julgamento, conclusões ou decisões que tenha tomado”

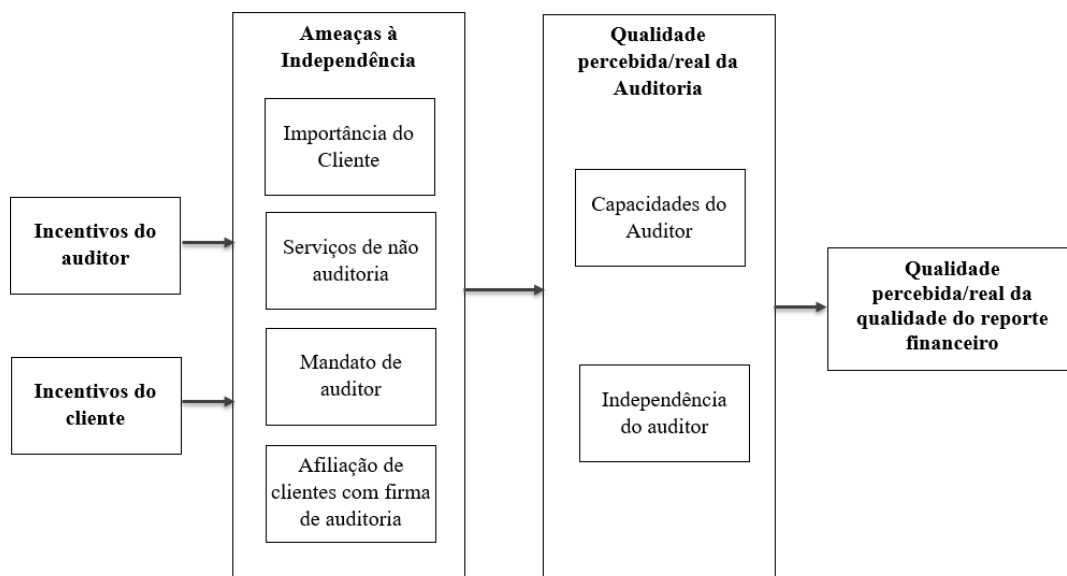
Segundo a ISA 200 - Objetivos gerais do auditor independente e condução de uma auditoria de acordo com as normas internacionais de auditoria - a independência está estritamente ligada como a capacidade do auditor agir com integridade. Quanto mais independente maior será a sua capacidade de formar uma opinião limpa de qualquer influência.

O Código de Ética da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (CEOROC) refere que o auditor deve ser independente tanto na mente como na imagem. A independência da mente mencionada neste código vai de encontro com o já referido nos parágrafos anteriores. Trata-se, portanto, do auditor ser livre de opiniões que possam estar manipuladas por questões não profissionais, que afetem a qualidade do seu trabalho. No caso da independência da imagem, o código sugere que o auditor deve evitar determinando factos ou circunstâncias que possam levar terceiros a tirar elações acerca da integridade, objetividade ou ceticismo profissional, tanto do auditor, a nível particular, como da firma que integra.

De forma a não colocar a sua independência em causa e conseqüentemente a sua profissão, o auditor não deve aceitar trabalhos que por algum motivo interfiram na liberdade do seu julgamento.

A independência do auditor está estritamente ligada com a qualidade do seu trabalho, na medida em que um auditor não consegue ser imparcial se não for independente

Figura 2 - Impacto da Independência na qualidade da auditoria



Fonte: Auditor Independence and Audit Quality: A literature Review

A figura 2 ilustra de uma forma simplificada o impacto que a independência do auditor tem sobre o seu trabalho. Várias são as ameaças possíveis que possam colocar em causa a independência do auditor, seja a importância do cliente, os serviços prestados para além da auditoria, o mandato do auditor e ainda afiliação de clientes com a empresa que audita as suas contas. Todos estes fatores mencionados podem afetar a qualidade do auditor, uma vez que a sua independência pode ser afetada e as suas capacidades enquanto auditor influenciada. Conseqüentemente a qualidade do trabalho do auditor estará comprometida.

Barrote (2010) afirma que “o revisor oficial de contas deve atuar livre de qualquer pressão, influência ou interesse e deve evitar factos ou circunstâncias que sejam suscetíveis de comprometer a sua independência, integridade e objetividade”

1.4 Auditor e os seus princípios

À semelhança de auditoria, o termo auditor surge também do latim, como aquele que ouve. O significado de auditor remete para:

“o que ouve; pessoa, geralmente externa, que analisa as contas e normas de uma empresa, de forma a averiguar a existência de fraudes; perito encarregado de emitir pareceres sobre determinada área da sua especialidade” (<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/auditor>).

William (1998) defende que este termo tem origem inglesa “to audit”, que é utilizado não só para o ramo de contabilidade, mas também para outras atividades distintas, mas com finalidades semelhantes.

O auditor é hoje em dia aquele que faz auditoria, que supervisiona determinada área, de modo a oferecer credibilidade à informação das organizações, seja de origem financeira ou não financeira.

Da pessoa que faz auditoria, espera-se que cumpra com determinados princípios básicos que acrescentem valor à figura idealizada do auditor.

Tabela 3 - Princípios do auditor

Princípios	Definição
Integridade	" estado do que não sofreu dano ou modificação " (https://dicionario.priberam.org/integridade)
Objetividade	" característica de uma opinião ou atitude que não se deixa influenciar por sentimentos ou preferências, sendo imparcial " (https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/objetividade)
Competência e zelo profissional	"qualidade de quem é capaz de resolver determinados problemas ou de exercer determinadas funções; aptidão " (https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/competencia)
Zelo	" diligência e pontualidade em qualquer serviço " (https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/zelo)
Confidencialidade	"manutenção do segredo de uma informação ou informações " (https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/confidencialidade)
Profissionalismo	"cumprimento do trabalho com seriedade, rigor, competência; procedimento do que é bom profissional " (https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/profissionalismo)

Fonte: Elaboração própria com base nos princípios fundamentais do CEOROC

Os princípios considerados na tabela 3 são estabelecidos pelo CEOROC. Apesar do Código ser direcionado para auditores financeiros e Revisores Oficiais de Contas, são também aplicados a todos os outros tipos de auditores.

Segundo o CEOROC (2011) o auditor deve:

- Ser íntegro – “correto e honesto em todos os relacionamentos profissionais e comerciais;

- Ser objetivo - “não permitir ambiguidades, conflitos de interesses ou influência indevida de outrem que se sobreponham aos julgamentos profissionais”
- Ser competente e ter zelo profissional – “manter conhecimentos e competências profissionais no nível exigido para assegurar que o cliente receba serviços profissionais de qualidade em resultado do desenvolvimento de práticas correntes, da legislação e das técnicas, e atuar com diligência e de acordo com as normas técnicas e profissionais aplicáveis”
- Ser confidencial – “respeitar a confidencialidade da informação recolhida em resultado de relacionamentos profissionais e, conseqüentemente, não divulgar quaisquer informações a terceiros sem a devida autorização, salvo se existir um direito ou um dever legal ou profissional de divulgar, nem usar a informação para vantagem pessoal ou de terceiros”
- Apresentar um comportamento profissional – “cumprir as leis e regulamentos relevantes e evitar qualquer ação que desacredite a profissão.”

O auditor deve então ser conservador e respeitar todos estes princípios. Sendo a auditoria uma provisão bastante exposta devido ao risco associado, é importante que o profissional tenha em mente a sua importância. Este deve apresentar sempre um comportamento ético e formal, de modo a oferecer confiança aos clientes ou potenciais.

Durante toda a relação com as entidades, sejam clientes ou não, o auditor deve apresentar uma postura discreta, restringindo-se a comentários e observações apenas necessários e relacionados com o seu serviço. Deve evitar situações que possam colocar em causa o seu profissionalismo e a percepção que os terceiros possam ter sobre a sua postura. Este deve ainda manter-se informado e bem informado, de modo a conseguir dar resposta simples e clara.

No entanto deve existir uma linha ténue entre o cumprimento dos princípios e a identidade do auditor. Aqui entra o tema da imagem do auditor.

2 Imagem

2.1 Conceito

O conceito de imagem reporta um “conjunto de conceitos e valores que as pessoas ou o público associam a determinada pessoa, produto ou instituição” (<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/imagem>).

A imagem não possuiu uma definição universalmente consensual e unânime, uma vez que, em torno do mesmo gravita um elevado índice de subjetividade e aglomeração de diversas variáveis intrínsecas e extrínsecas.

De acordo com Gomes e Sapiro (1993), a imagem atua numa envolveria de intangibilidade e inacessibilidade, isto porque deriva do campo do abstrato, pelo que conseqüentemente não é possível quantificar a mesma.

Com o intuito de atestar o grau de complexidade, Moscovici (1961) indica que a construção da imagem se encontra intimamente correlacionada e dependente das representações originadas, sendo que a partir destes elementos surgem associados canais de comunicação e expressão singulares.

No prosseguimento deste fator, Aaker (1991) enfatiza o carácter oscilante deste conceito, proferindo que com base na imagem é possível orientar comportamentos e direcionar a comunicação, acrescentando ainda uma variável vital: as representações que constroem a imagem, detêm em aberto a possibilidade de corresponder ou não à verdade objetiva, o que conseqüentemente reforça a premissa de não ser possível delimitar na totalidade o significado universal de imagem.

Neste sentido, Enis (1967) procura orientar a definição de imagem, essencialmente, para todas as percepções sensoriais e correlações do pensamento associadas a uma determinada entidade. Considerando, tal como anteriormente mencionado, a imagem sob o prisma do abstrato, o autor defende que a imagem é um processo de simplificação da realidade, de modo a atingir um maior domínio sobre a referida entidade.

Desta forma, Bosi (1974) acredita que a imagem mental e visualização funcionam de modo integrado, pelo que os principais resultados desta relação são as formas de aparecer e parecer, ou seja, uma determinada entidade aparece à visão despoletando assim a aparência, pelo que o seu tratamento e reprodução posterior se parece com o que anteriormente apareceu.

Este *modus operandi* do entendimento da imagem e da sua representação confere, impreterivelmente, um carácter de multidimensionalidade e intemporalidade.

Considerando os factos, previamente descritos, é possível afirmar que o nosso quotidiano é construído com base em imagens e sistemáticas interpretações que, conseqüentemente, condicionam a nossa tomada de decisão e execução.

Este fenómeno contempla uma ampla área de aplicação, possuindo assim uma pegada bem vincada em vários vértices socioculturais (Joly, 1994).

Transpondo de um campo geral para um campo mais específico e concreto, a nível profissional a imagem é um componente vital que detém a capacidade de reger e influenciar decisões, por via da perceção psicológica da mesma, para além do nível de performance ou conhecimento de um determinado indivíduo (Jiang, 2019).

Os autores acrescentam e referem que as impressões podem ser geridas de duas formas estratégicas, nomeadamente, a adoção de uma postura assertiva ou defensiva.

A estratégia assertiva visa, sobretudo, a melhoria da identidade social e/ou a promoção de uma melhor perceção da imagem sob a ótica dos demais. Por seu turno, a abordagem defensiva procura acima de tudo prevenir danos, não colocando assim em causa a identidade social ou parecer dos restantes sujeitos.

Para além destes elementos correlativos entre a imagem e o âmbito profissional, é despoletado um tópico que se depreende com o alinhamento entre a imagem do profissional e a imagem da organização para a qual presta determinado contributo/serviço.

De acordo com Rho (2015), a imagem de uma organização é um ponto crucial, na medida em que é um canal de atração e retenção dos elementos internos e externos que a constituem. A imagem organizacional pelos seus membros integrantes é, invariavelmente, o conjunto de perceções construídas com base em experiências e julgamentos – identidade organizacional percebida – para além dos julgamentos e diretrizes provindas por elementos externos à organização – imagem externa interpretada.

Em suma, para Herrbach e Mignonac (2004) esta relação de simbiose entre imagens propicia e gera das seguintes potencialidades:

- O nível de identificação entre a imagem de um profissional e a imagem de uma organização e o seu grau de envolvência com a causa-efeito possui uma fórmula de proporcionalidade direta;
- Evolução positiva da satisfação profissional e conseqüente aumento da produtividade, agregado a fatores como compromisso e bem-estar organizacional;
- A gestão da imagem considerando o seu alinhamento e identificação com os demais atores reduz o número de ausências e situações de desagrado;

- Promoção de prestígio externo percebido.

2.2 Impacto da imagem do auditor

A imagem do profissional de auditoria, à margem das demais atividades, deve considerar de forma presente e sistemática o carácter decisivo que a imagem pode ter na obtenção de sucesso e resultados.

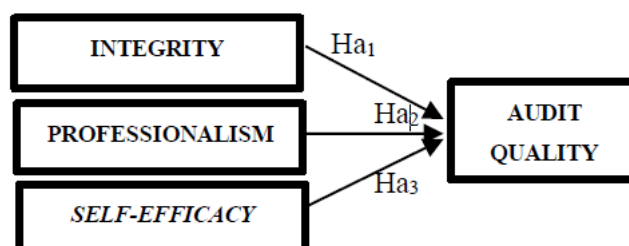
Esta premissa adquire um maior relevo no âmbito da auditoria, uma vez que, o grau de identificação do cliente com a imagem do auditor pode constituir-se como um ponto de bloqueio ou não. Esta gestão de expectativas e percepções pode influenciar o potencial desempenho do auditor nas suas atividades (Bamber e Iyer, 2005).

De acordo com Pickett (2012), o conceito da imagem do auditor independente, na sua plenitude, é a construção de várias imagens positivas, nomeadamente:

- Objetividade;
- Imparcialidade;
- Visão singular e imune a fatores desviantes;
- Opinião válida;

Além dos pontos previamente exibidos, importa salientar os aspetos do comportamento humano que são uma parte integrante da composição estrutural da imagem de um auditor, na medida em que, para além das capacidades profissionais teórico-práticas inerentes à função, a habilidade de se relacionar com os demais intervenientes no processo de auditoria é um fator complementar valioso. Posto isto, a materialização desta capacidade comportamental possui um denominador que pode ser decisivo no seu nível de alcance, nomeadamente, a imagem percebida.

Figura 3 - Elementos Conceptuais da Imagem de Qualidade na Auditoria.



Fonte: The Impact of Integrity, Professionalism, and Self-Efficacy of Auditors on Audit Quality (Ardillah, K. 2021)

Os requisitos que visam a obtenção de uma auditoria de qualidade ramificam-se, isto porque, a imagem percebida pelas empresas contratantes é heterogénea, pelo que o auditor deve aglomerar em si um conjunto vasto e diversificado de características que lhe irá permitir e facilitar nos processos de adaptação e ajustamento ao contexto em questão.

Segundo Kartika e Pramuka (2019), o processo de auditoria deve seguir determinados padrões *standards*, canalizados de modo a produzir uma imagem de qualidade. Os referidos parâmetros depreendem-se com o código profissional de ética e as suas responsabilidades subjacentes, trâmites de confidencialidade, competência e profissionalismo.

Com base em tudo o que já foi referido até então, é importante realçar que a imagem do auditor pode criar um impacto positivo ou negativo na opinião externa sobre o seu trabalho, podendo até ser relacionado com o seu profissionalismo.

O auditor deve, portanto, apresentar-se responsabilmente, consciente de que a aparência tem um peso brutal na sociedade em que está inserido. Assim não basta apenas ser um bom auditor, é necessário chamar à atenção pelos melhores motivos e encontrar formas de ser bem considerado pelas entidades que possam estar interessadas no seu trabalho.

Desta forma o auditor deve ter bem patente que representa não só uma firma, ou o seu trabalho individual, mas também uma comunidade de auditores. É por isso importante encontrar meio termo entre a sua imagem e a imagem esperada por um profissional de auditoria.

3 Questões de Investigação

Com base nas temáticas abordadas até então, foram elaboradas as seguintes questões de investigação:

1. Segundo o CEOROC (2011) o auditor deve cumprir princípios fundamentais como a integridade, objetividade, competência e zelo, confidencialidade e comportamento profissional.

O que se espera de um comportamento profissional adequado a um auditor?

2. Segundo o CEOROC (2011) a independência compreende a independência da mente e da aparência.

De que forma o auditor pode ser independente na sua aparência?

3. Segundo Monteiro (2002) o nosso século habituou-nos a esperar de algumas imagens a revelação de verdades.

Até que ponto é possível perceber a verdade de um auditor pela sua imagem?

4. Segundo Jiang, (2019) a nível profissional a imagem é uma componente vital que detém a capacidade de reger e influenciar decisões, por via da perceção psicológica da mesma, para além do nível de performance ou conhecimento de um determinado indivíduo

De que forma pode a imagem do auditor influenciar a decisão do cliente?

5. Segundo Rho (2015), a imagem de uma organização é um ponto crucial, na medida em que é um canal de atração e retenção dos elementos internos e externos que a constituem.

Qual a imagem que se espera de uma firma de auditoria atrativa?

6. Segundo Rho (2015) a imagem organizacional pelos seus membros integrantes é, invariavelmente, o conjunto de perceções construídas com base em experiências e julgamentos – identidade organizacional percebida – para além dos julgamentos e diretrizes provindas por elementos externos à organização – imagem externa interpretada.

Pode a imagem do auditor afetar a imagem externa interpretada da firma de auditoria?

7. Segundo Pickett (2012), o conceito da imagem do auditor independente, na sua plenitude, é a construção de várias imagens positivas, nomeadamente objetividade, imparcialidade, visão singular e imune a fatores desviantes e opinião válida.

A imagem do auditor pode impactar a sua contratação?

4 Metodologias de Investigação

A palavra metodologia tem origem grega “*metà*” que significa “para além de”, “*odòs*” com o significado de “caminho” e ainda “*logo*” que representa “estudo”.

Este conceito remete imediatamente para métodos de investigação, sendo que metodologia é todo um processo elaborado para atingir um determinado objetivo. Dentro dos vários tipos de metodologias, o que se adequa a este tipo de investigação é a científica. Esta estuda um fenómeno, em busca de respostas.

Conforme relata Bell (1997) “uma investigação é conduzida para resolver problemas e para alargar conhecimentos sendo, portanto, um processo que tem por objetivo enriquecer o conhecimento já existente”

Para Prodanov e Freitas (2013) a metodologia é a “aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observados para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar a sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade”

A metodologia científica é o estudo dos métodos que serão necessários para o desenvolvimento de um trabalho científico. Neste sentido Fortin (199) sugere que esta tem elevada importância uma vez que “assegura a fiabilidade e a qualidade dos resultados da investigação”. O mesmo reforça ainda que é essencial “escolher um desenho apropriado segundo se trata de explorar, de descrever um fenómeno, de examinar associações e diferenças ou de verificar hipóteses”.

Matos (2012) defende que “há quase um século que a comunidade científica das ciências sociais discute a oposição entre métodos qualitativos e quantitativos”.

Platt (1992) afirma que foi no virar do século XX que surgiu a bifurcação entre os dados qualitativos e quantitativos.

A metodologia de investigação pode então ser classificada quanto à sua abordagem como qualitativa ou quantitativa e pode-se ainda considerar o método misto que agrega os dois anteriores.

4.1 Tipologia de pesquisa

De uma forma geral, enquanto o método quantitativo utiliza dados estatísticos para dar resposta à investigação, o método qualitativo utiliza informação explicativa para desenvolver as respostas às questões.

Os dados quantitativos podem ajudar a entender o panorama geral do estudo. Já os qualitativos incluem pormenores que o método anterior não permite perceber. No entanto um método não impossibilita a utilização do outro, podendo até ser bem útil para complementar falhas um do outro.

Tabela 4 - Diferenças entre método qualitativo e quantitativo

Método Qualitativo	Método Quantitativo
Compreender os fenômenos através da recolha de dados narrativos estudando as particularidades e experiências individuais.	Compreender os fenômenos através da recolha de dados numéricos, apontando preferências, comportamentos e outras ações dos indivíduos que pertencem a determinado grupo ou sociedade.
Questionários abertos, entrevistas e observações que não são codificadas usando um sistema numérico.	Codificados de forma numérica.
Utilizado para entender os motivos, opiniões e motivações subjacentes. Fornecidas informações sobre um problema ou ajuda para desenvolver ideias ou hipóteses. Utilizado para descobrir tendências de pensamento e opiniões.	Utilizada para quantificar um problema por meio da geração de dados numéricos ou dados que podem ser transformados em estatísticas utilizáveis. A quantificação de atitudes, opiniões e comportamentos são utilizados para generalizar os resultados de uma população
Subjetivo, orientado aos processos.	Objetivo, orientado para os resultados.
Selecionada. Utiliza-se uma amostra pequena, a fim de obter uma compreensão aprofundada.	Aleatória. É selecionada uma amostra representativa grande, a fim de generalizar resultados para uma população.
Alguns métodos comuns incluem grupos focais (discussões em grupo), entrevistas individuais e observações.	Questionários online, questionários impressos, entrevistas presenciais, telefônicas ou digitais, estudos longitudinais, interceptores de sites e observações sistemáticas.
Os dados brutos estão em palavras e são analisados em curso. Envolvem o uso de observações e comentários para se chegar a uma conclusão.	Os dados brutos são número e são analisados no final do estudo, utilizando cálculos estatísticos para se chegar a uma conclusão.
As conclusões são provisórias e podem mudar. São revistas de forma contínua.	As conclusões e generalizações são formuladas no final do estudo, declaradas com grau de certeza predeterminado.

Fonte: Elaboração própria

Augusto (2014) refere que “estar do lado das metodologias quantitativas implica, tão só, preferir usar inquéritos e análises e análises estatísticas para investigar a realidade, e que estar do lado das metodologias qualitativas significa optar por histórias de vida ou entrevistas em profundidade”

Como já foi referido, este estudo tem como objetivo entender a percepção que existe sobre a imagem do auditor, quer por parte do público em geral, quer por parte do próprio auditor. Para isso foi utilizada uma abordagem quantitativa, por ser a mais indicada, uma vez que permite mensurar as respostas dos entrevistados de forma a obter resultados que vão confirmar ou rejeitar as hipóteses iniciais.

4.2 Hipóteses de Investigação

Das questões de investigação surgem assim as hipóteses, tal como mencionam Tuckman e Harper (2012).

Tabela 5 - Questões de investigação e respetivas hipóteses de análise

Questões de Investigação	Hipótese de análise
1. O que se espera de um comportamento profissional adequado a um auditor?	1. O comportamento profissional do auditor pode estar relacionado com a sua imagem.
2. De que forma o auditor pode ser independente na sua aparência?	
3. Até que ponto é possível perceber a verdade de um auditor pela sua imagem?	2. A decisão do cliente na contratação dos serviços de um auditor está relacionada com a percepção da imagem que detém em relação a esse auditor.
4. De que forma pode a imagem do auditor influenciar a decisão do cliente?	
5. Qual a imagem que se espera de uma firma de auditoria atrativa?	3. A imagem de uma firma de auditoria pode ser afetada pela imagem do auditor.
6. Pode a imagem do auditor afetar a imagem externa interpretada da firma de auditoria?	
7. A imagem do auditor pode impactar a sua contratação?	4. A contratação de um auditor pode ser relacionada com a sua imagem.

Fonte: Elaboração própria

4.3 Modelo de Análise

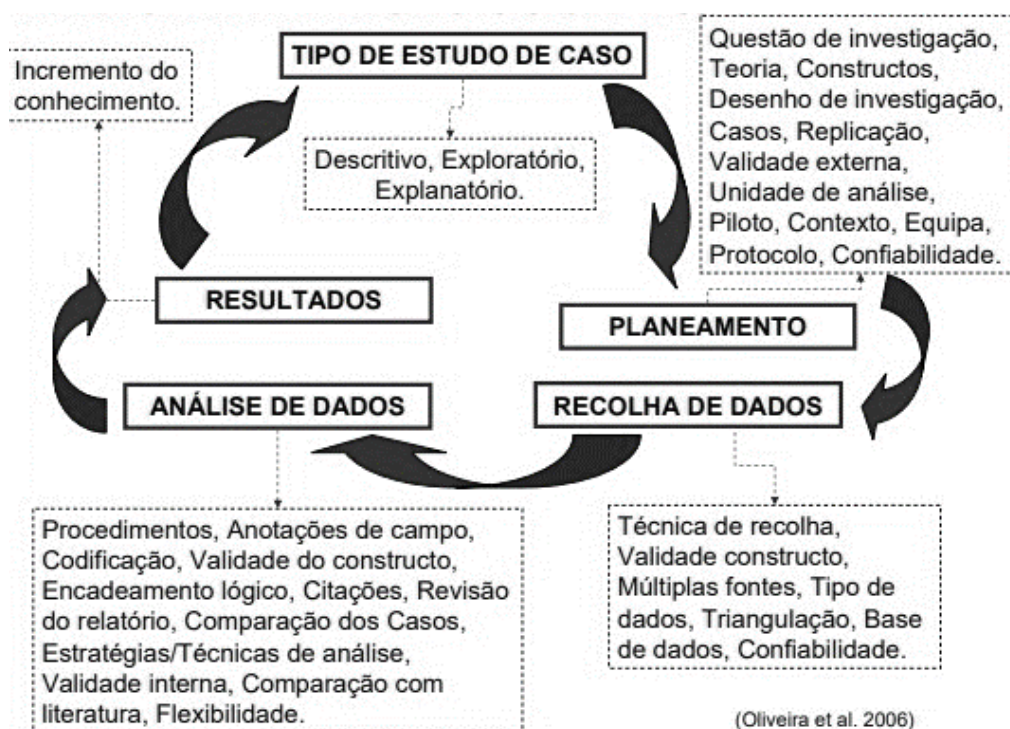
Para Quivy e Campenhoudt (2008) a construção de um modelo de análise de conteúdo é um trabalho complexo e serve de apoio ao trabalho exploratório.

Costa (2011) assume o objetivo da construção do modelo de análise como dar forma conceptual às ideias, de modo a que as mesmas sejam capazes de fundamentar o trabalho de recolha e análise dos dados da observação. Para o autor “trata-se de traduzir ideias teóricas, ou conceitos, em noções operacionais no âmbito da observação no terreno”.

Segundo Costa (2011), o ponto de partida é a uma determinada problemática traduzida numa pergunta inicial. Com base nos conceitos relacionados com o problema estudado surgem hipóteses, como hipotéticas respostas à pergunta que impulsiona todo o modelo.

Para Serrano (2004) o estudo de caso é capaz de oferecer uma panóplia de possibilidades de estudo.

Figura 4 - Framework para a análise do estudo de caso

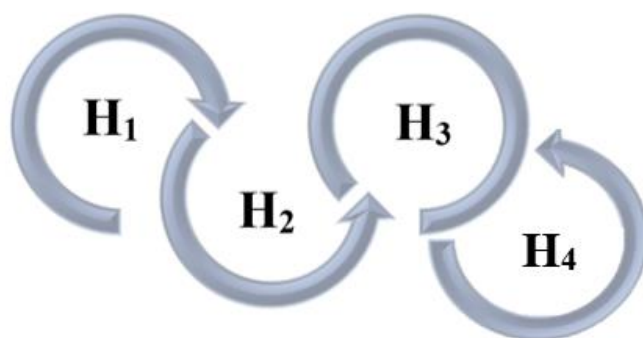


Fonte: Oliveira (2006)

A figura 4 sugere as várias etapas de um estudo de caso, com o seu início no planeamento. Nesta fase é efetuada uma investigação e com base nessa são elaboradas questões de investigação. Segue-se a recolhas de dados de diversas fontes, que dão lugar a um conjunto de dados que servem de base para a análise e obtenção de resultados. Por fim surgem, portanto, as conclusões do trabalho elaborado.

Neste caso é proposto o seguinte modelo de análise:

Figura 5 - Modelo de análise



Fonte: Elaboração própria

O modelo supra indicado considera 4 hipóteses a serem testadas com a mesma ponderação.

4.4 População e amostra

O estudo está direcionado para a perceção do impacto da imagem do auditor na auditoria na sociedade em geral, tanto por parte dos auditores como dos não auditores. O objetivo é intersear as pessoas que lidam com auditores no seu meio laboral e o como idealizam o profissional da auditoria, e aquelas que não cruzem trabalho com auditores, mas que conheçam a profissão.

No contexto desta investigação a população são pessoas singulares, maiores de idade (≥ 18 anos), residentes em Portugal, com opinião sobre a influência que a imagem do auditor pode ter no desempenho das suas funções e na sua escolha, para além da forma como a sociedade espera que o mesmo se apresente em Portugal. A amostra, será o conjunto de indivíduos de acordo com as características mencionadas anteriormente que vão responder ao questionário.

4.5 Recolha de dados

O método de recolha de dados utilizado será o questionário, por ser o método mais indicado para chegar a mais pessoas e obter mais resultados, de forma a aumentar o tamanho da amostra. Quanto maior a amostra, mais informações são recolhidas sobre a população, resultando em resultados mais precisos e confiáveis. Desta forma o questionário foi enviado para várias pessoas conhecidas, assim como publicado em várias redes sociais.

Os questionários podem ser elaborados de várias formas, contendo questões de resposta aberta onde o inquirido pode responder livremente, e de resposta fechada, onde são dadas opções e terá de ser escolhida uma delas, ou então um questionário misto, onde estão presentes as duas modalidades anteriores. Neste estudo de caso é utilizado o questionário maioritariamente de resposta fechada de modo a obter respostas às hipóteses de investigação.

Segundo Fortin (2009) os questionários são uma ferramenta de grande utilidade que se traduz na obtenção de dados de forma rigorosa.

O questionário será desdobrado em duas partes, uma para auditores e a outra para pessoas que não exercem auditoria como profissão. Esta estrutura, visa perceber a opinião sobre a imagem do auditor do ponto de vista do mesmo e da sociedade em geral.

Inicialmente existem 4 perguntas destinadas a todos inquiridos. A primeira é a única de resposta aberta e é referente à idade do inquirido. Todas as restantes são de resposta fechada com opções de resposta.

O questionário destinado a auditores é composto por 22 questões com respostas fechadas de carácter obrigatório, com opções de resposta, em que o inquirido pode seleccionar apenas uma. Para 18 destas questões, foi adotada a escala de *Likert*, com 5 níveis de concordância:

1. Discordo totalmente;
2. Discordo;
3. Não concordo nem discordo;
4. Concordo;
5. Concordo totalmente.

Para as 4 questões restantes foram dadas apenas 2 opções:

1. Sim;
2. Não.

Para o questionário destinado a não auditores foram elaboradas 30 questões, que apenas uma teve as 2 opções referidas no parágrafo anterior. As restantes 29 questões de resposta também fechada tinham como opção os 5 níveis de concordância já abordados anteriormente.

A recolha de dados foi efetuada através da plataforma “*Google Forms*”, por esta ser uma ferramenta completa que permite acompanhar as respostas obtidas em tempo real.

Os dados obtidos através das respostas ao questionário serão devidamente analisados no ponto seguinte deste estudo.

5 Apresentação e análise dos dados obtidos

O objetivo deste capítulo é apresentar e analisar os resultados obtidos nas várias respostas ao questionário. Para efetuar a análise dos dados, recorreu-se a técnicas da estatística descritiva utilizando para o efeito os *Softwares* Microsoft Excel e IBM SPSS *Statistics*, como ferramentas auxiliares.

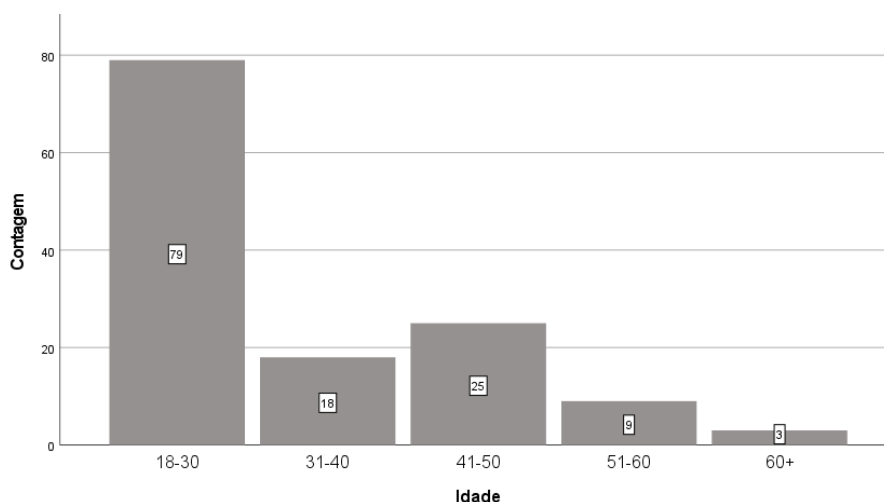
De modo a facilitar a análise e a perceção das respostas recolhidas, os dados serão apresentados em forma de gráficos e tabelas.

5.1 Caracterização da amostra

Foram recolhidas 134 respostas, sendo que a idade dos inquiridos está compreendida entre os 19 e os 68 anos, com uma idade média de aproximadamente 33 anos e uma variabilidade medida pelo desvio-padrão de aproximadamente 11 anos. A mediana é de 28 anos, o que significa que 50% dos inquiridos têm 28 anos ou menos e os restantes 50% têm 28 anos ou mais.

O coeficiente de assimetria é $1,027 > 0$, logo a distribuição é assimétrica positiva, o que significa que nesta amostra predominam as idades mais novas, como se pode observar no gráfico 1.

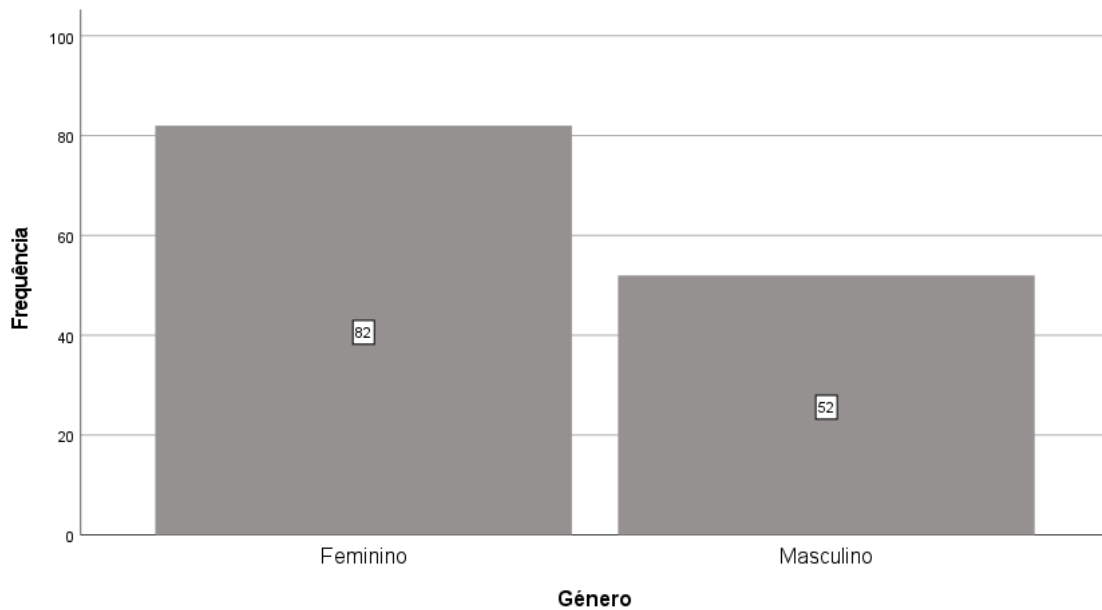
Gráfico 1 - Distribuição dos inquiridos nas diferentes faixas etárias



Fonte: Elaboração própria

De acordo com o gráfico 2, podemos observar algum desequilíbrio de género, predominando o género feminino, com 61% (82 inquiridas), enquanto que no género masculino temos 39% (52 inquiridos).

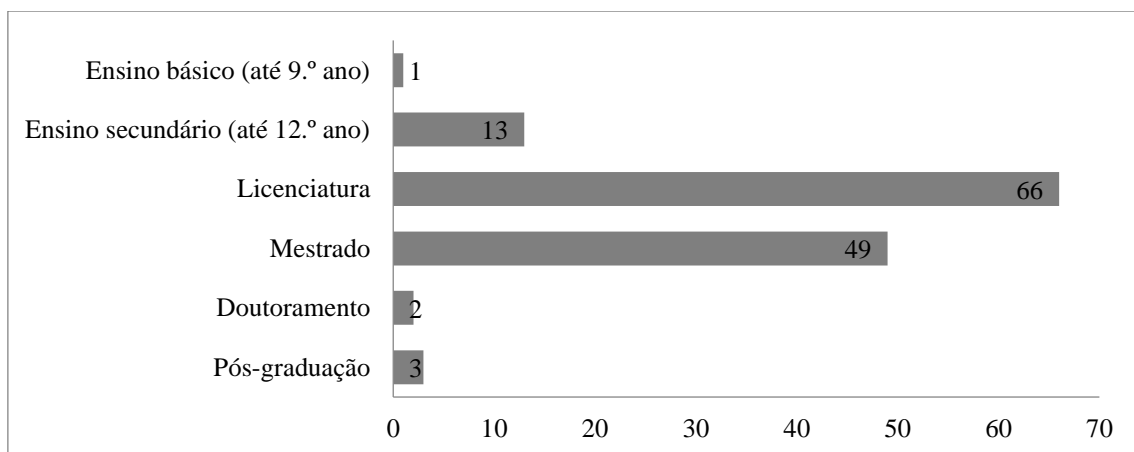
Gráfico 2 - Género dos inquiridos



Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito às habilitações literárias, apenas 14 inquiridos não têm curso de ensino superior. Os restantes inquiridos têm entre licenciatura, pós-graduação, mestrado ou doutoramento, sendo a licenciatura a habilitação mais frequente, que conta com 66 inquiridos (49,25%), seguida pelo mestrado com 49 inquiridos (36,57%). Os dados referidos podem ser analisados no gráfico 3.

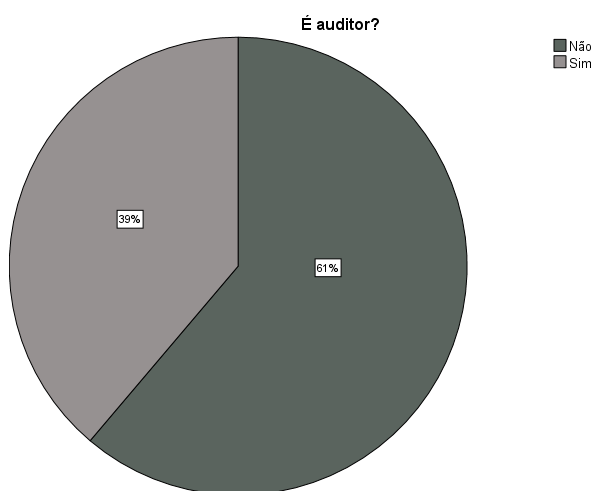
Gráfico 3 - Nível de escolaridade



Fonte: Elaboração própria

Dos inquiridos, 39% (52) são auditores, sendo os restantes 61% (82) não auditores (ver Gráfico.4).

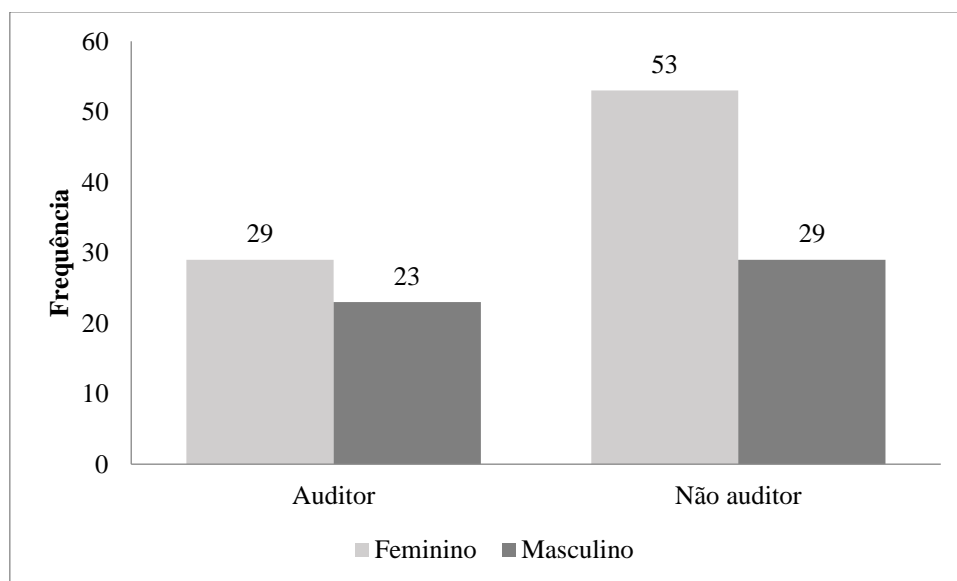
Gráfico 4 - Auditor e Não Auditor



Fonte: Elaboração própria

Dos 52 auditores, 29 (55,77%) são do gênero feminino e 23 (44,23%) do gênero masculino. Dos 82 não auditores, 53 (64,63%) são do gênero feminino e 29 (35,37%) do gênero masculino, conforme gráfico 5.

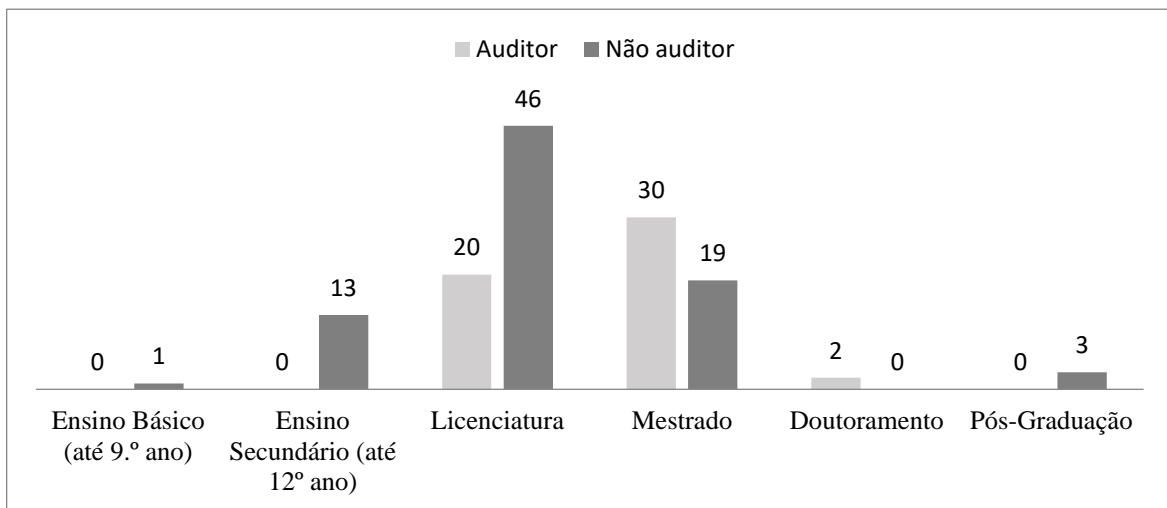
Gráfico 5 - Gênero



Fonte: Elaboração própria

No que diz respeito às habilitações literárias dos 52 auditores, 38,46% (20 auditores) são licenciados, 57,69% (30 auditores) são mestres e 3,85% (2 auditores) são doutorados (Gráfico 6).

Gráfico 6 - Habilitações literárias



Fonte: Elaboração própria

5.2 Análise dos dados obtidos

Após a análise das primeiras questões de caracterização é possível perceber que a amostra está dividida em dois grupos distintos, auditores e não auditores. Uma vez que a percepção destes sobre o assunto “Imagem do Auditor” pode variar, foram efetuados questionários independentes para estes dois grupos.

Para facilitar, as questões foram classificadas como “NA” as referentes ao questionário destinado a não auditores e “A” as questões referentes ao questionário dos auditores. A numeração atribuída a cada questão, pode ser consultada nos apêndices.

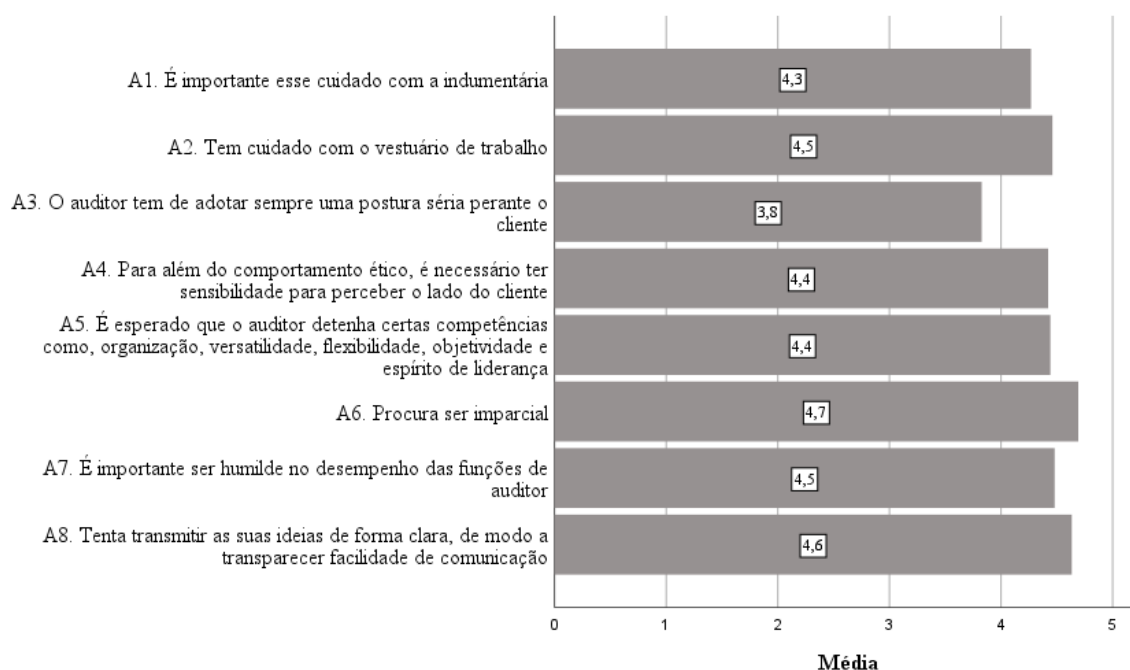
No questionário para auditores foram definidas 22 questões que serão analisadas de seguida. A H₄ está relacionada com as questões A22 e da A9 à A17.

Nas primeiras 8 questões (A1 a A8) o objetivo seria perceber o comportamento do auditor perante o desempenho das suas funções e a sociedade. De modo geral há um elevado nível de concordância de que estes aspetos podem comprometer a imagem do auditor, impactando na sua contratação. O gráfico 7 mostra então o nível médio de concordância das várias afirmações. De uma forma geral todas estas questões obtiveram um grau de concordância bastante elevado (acima dos 4), apenas uma apresenta uma média de concordância inferior a 4, que diz respeito à adoção de uma postura séria por parte do auditor perante o cliente. Quer isto dizer que os auditores, concordam que tenha que existir um comportamento sério, mas um nível sublime, que permita uma certa

descontração em certos momentos da sua profissão. Quanto à forma de comunicação clara, à humildade e à imparcialidade por parte dos auditores, estes concordam que são características bastantes importantes a ter em conta enquanto profissionais de auditoria, com uma média de concordância igual ou superior a 4,5. Outras características também importantes a ter em conta pelos auditores são a sua organização, versatilidade, flexibilidade, objetividade, espírito de liderança e ainda uma certa sensibilidade para perceber o cliente e os seus problemas.

Quanto à indumentária há em média um nível de concordância também bastante elevado de 4,5 sobre o cuidado com o vestuário utilizado pelos auditores durante o período laboral, no entanto baixa a média para a importância desse cuidado, embora mantendo um valor alto de 4,3. O que significa que apesar dos auditores terem um cuidado acrescentado com o estilo de roupa que utilizam, não concordam tanto que seja um fator importante para o desempenho das suas funções.

Gráfico 7 - Nível de concordâncias das questões A1 à A8



Fonte: Elaboração própria

Ainda relativamente ao vestuário utilizado, foram elaboradas questões para perceber se na opinião dos auditores, este pode ter algum tipo de influência na sua reputação e na hora da sua contratação, tanto por parte de uma entidade patronal, como de um cliente.

Tabela 6 - Questões A9 à A12

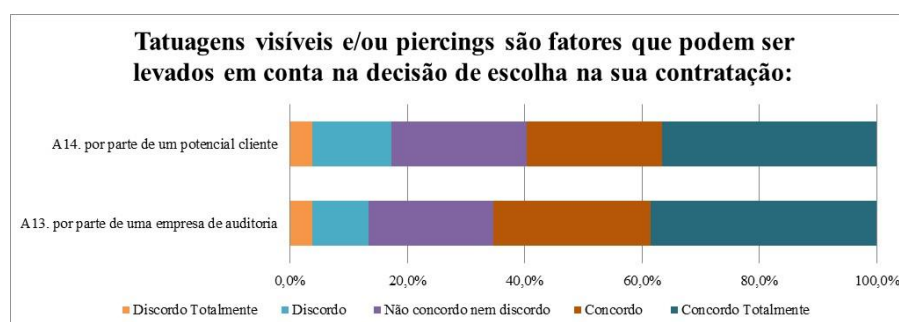
O vestuário de um auditor pode influenciar		Discordo Totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente	TOTAL
A9. A decisão de escolha na sua contratação, por parte de uma empresa de auditoria	N.º respostas	0	6	12	18	16	52
	%	0%	11,5%	23,1%	34,6%	30,8%	100%
A10. A decisão de escolha na sua contratação, por parte de um potencial cliente	N.º respostas	2	4	15	16	15	52
	%	3,8%	7,7%	28,8%	30,8%	28,8%	100%
A11. De forma positiva/negativa a sua reputação profissional	N.º respostas	3	4	16	15	14	52
	%	5,8%	7,7%	30,8%	28,8%	26,9%	100%
A12. De forma positiva/negativa a reputação da firma de auditoria para quem trabalha/pode vir a trabalhar	N.º respostas	1	7	12	18	14	52
	%	1,9%	13,5%	23,1%	34,6%	26,9%	100%

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o observado na tabela 6, os auditores concordam parcial ou totalmente com o facto de que o vestuário pode impactar a decisão de escolha na sua contratação tanto por parte de uma empresa de auditoria (65,4%) como por parte de um potencial cliente (59,6%). Também concordam parcial ou totalmente que o vestuário pode influenciar de forma positiva/negativa a sua reputação profissional (55,7%) e a da firma onde trabalha ou pode vir a trabalhar (61,5%). No que diz respeito à percentagem para aqueles que discordam total ou parcialmente com o facto do vestuário de um auditor poder ter alguma influência, esta assume valores mais baixos para todas as 4 questões, estando estes compreendidos entre os 11% e os 16%. Verifica-se uma percentagem considerável de inquiridos que não concorda nem discorda, nomeadamente em relação à influência da sua reputação (30,8%). Com estas respostas é possível perceber que existe a mentalidade de que o vestuário utilizado para o desempenho das funções do auditor tem impacto na sua vida profissional.

Questionaram-se também os auditores, relativamente ao facto de se o auditor tivesse tatuagens visíveis e/ou piercings se este seria um fator que poderia ser levado em conta na hora da decisão da sua contratação.

Gráfico 8 - Nível de concordância das questões A13 e A14



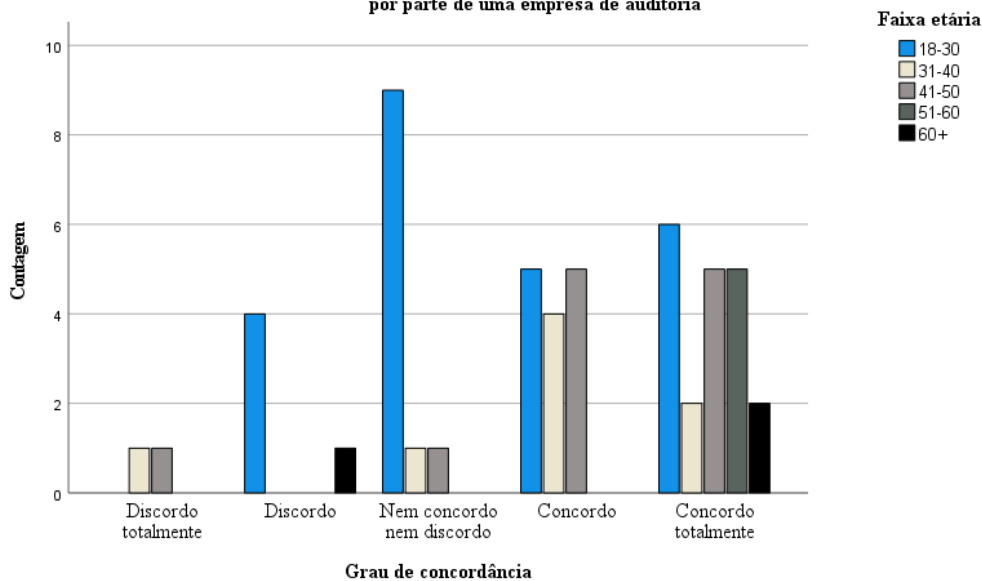
Fonte: Elaboração própria

Como apresentado no gráfico 8, há uma percentagem considerável de auditores, que concorda parcialmente ou totalmente que tatuagens visíveis ou piercings são levados em conta na decisão de escolha na sua contratação, tanto por parte de um potencial cliente (59,6%) como de uma empresa de auditoria (65,4%). A percentagem de auditores que discorda totalmente destas duas afirmações é de 3,8% para as 2 afirmações. A percentagem dos auditores que nem concorda nem discorda está entre 21-23 %.

Ao analisar as questões A13 e A14, em função da faixa etária, constata-se que: Não há indivíduos na faixa etária entre 18-30 anos que discordem totalmente com as duas afirmações, havendo uma grande concentração numa posição neutra em que não concorda nem discorda. Já a maioria das pessoas de idades superiores a 41 anos concordam.

Gráfico 9 - Relação entre as respostas da questão A13 e a faixa etária

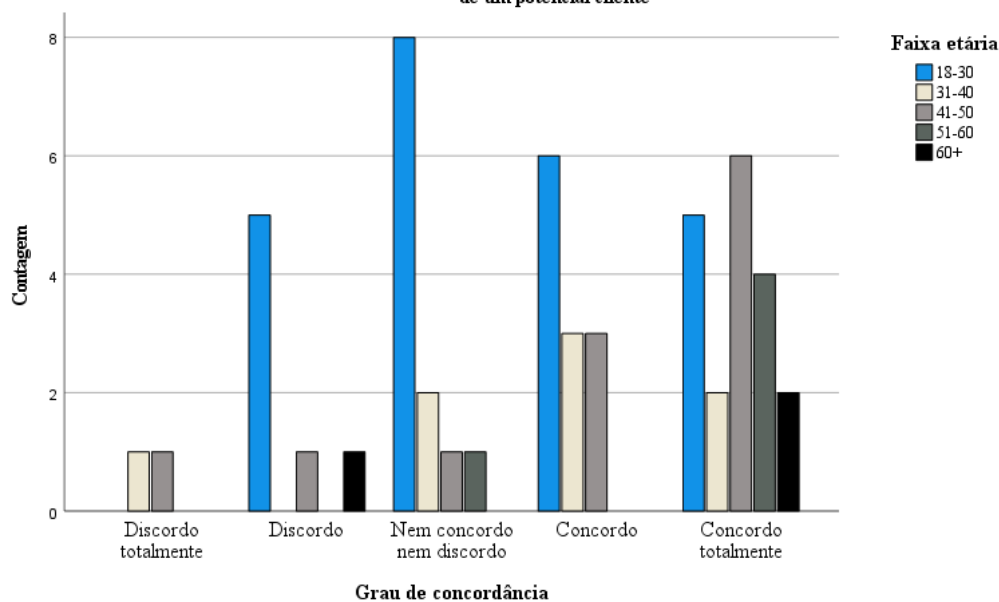
A13. Tatuagens visíveis e/ou piercings são fatores que podem ser levados em conta na decisão de escolha na sua contratação: por parte de uma empresa de auditoria



Fonte: Elaboração própria

Gráfico 10 - Relação entre as respostas da questão A14 e a faixa etária

A14. Tatuagens visíveis e/ou piercings são fatores que podem ser levados em conta na decisão de escolha na sua contratação: por parte de um potencial cliente



Fonte: Elaboração própria

Dos 52 auditores inquiridos que concordam (parcial ou totalmente) que o vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente, 48% (25 auditores) acham que esse impacto na opinião pode ser sobre a confiança no seu trabalho, 50% (26 auditores) acham que esse impacto na opinião pode ser sobre a fiabilidade do seu trabalho e 50% (26 auditores) acham que esse impacto na opinião pode ser sobre a credibilidade do seu trabalho. Não concordam nem discordam que o vestuário de um auditor possa ter impacto na opinião de um possível cliente sobre a confiança, fiabilidade e credibilidade no seu trabalho, respetivamente, 30,8% (16 auditores), 28,8% (15 auditores) e 30,8% (16 auditores).

A percentagem de auditores que discordam (parcial ou totalmente) que o vestuário de um auditor possa ter impacto na opinião de um possível cliente sobre a confiança, fiabilidade e credibilidade no seu trabalho, respetivamente, 21,2% (11 auditores), 21,1% (11 auditores) e 19,2% (10 auditores). Estes resultados podem ser confirmados na tabela 7.

Tabela 7 - Respostas às questões A15 a A17

O vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente sobre:		Discordo Totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente	TOTAL
A15. A confiança no seu trabalho	N.º respostas	4	7	16	10	15	52
	%	7,7%	13,5%	30,8%	19,2%	28,8%	100%
A16. A fiabilidade do seu trabalho	N.º respostas	5	6	15	12	14	52
	%	9,6%	11,5%	28,8%	23,1%	26,9%	100%
A17. A credibilidade do seu trabalho	N.º respostas	5	5	16	12	14	52
	%	9,6%	9,6%	30,8%	23,1%	26,9%	100%

Fonte: Elaboração própria

De acordo com o gráfico 11, não há inquiridos que discordem totalmente do facto de existir hoje em dia um estereótipo de que o auditor é uma pessoa formal, com uma relação distante e um comportamento sério. Apenas 9,6% não concordam, e 63,5% concordam com esta percepção, sendo que destes 28,8% concordam totalmente com a afirmação.

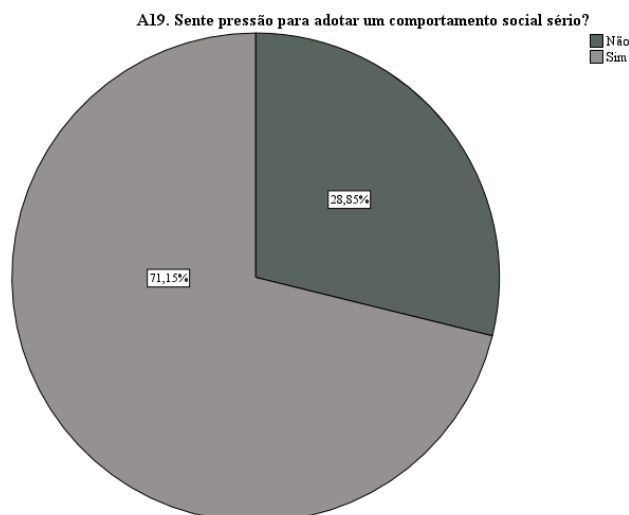
Gráfico 11 - Nível de concordância da questão A18



Fonte: Elaboração própria

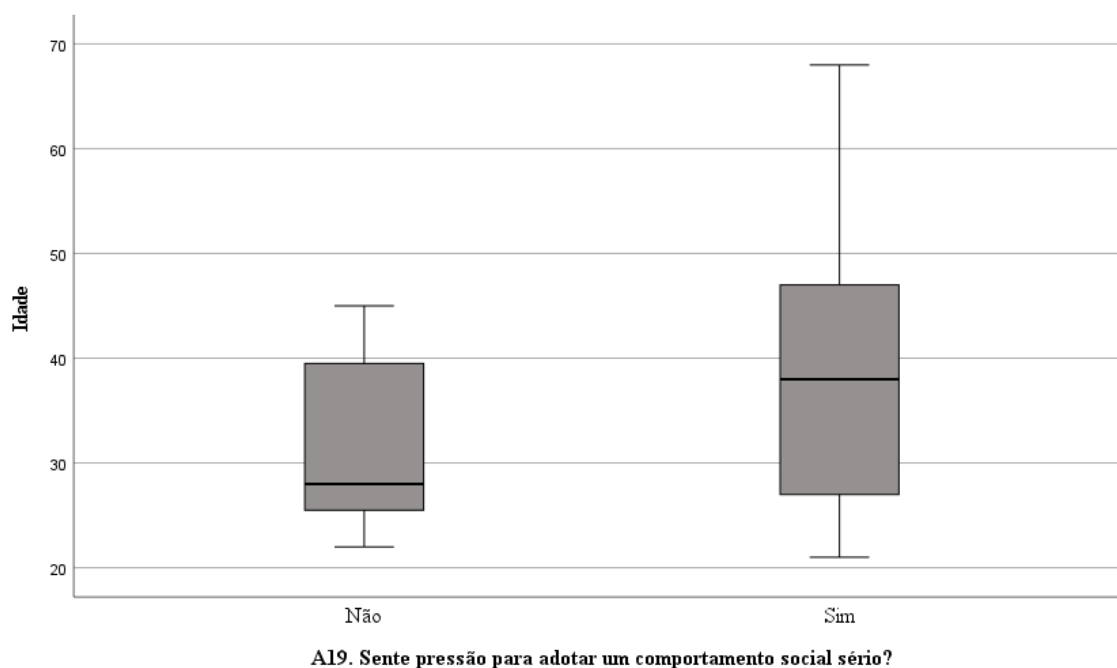
Cerca de 71% (37) dos auditores inquiridos afirmaram sentir pressão para adotar um comportamento social sério. Os restantes 29% (15), não concordam, e afirmam que não sentem qualquer tipo de pressão, para socialmente optarem por comportamento sério (ver gráfico 12).

Gráfico 12 - Questão A19



Para ilustrar (ver gráfico 13), em que faixas etárias os auditores sentem maior pressão social para adotarem um comportamento sério, apresenta-se um diagrama de extremos e quartis.

Gráfico 13 - Diagrama de Extremos e Quartis para a questão A19

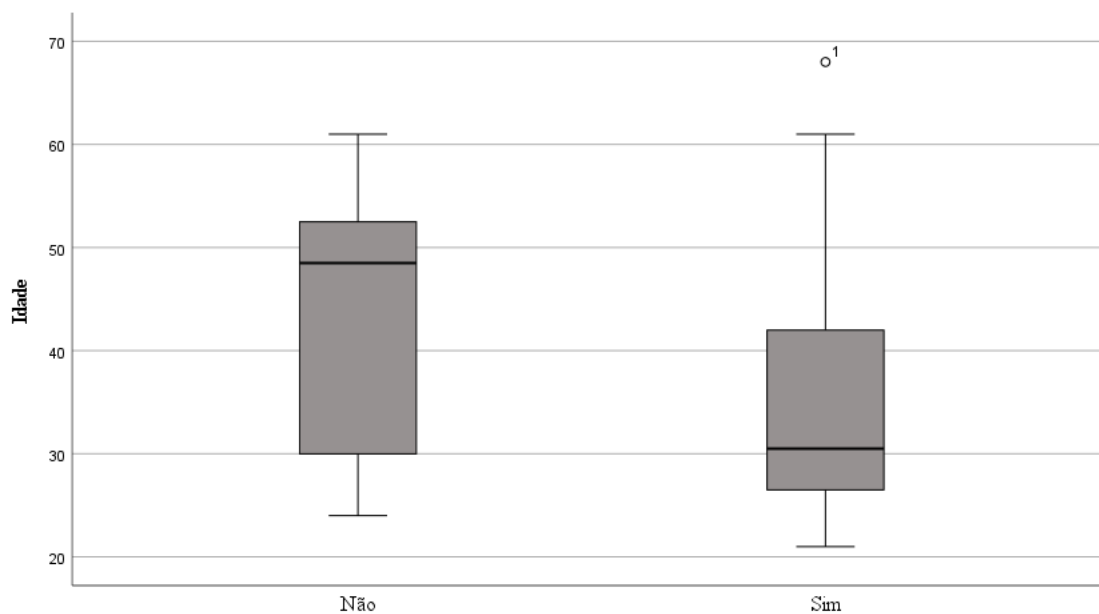


Através do diagrama de extremos e quartis anterior, podemos observar que as pessoas que não sentem pressão social, têm idades compreendidas entre os 22 e os 45. Sendo a mediana das idades 28 anos, podemos afirmar que, 50% (26) dos auditores têm idades inferiores ou iguais a 28 anos. No que diz respeito aos auditores que afirmaram sentir pressão social para adotarem um comportamento sério, estes têm idades compreendidas entre os 21 e os 68. Sendo a mediana de idades 38 anos, 50% (26) dos auditores têm idades inferiores ou iguais a 38 anos. Existe uma maior variabilidade nas idades dos auditores que responderam que sentiam pressão, do que na dos auditores que dizem não sentir pressão.

Na questão A20 procurou-se compreender se os auditores conseguem adotar um registo descontraído e informal num ambiente social. A maioria afirmou que sim, com um total de 44 inquiridos, que representa cerca de 85% dos auditores que reponderam a este

questionário. Os restantes 15% (8 auditores) negaram conseguir adotar um registo informal, mesmo fora do âmbito laboral. A idade média dos auditores que conseguem adotar um registo descontraído e informal num ambiente social é superior à média de idades daqueles que ao contrário, não conseguem ter esse comportamento, sendo de aproximadamente 38 anos e 32 anos, respetivamente.

Gráfico 14 - Diagrama de Extremos e Quartis para a da questão A20



A20. Num ambiente social, sente-se à vontade para estar num registo mais descontraído e informal?

Fonte: Elaboração própria

Ao analisar o comportamento dos auditores num registo descontraído e informal, de acordo com as faixas etárias (gráfico 14) verificou-se que os inquiridos que responderam “não” têm idades compreendidas entre os 24 e 61 anos, sendo que 50% têm aproximadamente 49 ou menos. No que diz respeito aos auditores que responderam “sim” têm idades compreendidas entre 21 e 61 anos, havendo um auditor de 68 anos (outlier). 50% destes auditores têm aproximadamente 31 anos ou menos. A idade média dos auditores que não se sentem à vontade é superior à média de idades daqueles que ao contrário, sentem-se à vontade, sendo de 43 anos e 35 anos, respetivamente. Com o paralelismo destes resultados é possível concluir que é mais frequente as pessoas mais velhas terem este tipo de pensamento e sentirem mais pressões do foro social sobre o seu comportamento e forma de agir perante a sociedade.

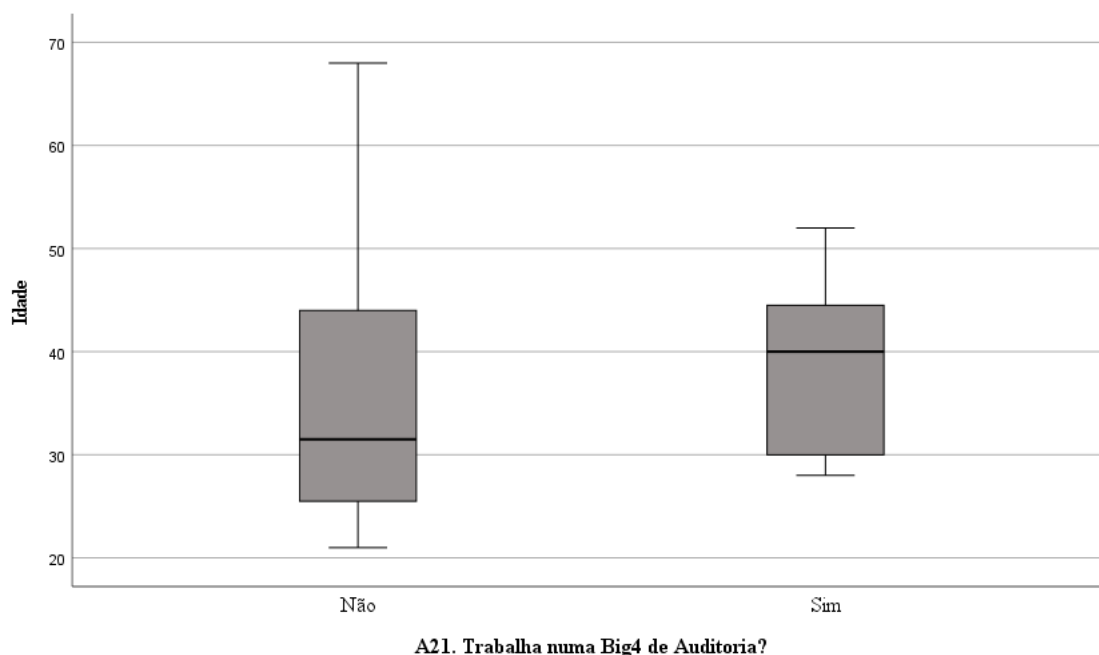
Na questão A21, o objetivo é perceber se os inquiridos trabalham numa Big4 para fazer o paralelismo com a obrigatoriedade de *dress code*, de modo a perceber se esta se pratica

nas empresas em geral ou apenas nas Big4. No gráfico 15 ilustra-se as respostas a esta questão, através de um diagrama de extremos e quartis adequado.

Cerca de 85% dos auditores inquiridos que correspondem a 44 pessoas, não trabalham numa Big4. Dos inquiridos que não trabalham numa Big4, o mais novo tem 21 anos e o mais velho 68, sendo que 50% tem aproximadamente 32 anos ou menos. Para os 15% (8 auditores) que trabalham numa Big4, as idades estão compreendidas entre os 28 e os 52 anos, sendo que 50% dos indivíduos têm 40 anos ou menos. Como se pode observar pelo diagrama de extremos e quartis, há uma maior variabilidade nas idades dos inquiridos que não trabalham numa Big4, sendo essa variabilidade de 19 anos, quando comparada com os que trabalham numa Big4, de 16 anos.

A média de idades dos auditores que trabalham numa Big4 é superior à média de idades dos que não trabalham, sendo estas de aproximadamente 39 e 36 anos, respetivamente.

Gráfico 15 - Diagrama de extremos e quartis para a questão A21

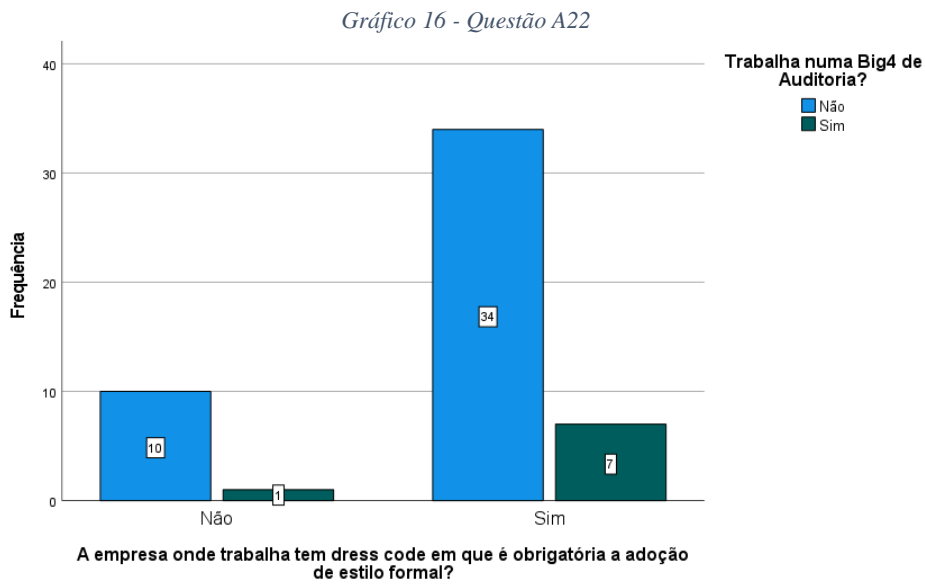


Fonte: Elaboração própria

O objetivo da questão A22 era compreender se a empresa onde o auditor trabalha tem um *dress code* obrigatório, em que é imposto um determinado estilo de roupa a adotar durante o horário de trabalho.

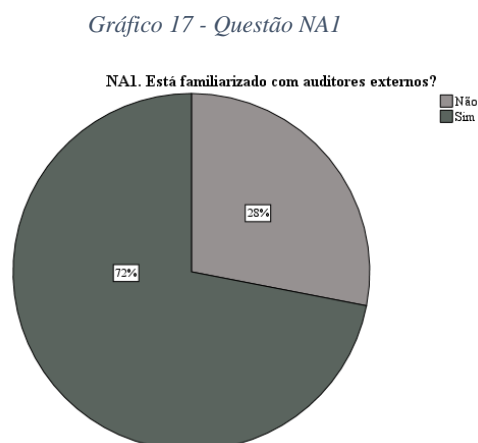
Aproximadamente 79% dos auditores que trabalham numa empresa, têm *dress code* obrigatório. Como se pode analisar pelo gráfico 16, percebe-se que esta prática não é só

aplicada nas Big4 de auditoria, uma vez que dos 44 auditores que não trabalham numa Big4, 34 auditores têm *dress code*.



Fonte: Elaboração própria

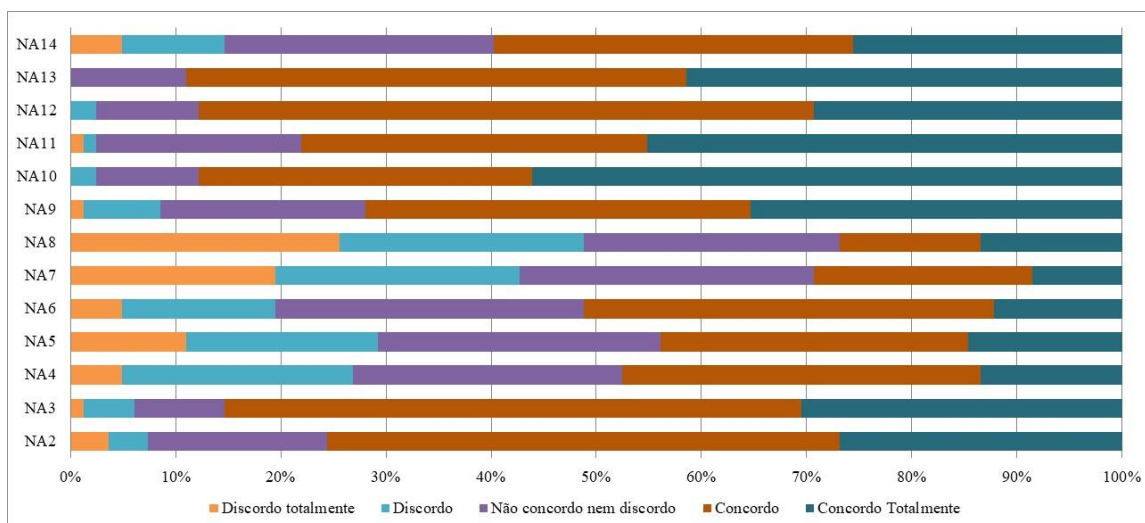
Analisadas as questões direcionadas para os auditores o objetivo seguinte passa por analisar as questões elaboradas para os inquiridos que não são profissionais de auditoria. As questões da NA2 à NA14 estão relacionadas com a H₁, as questões da NA15 à NA24 estão relacionadas com a H₂ e as questões da NA25 à NA30 estão relacionadas com a H₃. Apenas 72% (59 inquiridos) está familiarizado com auditores externos, lidando com eles, durante o seu percurso profissional, os restantes 28% (23 inquiridos) não estão familiarizados-



Fonte: Elaboração própria

Com o intuito de perceber a perceção dos inquiridos não auditores relativamente à forma como percecionam o perfil de um auditor foram colocadas algumas questões que podem ser analisadas através do gráfico 18.

Gráfico 18 - Nível de concordância das questões NA2 à NA14



Fonte: Elaboração própria

De uma forma geral, o nível de concordância sobre as várias afirmações é superior ao de discordância. No entanto pretende-se fazer uma análise mais minuciosa e por questão.

No que diz respeito à questão NA2, a forma como o auditor se apresenta tem impacto na fiabilidade do seu trabalho, mais de 75,6% concorda (parcial ou totalmente) com este impacto, sendo que apenas cerca de 7,3% não concorda (parcial ou totalmente).

A boa imagem do auditor, para 85,4% dos inquiridos aumenta a confiança transmitida pelo mesmo, embora 6,1% não concorde (parcial ou totalmente) com esta afirmação, conforme se pode observar nos resultados relativos à questão NA3.

A questão N4 relaciona o comportamento profissional com a imagem. Os resultados mostram que 26,8% não concordam (parcial ou totalmente) que seja possível retirar ilações do comportamento através a imagem do auditor, sendo que destes, apenas 4,9% discordam totalmente. A percentagem de inquiridos que concordaram (parcial ou totalmente) com esta afirmação foi inferir a 50%.

Também com elevado nível de discordância, surge a questão NA5, em que 29,3% não concorda (parcial ou totalmente) que a postura profissional possa estar diretamente relacionada com a imagem do auditor. Destes, 11% discordam totalmente. Sendo que 26,8% ocupam uma posição neutra e os restantes 43,9% assumem concordância, apesar de apenas 14,6% ser na totalidade.

Passando para a indumentária utilizada no período laboral, os inquiridos não auditores são da opinião que este tem impacto na credibilidade que o auditor tenta transmitir, apresentando um nível de concordância (parcial ou total) de 51,2% face a 19,5% que não concordam (parcial ou totalmente) com a afirmação (NA6).

Apenas 29,3% concordam (parcial ou totalmente) que o auditor não pode apresentar-se com estilo de roupa informal (NA7) e 26,8% concordam (parcial ou totalmente) que o auditor não pode apresentar-se com calçado desportivo (NA8), 42,7% pensa ser legítimo o auditor utilizar roupa informal e 48,8% concordam que o auditor pode utilizar calçado desportivo.

Apenas 8,5% discordam que o comportamento que o auditor adota faz parte integrante da sua imagem (NA9), sendo que 1,2% discordam totalmente. 72% dos inquiridos em questão concordam (parcial ou totalmente) com esta afirmação.

Na NA10, quanto à fluidez de comunicação do auditor e educação, a generalidade concorda que estes são elementos que transmitem confiança no seu trabalho, contando com um nível de concordância de 31,7% e de concordância total de 56,1%. Apenas 2,4% discordam.

Dos inquiridos não auditores, 2,6% não está de acordo que um auditor que se apresente confiante e emocionalmente estável, tem maior probabilidade de apresentar um bom trabalho (NA11), no entanto 32,9% concordam e 45,1% concordam totalmente.

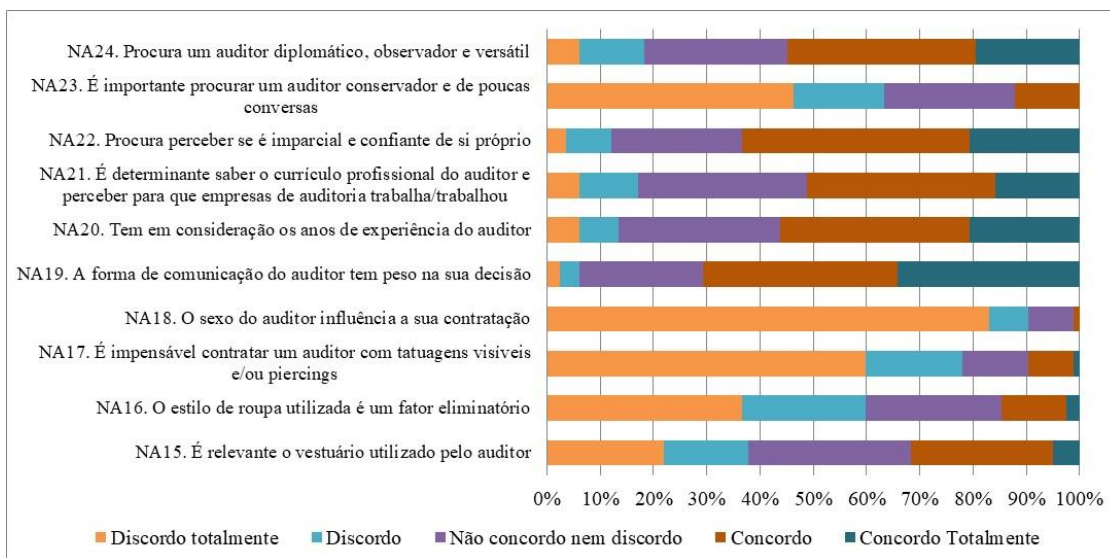
A questão NA12 afirma que a versatilidade e flexibilidade são predicados importantes na tomada de decisão e capacidade de negociação. Conta-se 87,8% de concordância, sendo que destes 29,3% concordam totalmente com esta afirmação. 9,8% ocuparam uma posição neutra e 2,4% discordam.

Para 89% dos inquiridos não auditores, sentido de organização, espírito de liderança, objetividade e integridade acrescentam credibilidade ao auditor e ao seu trabalho (NA13). Esta afirmação reúne o maior nível de concordância, sendo que não existiram respostas de pessoas que não estivessem de acordo e apenas 11% ocuparam uma posição neutra.

No que diz respeito à questão NA14, 4,9% discorda totalmente e 9,8% apenas discorda que um auditor é valorizado pela sua humanidade e sensibilidade, face a 34,1% que concorda e 25,6 que concorda totalmente.

As questões que se seguem, foram elaboradas para que o inquirido se colocasse no papel de empresa que contrata um auditor externo, de forma a perceberem que tipo de fatores influenciam e são importantes considerar na tomada de decisão. As respostas dadas pelos inquiridos encontram-se sintetizadas no gráfico 19.

Gráfico 19 - Nível de concordância das questões NA15 à NA24



Fonte: Elaboração própria

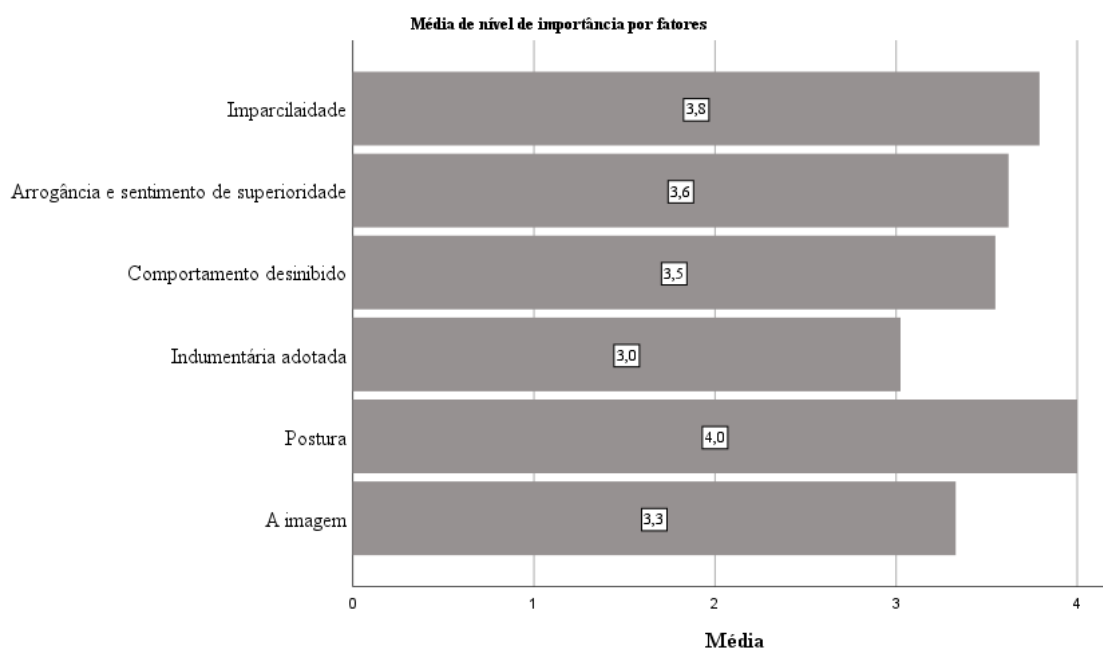
Os fatores que menos pesam aquando da contratação de um auditor externo para os inquiridos são o sexo do auditor, em que 90,2% discorda (parcial ou totalmente) que seja um fator que tenha influência e tatuagens ou piercings visíveis, em que 78,1% também discorda (parcial ou totalmente) que seja um fator que tenha influência.

Os fatores que os inquiridos consideraram mais importantes aquando da contratação de um auditor externo prendem-se com algumas características do auditor, nomeadamente, a forma de comunicação (70,7% dos inquiridos), a versatilidade, a diplomacia e ser observador (54,9% inquiridos) e a imparcialidade e confiança (63,4% dos inquiridos). No entanto 63,4% dos inquiridos, não considera que seja importante procurar um auditor reservado e de poucas conversas. A experiência e o percurso profissional do auditor também são características que os inquiridos têm em conta, sendo que 56,1% dos inquiridos acha importante os anos de experiência do auditor e 51,3% acham determinante saber o currículo profissional do auditor e perceber para que empresas de auditoria trabalha/trabalhou.

Apenas uma percentagem bastante reduzida é da opinião de que o estilo de roupa utilizado pelo auditor (14,6% dos inquiridos), possa ser um fator eliminatório na contratação do mesmo e 31,7% que seja relevante o vestuário utilizado pelo auditor.

No gráfico 20 podemos analisar quais as características/fatores dos auditores que os inquiridos consideraram poder afetar negativa/positivamente a reputação de uma empresa.

Gráfico 20 - Questões NA25 a NA30



Fonte: Elaboração própria

Nos fatores com maior importância para os inquiridos destacam-se a postura, a imparcialidade e a arrogância e sentimento de superioridade, com uma média de 4,0, 3,8 e 3,6, respetivamente. Os fatores que parecem ter menor importância para os inquiridos são a indumentária adotada e a imagem geral, com uma média de 3,0 e 3,3, respetivamente.

Nenhum dos fatores analisados foram considerados em média, pelos inquiridos, como pouco importantes o que leva a concluir que o auditor os deve ter em linha de conta.

5.3 Interpretação dos dados obtidos

Foram colocadas 4 Hipóteses de Investigação:

H₁. O Comportamento profissional do auditor pode estar relacionado com a sua imagem.

H₂. A decisão do cliente na contratação dos serviços de um auditor está relacionada com a perceção da imagem que detém em relação a esse auditor.

H₃. A imagem de uma firma de auditoria pode ser afetada pela imagem do auditor.

H₄. A contratação de um auditor pode ser relacionada com a sua imagem.

Para a **H₁** foram criadas 13 perguntas direcionadas a não auditores, no caso da **H₂** 10 questões para o mesmo público e para **H₃** foram criadas também 10 questões para os não auditores. Por fim, a **H₄** foi relacionada com 10 das questões presentes no questionário destinado a auditores.

Na tabela 8 é apresentado o modelo de análise com a taxa de confirmação de cada uma das hipóteses estabelecidas.

Tabela 8 - Confirmação do modelo de análise

Questão	Hipótese	Nº total de respostas	Nº respostas concodantes	% Concordância	% Ponderação	% Validação Final	Taxa de confirmação
NA2	H1	82	62	75,61%	7,69%	5,82%	16%
NA3		82	70	85,37%	7,69%	6,57%	
NA4		82	39	47,56%	7,69%	3,66%	
NA5		82	36	43,90%	7,69%	3,38%	
NA6		82	42	51,22%	7,69%	3,94%	
NA7		82	24	29,27%	7,69%	2,25%	
NA8		82	22	26,83%	7,69%	2,06%	
NA9		82	59	71,95%	7,69%	5,53%	
NA10		82	72	87,80%	7,69%	6,75%	
NA11		82	64	78,05%	7,69%	6,00%	
NA12		82	72	87,80%	7,69%	6,75%	
NA13		82	73	89,02%	7,69%	6,85%	
NA14		82	49	59,76%	7,69%	4,60%	
Subtotal					100,00%	64,17%	
NA15	H2	82	26	31,71%	10,00%	3,17%	9%
NA16		82	12	14,63%	10,00%	1,46%	
NA17		82	8	9,76%	10,00%	0,98%	
NA18		82	1	1,22%	10,00%	0,12%	
NA19		82	58	70,73%	10,00%	7,07%	
NA20		82	46	56,10%	10,00%	5,61%	
NA21		82	42	51,22%	10,00%	5,12%	
NA22		82	52	63,41%	10,00%	6,34%	
NA23		82	10	12,20%	10,00%	1,22%	
NA24	82	45	54,88%	10,00%	5,49%		
Subtotal					100,00%	36,59%	
NA25	H3	82	40	48,78%	16,67%	8,13%	14%
NA26		82	59	71,95%	16,67%	11,99%	
NA27		82	29	35,37%	16,67%	5,89%	
NA28		82	41	50,00%	16,67%	8,33%	
NA29		82	50	60,98%	16,67%	10,16%	
NA30		82	52	63,41%	16,67%	10,57%	
Subtotal					100,00%	55,08%	
A9	H4	52	34	65,38%	10,00%	6,54%	15%
A10		52	31	59,62%	10,00%	5,96%	
A11		52	29	55,77%	10,00%	5,58%	
A12		52	32	61,54%	10,00%	6,15%	
A13		52	34	65,38%	10,00%	6,54%	
A14		52	31	59,62%	10,00%	5,96%	
A15		52	25	48,08%	10,00%	4,81%	
A16		52	26	50,00%	10,00%	5,00%	
A17		52	26	50,00%	10,00%	5,00%	
A22		52	41	78,85%	10,00%	7,88%	
Subtotal					100,00%	59,42%	
TOTAL							54%

Fonte: Elaboração própria

A hipótese 1 pretendia comprovar se o comportamento profissional do auditor pode estar relacionado com a sua imagem. Face às respostas obtidas, é possível concluir que mais de metade dos inquiridos concorda com esta afirmação.

No que respeita à indumentária adotada pelos auditores, apenas uma pequena percentagem discorda de que o auditor por apresentar um estilo informal. Quanto às características pessoais, é praticamente unanime que estas são importantes e impactam a imagem do auditor. Com isto dá para perceber que para a maioria das pessoas existe ainda o estigma de que o auditor deve preocupar-se com o seu aspeto formal e demonstrar características positivas, uma vez que estas revelam ter impacto na imagem que a sociedade tem sobre o profissional.

Na hipótese 2 o pretendido era avaliar se a decisão do cliente na contratação dos serviços de um auditor está relacionada com a perceção da imagem que detém em relação ao mesmo. Nesta afirmação, a taxa de concordância foi inferior a metade, com apenas 36,5%.

Apesar da grande maioria concordar com a importância da aparência do auditor, na hora de contratar esses fatores não seriam importantes. O tópico com maior peso na decisão da contratação de um auditor é a comunicação. Aspetos relacionados com indumentária, tatuagens visíveis ou piercings, não aparenta ser relevante. Por outro lado, as pessoas preocupam-se em perceber a experiência do auditor, assim como determinadas características que revelam ter impacto na decisão, como é o caso da versatilidade, confiança que transmite e imparcialidade.

Quanto à hipótese 3 verifica-se uma concordância de cerca de 55% de que a imagem de uma firma de auditoria pode ser afetada pela imagem do auditor.

A maioria dos inquiridos concorda que a postura é o fator mais relevante no que diz respeito à reputação da firma de auditoria assim como imparcialidade e arrogância por parte dos auditores. Contrastando, surge a indumentária como o fator de menos importância.

Face ao exposto é possível perceber que as pessoas concordam que determinadas características têm impacto, no entanto se tivessem de escolher, esses mesmo fatores não seriam importantes, o que leva a crer que as pessoas são influenciadas pelo estigma da sociedade quando questionadas sobre a importância de determinados comportamento e imagens a adotar, no entanto não consideram relevantes para classificar um bom ou mau profissional.

No que diz respeito à hipótese 4, “A contratação de um auditor pode estar relacionada com a imagem que este apresenta”, o nível de concordância é de 59,42%.

Esta hipótese foi direcionada para perceber a opinião dos auditores sobre a própria imagem e a percepção da sociedade perante a mesma. Perante os dados é possível verificar que os auditores sentem maior pressão em adotar uma determinada postura por achar que a mesma pode ter impacto na sua contratação, seja por parte do cliente ou do empregador. Esta pressão pode ser justificada pelo facto da maioria das empresas de auditoria terem um *dress code* obrigatório, que por si só reporta para um comportamento sério.

Desta forma a taxa de confirmação do modelo foi de 54%.

6 Conclusões finais

Como já referido ao longo deste trabalho, o principal objetivo da investigação era perceber até que ponto a imagem do auditor pode ter influência na auditoria e na perceção que a sociedade tem sobre o mesmo.

Inicialmente foi elaborado todo um enquadramento teórico sobre o tema “auditoria”. Nessa fase, o foco foi a revisão da literatura que sustentasse o trabalho, que forneceu material necessário para o levantamento de questões e de hipóteses de investigação.

Depois de analisados vários artigos científicos, foi possível identificar autores com várias definições que se relacionavam total ou parcialmente com esse tema.

Posteriormente foi efetuada uma abordagem à imagem, para integrar o objetivo principal.

Foi então no ponto seguinte, que foram abordadas as metodologias de investigação. Nessa fase foram estudadas e analisadas as mais adequadas para a obtenção de dados para o caso de estudo. Depois do estudo das várias opções, considerou-se adotar o método quantitativo, baseado num questionário destinado a todas as pessoas maiores de idade, que já trabalham ou trabalharam durante a sua vida. Ainda neste capítulo foram definidas as hipóteses de investigação relacionadas com várias afirmações dos mais variados autores abordados neste trabalho durante a revisão da literatura.

Efetuada todo o enquadramento teórico, passou-se para o caso prático. Neste capítulo foram analisados todos os dados obtidos através das respostas ao questionário. Foram elaborados vários gráficos e tabelas, para facilitar a interpretação dos dados. Foram também aplicados conhecimentos estatísticos, de forma a evidenciar os aspectos mais importantes das opiniões dos inquiridos.

Com a realização deste estudo foi possível perceber que há ainda a perceção de que a imagem do auditor tem influência na perceção que a sociedade tem perante si.

Com base nos dados já apresentados anteriormente é possível então perceber que as pessoas concordam que a imagem do auditor é importante, no entanto não considerariam essa importância aquando da sua contratação.

Isto revela que há um estereótipo de que um auditor deve adotar determinada postura perante a sociedade para ser valorizado e reconhecido profissionalmente. Esta perceção é

mais acentuada por parte dos auditores, sendo que estes apresentam níveis mais elevados de concordância no que respeita à imagem que devem passar para o exterior.

É possível então concluir que há ainda a mentalidade que um bom auditor cumpre com os requisitos estabelecidos pela sociedade portuguesa, que passam por ter um comportamento sério, uma indumentária formal e uma postura sóbria.

6.1 Limitações do estudo

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho foram surgindo algumas limitações. É o caso da pouca oferta de artigos científicos que aprofundem a imagem de um profissional seja de auditoria ou na generalidade. Para além deste entrave surgiram dificuldades em obter respostas de pessoas que exercem a profissão de auditoria, nomeadamente de uma faixa etária mais elevada.

6.2 Orientações para futuras investigações

Para futuras investigações seria enriquecedor fazer entrevistas, para perceber com mais clareza a opinião dos inquiridos acerca do tema abordado.

Seria também interessante perceber a opinião sobre a imagem do auditor de pessoas que trabalham em países estrangeiros, para comparar com o resultado da amostra.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D.A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York, NY.
- American Accounting Association. Committee on Basic Auditing Concepts. (1973). A statement of basic auditing concepts. [Sarasota, Fla.] *American Accounting Association*.
- Araújo, I. da Paixão Santos. *Introdução a Auditoria Operacional*, 1 Ed.FJV, 2001.
- Ardillah, K. (2021), The Impact of Integrity, Professionalism, and Self-Efficacy of Auditors on Audit Quality. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 44-56. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2554>
- Augusto, A. (2014). Metodologias quantitativas/metodologias qualitativas: mais do que uma questão de preferência.
- Bamber, E. Michael and Iyer, Venkataraman M, Auditors' Identification with Their Clients and its Effect on Auditors' Objectivity (July 2005). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=776185> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.776185>
- Barrote, I. (2010). A Independência no trabalho do auditor e na Governação das Empresas.
- Bell, J. (1997). *Como realizar um Projeto de Investigação*. Lisboa: Gradiva.
- Bosi, A. (1974). Imagem, Discurso. *Discurso*, 5(5), 65-86. <https://doi.org/10.11606/issn.2318-8863.discurso.1974.37780>
- Conceito de Metodologia. (2010). *Conceito de Metodologia*. Disponível em <https://conceito.de/metodologia>
- Costa, C. B. (2014). *Auditoria Financeira - Teoria & Prática* (10ª ed. Atualizada e aumentada. Letras e Conceitos, Lda.
- Costa, J. P. (2011). *O procedimento Científico Passo a Passo*.
- Crepaldi, S. A. (2002). *Auditoria Contábil: Teoria e Prática* (2ª ed) São Paulo: Atlas.
- Enis, B. M. (1967). An Analytical Approach to the Concept of Image. *California Management Review*, 9(4), 51–58. <https://doi.org/10.2307/41164076>

- Estatuto da OROC e Outras Matérias Relacionadas com o Exercício da Função. (2021). Ordem Dos Revisores Oficiais de Contas, 1–8.
- Fortin, M. F. (1999). "O processo de Investigação: da conceção à realização". Loures: 2ª Edição: Lusodescendência.
- Freitas, C.C (2013). Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico. Brasil: 2ªedição: Universidade Feevale.
- Gomes, M. T.; Sapiro, A. (1993) Imagem corporativa - uma vantagem sustentável. RAE, 33 (6) 84-96.
- Hayes, R., Dassen, R., Schilder, A., e Wallage, P. (2005). Principles of Auditing: Na Introduction to International Standards on Auditing (2 nded.). Reino Unido: Prentice Hall.
- Herrbach, O. and Mignonac, K. (2004), How organisational image affects employee attitudes. *Human Resource Management Journal*, 14: 76-88. <https://doi.org/10.1111/j.1748-8583.2004.tb00134.x>
- Institute of Internal Auditors (2009). Enquadramento Internacional de práticas profissionais de Auditoria Interna. *Instituto Português de Auditoria Interna*.
- Jiang, W., Chai, H., Li, Y., e Feng, T. (2019). How workplace incivility influences job performance: The role of image outcome expectations. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 57(4), 445–469. <https://doi.org/10.1111/1744-7941.12197>
- Joly, M. (1994) — Introdução à Análise da Imagem, Lisboa, Ed. 70, 2007 — Digitalizado por Souza, R.
- Kartika, D., e Pramuka, B.A.(2019). The Influence of Competency, Independency, and Professionalism on Audit Quality (Empirical Study in Accounting Firms in Central Java). *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 2 (2), 157-169.
- Leung, P., Coram, P., e Cooper, B. (2007). Modern Auditing e Assurance Service (3rdEd.) *John Wiley e Sons*.
- Madalena, M. (2014), Metodologias qualitativas e quantitativas: de que falamos?, *Fórum Sociológico* URL: [http:// journals.openedition.org/sociologico/1061](http://journals.openedition.org/sociologico/1061) ; DOI: <https://doi.org/10.4000/sociologico.1061>

- Matos, M. I. D. (2012), “O Risco educativo no ensino básico”, in AAVV, Promoção do Sucesso educativo, Projectos de pesquisa, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Marques, M. (1997) – Auditoria e Gestão. Lisboa: Editorial Presença. ISBN: 972-23-2151-X.
- Monteiro, P. F. (2002). *Imagens da Imagem. As ciências da comunicação na viragem do século: Actas do / Congresso da SOPCOM*. Lisboa: Vega:485
- Moscovici, S. (1961), *La Psychanalyse: Son Image et Son Public*, PUF, Paris
- Pesquisa Quatitativa e Pesquisa Qualitativa. Diferença. Disponível em <https://www.diferenca.com/pesquisa-quantitativa-e-pesquisa-qualitativa/>.
- Pickett, K. H. S. (2012). *The Internal Auditing Handbook*. In *John Wiley and Sons, Ltd* (Vol. 13). <https://doi.org/10.1002/9781119201717>
- Platt, J. (1992). "Case Study" in American methodological thought.
- Prodanov, C. C. e Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do Trabalho Científico. Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico*.
- Rho, E., Yun, T., e Lee, K. (2015). Does Organizational Image Matter? Image, Identification, and Employee Behaviors in Public and Nonprofit Organizations. *Public Administration Review*, 75(3), 421–431. <http://www.jstor.org/stable/24758003>
- Sá, A. L. (1998). *Curso de auditoria*. Editora Atlas
- Schandl, C. W. (1978). *Theory of Auditing*. Texas: Scholars Book Co., 193.
- Serrano, G. (2004). *Investigación cualitativa. retos e interrogantes – I. Métodos*. Madrid: Ed. La Muralla.
- Suárez, A. S. (1990). *La Moderna Auditoria: Un Analisis Conceptual Y Metodológico*. Madrid: MCGrawHill.
- Teixeira, M. F. (2006). *O contributo da auditoria interna para uma gestão eficaz*. Coimbra: *Dissertação de mestrado com vista à obtenção do grau de mestre em Contabilidade e Auditoria, da Universidade Aberta*.

Tribunal de Contas (1999). Manual de Auditoria e Procedimentos, volume 1. Lisboa.

Tuckman, B. W. e Harper, B. E. (2012). "Codocting Educational Research", 6ª Edição:
Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

William, Attie (1998). Auditoria: conceitos e aplicações, (6ª ed). São Paulo:Atlas.

Apêndice I – Questionário

A AUDITORIA E A IMAGEM DO AUDITOR EM PORTUGAL

O meu nome é Joana Rodrigues e frequento o Mestrado em Auditoria, no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Instituto Politécnico do Porto.

Neste momento estou a realizar a minha dissertação na qual pretendo perceber a influência que a imagem do auditor pode ter no desempenho das suas funções e na sua escolha e a forma como a sociedade espera que o mesmo se apresente em Portugal.

A duração média do questionário é de, aproximadamente, 5 minutos.

O anonimato e a confidencialidade dos dados serão garantidos e apenas serão utilizados para fins estatísticos, cumprindo com a legislação vigente em matérias de proteção e recolha de dados, segundo a Lei nº 58/2019 de 8 de agosto.

Para o sucesso deste projeto, a sua colaboração é imprescindível.

joana98frodrigues@gmail.com [Mudar de conta](#)



Não partilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

Qual a sua idade? *

A sua resposta _____

Qual o seu sexo? *

Feminino

Masculino

Outra: _____

Qual o seu nível de escolaridade *

- Ensino Básico (até 9º ano)
- Ensino Secundário (até 12º ano)
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Outra: _____

É auditor? *

- Sim
- Não

Respondeu "Sim" à pergunta anterior.

Indique o grau de concordância com cada uma das afirmações seguintes, considerando a escala de 1 a 5 (em que 1 significa "Discordo totalmente", 2 significa "Discordo", 3 significa "Não concordo nem discordo", 4 significa "Concordo" e 5 "Concordo totalmente") às perguntas que se seguem:

Tenta transmitir as suas ideias de forma clara, de modo a transparecer facilidade de comunicação. *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

É importante ser humilde no desempenho das funções de auditor. *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Procura ser imparcial. *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

É esperado que o auditor detenha certas competências como, organização, versatilidade, flexibilidade, objetividade e espírito de liderança. *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Para além do comportamento ético, é necessário ter sensibilidade para perceber o lado do cliente. *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O auditor tem de adotar sempre uma postura séria perante o cliente. *

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tem cuidado com o vestuário de trabalho. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

É importante esse cuidado com a indumentária. †

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O vestuário de um auditor pode influenciar: *

	1	2	3	4	5
A decisão de escolha na sua contratação, por parte de uma empresa de auditoria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A decisão de escolha na sua contratação, por parte de um potencial cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De forma positiva/negativa a sua reputação profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De forma positiva/negativa a reputação da firma de auditoria para quem trabalha/pode vir a trabalhar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tatuagens visíveis e/ou piercings são fatores que podem ser levados em conta na decisão de escolha na sua contratação: *

	1	2	3	4	5
Por parte de uma empresa de auditoria.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por parte de um potencial cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente sobre: *

	1	2	3	4	5
A confiança no seu trabalho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A fiabilidade do seu trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A credibilidade do seu trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O auditor é hoje em dia um estereótipo de pessoa formal, com uma relação distante e um comportamento sério. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sente pressão para adotar um comportamento social sério? *

- Sim
- Não

Num ambiente social, sente-se à vontade para estar num registo mais descontraído e informal? *

- Sim
- Não

Trabalha numa Big4 de Auditoria? *

- Sim
- Não

A empresa onde trabalha tem *dress code* em que é obrigatória a adoção de estilo formal? *

- Sim
- Não

Anterior

Enviar

Limpar formulário

Respondeu “Não” à pergunta “É auditor?”

Respondeu "Não" à pergunta anterior.

Está familiarizado com auditores externos? *

- Sim
- Não

Indique o grau de concordância com cada uma das afirmações seguintes, considerando a escala de 1 a 5 (em que 1 significa "Discordo totalmente", 2 significa "Discordo", 3 significa "Não concordo nem discordo", 4 significa "Concordo" e 5 "Concordo totalmente") às perguntas que se seguem:

A forma como o auditor se apresenta tem impacto na fiabilidade do seu trabalho. *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Uma boa imagem aumenta a confiança transmitida pelo auditor. *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

É possível retirar ilações do comportamento profissional do auditor através da sua imagem. *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

A postura profissional está diretamente relacionada com a imagem do auditor. *

1

2

3

4

5

O tipo de vestuário utilizado pelo auditor tem impacto na credibilidade que o mesmo tenta transmitir. *

1

2

3

4

5

O auditor não pode apresentar-se com um estilo de roupa informal. *

1

2

3

4

5

O auditor não pode apresentar-se com um estilo de calçado desportivo. *

1

2

3

4

5

O comportamento que o auditor adota faz parte integrante da sua imagem. *

1

2

3

4

5

A fluidez com que o auditor comunica e as suas ações pautadas pela educação e respeito, são elementos que transmitem confiança no seu trabalho. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Um auditor que se apresente confiante e emocionalmente estável, tem maior probabilidade de apresentar um bom trabalho. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A versatilidade e flexibilidade são predicados importantes na tomada de decisão e capacidade de negociação. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Determinadas características como sentido de organização, espírito de liderança, objetividade e integridade acrescentam credibilidade ao auditor e ao seu trabalho. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Um auditor é valorizado pela sua humanidade e sensibilidade. *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa *
que trabalha:

	1	2	3	4	5
É relevante o vestuário utilizado pelo auditor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O estilo de roupa utilizada é um fator eliminatório.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É impensável contratar um auditor com tatuagens visíveis e/ou piercings.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O sexo do auditor influencia a sua contratação.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A forma de comunicação do auditor tem peso na sua decisão.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem em consideração os anos de experiência do auditor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É determinante saber o currículo profissional do auditor e perceber para que empresas de auditoria trabalha/trabalhou.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura perceber se é imparcial e confiante de si próprio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É importante procurar um auditor conservador e de poucas conversas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura um auditor diplomático, observador e versátil.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente *
por vários fatores de determinado(s) auditor(es):

	1	2	3	4	5
A imagem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Postura.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Indumentária adotada.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comportamento desinibido.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arrogância e sentimento de superioridade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imparcialidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anterior

Enviar

Limpar formulário

AUDITOR	
A1	Tenta transmitir as suas ideias de forma clara, de modo a transparecer facilidade de comunicação.
A2	É importante ser humilde no desempenho das funções de auditor.
A3	Procura ser imparcial.
A4	É esperado que o auditor detenha certas competências como, organização, versatilidade, flexibilidade, objetividade e espírito de liderança.
A5	Para além do comportamento ético, é necessário ter sensibilidade para perceber o lado do cliente.
A6	O auditor tem de adotar sempre uma postura séria perante o cliente.
A7	Tem cuidado com o vestuário de trabalho.
A8	É importante esse cuidado com a indumentária.
A9	O vestuário de um auditor pode influenciar: [A decisão de escolha na sua contratação, por parte de uma empresa de auditoria]
A10	O vestuário de um auditor pode influenciar: [A decisão de escolha na sua contratação, por parte de um potencial cliente]
A11	O vestuário de um auditor pode influenciar: [De forma positiva/negativa a sua reputação profissional]
A12	O vestuário de um auditor pode influenciar: [De forma positiva/negativa a reputação da firma de auditoria para quem trabalha/pode vir a trabalhar]
A13	Tatuagens visíveis e/ou piercings são fatores que podem ser levados em conta na decisão de escolha na sua contratação: [Por parte de uma empresa de auditoria.]
A14	Tatuagens visíveis e/ou piercings são fatores que podem ser levados em conta na decisão de escolha na sua contratação: [Por parte de um potencial cliente.]
A15	O vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente sobre: [A confiança no seu trabalho.]
A16	O vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente sobre: [A fiabilidade do seu trabalho]
A17	O vestuário de um auditor pode ter impacto na opinião de um possível cliente sobre: [A credibilidade do seu trabalho]
A18	O auditor é hoje em dia um estereótipo de pessoa formal, com uma relação distante e um comportamento sério.
A19	Sente pressão para adotar um comportamento social sério?
A20	Num ambiente social, sente-se à vontade para estar num registo mais descontraído e informal?
A21	Trabalha numa Big4 de Auditoria?
A22	A empresa onde trabalha tem dress code em que é obrigatória a adoção de estilo formal?

NÃO AUDITOR	
NA1	Está familiarizado com auditores externos?
NA2	A forma como o auditor se apresenta tem impacto na fiabilidade do seu trabalho.
NA3	Uma boa imagem aumenta a confiança transmitida pelo auditor.
NA4	É possível retirar ilações do comportamento profissional do auditor através da sua imagem.
NA5	A postura profissional está diretamente relacionada com a imagem do auditor.
NA6	O tipo de vestuário utilizado pelo auditor tem impacto na credibilidade que o mesmo tenta transmitir.
NA7	O auditor não pode apresentar-se com um estilo de roupa informal.
NA8	O auditor não pode apresentar-se com um estilo de calçado desportivo.
NA9	O comportamento que o auditor adota faz parte integrante da sua imagem.
NA10	A fluidez com que o auditor comunica e as suas ações pautadas pela educação e respeito, são elementos que transmitem confiança no seu trabalho.
NA11	Um auditor que se apresente confiante e emocionalmente estável, tem maior probabilidade de apresentar um bom trabalho.
NA12	A versatilidade e flexibilidade são predicados importantes na tomada de decisão e capacidade de negociação.
NA13	Determinadas características como sentido de organização, espírito de liderança, objetividade e integridade acrescentam credibilidade ao auditor e ao seu trabalho.
NA14	Um auditor é valorizado pela sua humanidade e sensibilidade.
NA15	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [É relevante o vestuário utilizado pelo auditor.]
NA16	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [O estilo de roupa utilizada é um fator eliminatório.]
NA17	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [É impensável contratar um auditor com tatuagens visíveis e/ou piercings.]
NA18	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [O sexo do auditor influencia a sua contratação.]
NA19	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [A forma de comunicação do auditor tem peso na sua decisão.]
NA20	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [Tem em consideração os anos de experiência do auditor.]
NA21	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [É determinante saber o currículo profissional do auditor e perceber para que empresas de auditoria trabalha/trabalhou.]
NA22	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [Procura perceber se é imparcial e confiante de si próprio.]
NA23	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [É importante procurar um auditor conservador e de poucas conversas.]
NA24	Se pretende contratar um auditor externo para auditar a sua empresa/empresa que trabalha: [Procura um auditor diplomático, observador e versátil.]
NA25	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [A imagem.]
NA26	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [Postura.]
NA27	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [Indumentária adotada.]
NA28	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [Comportamento desinibido.]
NA29	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [Arrogância e sentimento de superioridade.]
NA30	A reputação da empresa de auditoria pode ser afetada negativa ou positivamente por vários fatores de determinado(s) auditor(es): [Imparcialidade.]