



Relatório de estágio na Crowe Portugal - O papel do tradutor no processo de localização e na garantia da qualidade do produto final

Celso Eduardo Freitas Moura

Relatório de Estágio apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Tradução e Interpretação Especializadas, sob orientação da Professora Especialista Paula Susana Duarte Carvalho

Celso Eduardo Freitas Moura. Relatório de estágio na Crowe Portugal – O papel do tradutor no processo de localização e na garantia de qualidade do produto final
10/2023

M

MESTRADO
TRADUÇÃO E INTERPRETAÇÃO ESPECIALIZADAS

Relatório de estágio na Crowe Portugal - O papel do tradutor no processo de localização e na garantia da qualidade do produto final

Celso Eduardo Freitas Moura

Relatório de Estágio apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Tradução e Interpretação Especializadas, sob orientação da Professora Especialista Paula Susana Duarte Carvalho

Celso Eduardo Freitas Moura. Relatório de estágio na Crowe Portugal – O papel do tradutor no processo de localização e na garantia de qualidade do produto final
10/2023

Dedicatória

Ao meu tio. Nunca serás esquecido.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, quero agradecer à Crowe Portugal pela oportunidade, especialmente ao gestor de marketing, Nicolau Monteiro, e ao responsável da unidade de IT Consulting, Guilherme Santos, por todo o acompanhamento, encorajamento e ajuda ao longo do estágio.

Em segundo lugar, à orientadora Paula Carvalho por todo o apoio, ajuda e força ao longo deste percurso final do Mestrado, com um especial agradecimento a todos os docentes e colegas que nestes últimos cinco anos no ISCAP, direta ou indiretamente, ajudaram na construção deste percurso.

Em terceiro lugar, a todas as pessoas que cruzaram o meu caminho em praxe e alimentaram esta fome de querer saber e fazer mais a nível académico, pessoal e profissional.

Em quarto lugar, aos meus amigos que me apoiaram e ajudaram sempre que necessário.

Em quinto lugar, à minha namorada, Rita, pelo amor, apoio e paciência.

Em último lugar, mas não menos importante, aos meus pais e aos meus irmãos que permitiram que tudo isto fosse possível.

A todos, sem exceção, o meu mais sincero obrigado.

Resumo:

A globalização tem sido um fator importante para as empresas que dominam o mundo da auditoria e da consultoria em todo o mundo. Estas empresas são as “big four”, denominação que compreende a Deloitte, a PwC (PricewaterhouseCoopers), a EY (Erneste & Young) e a KPMG. No entanto, outras empresas tentam ganhar mais destaque, como é o caso da Crowe, presente no top 10 do ranking de firmas de consultoria e com escritórios em Portugal com a denominação “Crowe Portugal”.

A comunicação e o marketing, sem tirar a importância de outros fatores, desempenham um papel importante no posicionamento destas empresas no mercado global. Tendo isto em conta, é impossível ignorar a importância que a qualidade da comunicação interna e externa tem nesse posicionamento.

O presente relatório, como forma de avaliação final para a obtenção do grau de Mestre em Tradução e Interpretação Especializadas, expõe os trabalhos realizados ao longo do estágio na Crowe Portugal que tinha como objetivo principal aprimorar a qualidade da comunicação da firma.

Os projetos realizados foram, na sua maioria, de revisão, *proofreading* e localização. Foram ainda feitas traduções entre o par de línguas Português e Inglês, e Português e Espanhol.

No final do Estágio foi realizado partilhado em diversas redes sociais um inquérito com o objetivo de entender a importância dada pelo consumidor à qualidade estética e textual de um *website*, para que fosse possível validar a necessidade de otimização dos conteúdos publicados online por uma empresa. O presente relatório contém o inquérito na íntegra, desde o processo de criação às conclusões retiradas.

Em suma, este trabalho retrata a experiência de um tradutor estagiário numa firma de consultoria de topo e analisa através de feedback de clientes e parceiros, e também a partir das conclusões do inquérito, o impacto que a qualidade linguística tem nestas empresas.

Palavras chave: Comunicação; Localização; *Proofreading*; Qualidade; Revisão; Tradução.

Abstract:

Globalisation has been important to the companies that dominate the auditing and consulting business worldwide. These companies are the big four, which includes, Deloitte, PwC (PricewaterhouseCoopers), EY (Erneste & Young) and KPMG. Meanwhile, other companies are trying to gain more ground, including Crowe, which is placed in the top 10 in the ranking of consultancy firms and has offices in Portugal as Crowe Portugal.

Communication and maketing, without undermining the importance of other factors, play na important role in positioning companies in the global marketplace. Considering this, it is impossible to disregard the importance of the quality of internal and external communicating and marketing.

This report, prepared as the final assessment for obtaining a Master's degree in Specialised Translation and Interpreting, covers the projects carried out during the internship at Crowe Portugal with the main objective of improving the quality of the company's communication.

Most of the projects carried out involved editing, proofreading and localisation. There were also translations from Portuguese to English, and from Portuguese to Spanish.

Towards the end of the intership, a survey was conducted with the goal of understanding the importance given by consumers to the aesthetic and textual quality of a *website*, thus justifying the optimisation of the content displayed by a company. This report includes the survey in its entirety, from draft to conclusions.

This paper portrays the experience of a trainee translator in a top consulting firm and explores, through feedback from clients and partners, and also from the conclusions drawn fomr the inquiry, the impact that linguistic quality can have in this context.

KEY words: Communication; Localisation; Proofreading; Quality; Revision; Translation.

Índice geral

Introdução	1
Capítulo I – Entidade de Acolhimento	6
1.1 História da Crowe Global	7
1.2 A Crowe Portugal	8
Capítulo II – Enquadramento	10
2.1 Tradutor e a internet	11
2.2 Qualidade textual de (não) traduções	13
2.2.1 Revisão e Edição	15
2.3 Tradução	16
2.3.1 Traduzir para a Segunda Língua (L2).....	16
2.3.2 Inglês Americano vs Inglês Britânico.....	17
Capítulo III – Estágio.....	21
3.1 Contextualização do Estágio	22
3.2 Trabalho a desenvolver – Expetativas	23
3.3 Trabalho desenvolvido	24
3.3.1 Introdução ao mercado da Crowe.....	26
3.3.1.1 A Crowe.....	27
3.3.1.2 As “big four”	27
3.3.1.3 Crowe vs as “big four”	36
3.3.2 Revisão e edição	41
3.3.2.1 Texto de correios eletrónicos.....	42
3.3.2.2 Folhetos	51
3.3.2.3 Apresentações em PowerPoint	55
3.3.2.4 Brochura Institucional	60
3.3.3 Localização do <i>Website</i> Crowe Portugal.....	60
3.3.3.1 Software Sitecore.....	65

3.3.4	Glossário.....	73
3.3.5	Realidade Virtual.....	74
3.4	Tradução.....	79
3.4.1	Português – Inglês.....	79
3.4.2	Português – Espanhol.....	80
3.5	Aplicação na firma do trabalho desenvolvido.....	82
3.6	Análise do <i>feedback</i> dos trabalhos realizados.....	83
3.7	Outros.....	86
3.8	Dificuldades e dúvidas gerais.....	87
Capítulo IV – Importância da Qualidade do Produto Final.....		89
4.1	Metodologia.....	90
4.2	Questionário.....	90
4.3	Finalidade das Perguntas.....	91
4.4	Conclusão, lançamento e encerramento do questionário.....	92
4.5	Delineação das opções das respostas.....	92
4.6	Análise do Questionário.....	97
4.6.1	Análise qualitativa.....	98
4.6.1.1	Perfil do inquirido.....	98
4.6.1.2	Frequência de uso/procura de <i>website</i>	104
4.6.1.3	Importância do conteúdo visual e linguístico dos <i>websites</i>	106
4.6.1.4	<i>Website</i> mais agradável visualmente e linguisticamente.....	108
4.7	Conclusões.....	113
Capítulo V – Considerações finais.....		115
5.1	Conclusões.....	116
5.2	Recomendações para trabalhos futuros.....	117
Referências bibliográficas.....		118
Apêndices.....		122

Apêndice I – Questionário	123
Apêndice II – Glossário – Folha 1: Terminologia de serviços	135
Apêndice III – Glossário – Folha 2: “Terminologia económica”	144
Apêndice IV – Glossário- Folha 3: “Outra terminologia”	160
Anexos.....	164
Anexo I – Grelha de Avaliação do Estágio.....	165

Índice de Figuras

FIGURA 1 – ESTRUTURA EMPRESARIAL DA CROWE PORTUGAL.	9
FIGURA 2 – ESTRUTURA DO DEPARTAMENTO DE CONSULTORIA DA CROWE PORTUGAL.	9
FIGURA 3- PÁGINA INICIAL DELOITTE GLOBAL.	29
FIGURA 4 – PÁGINA INICIAL KPMG GLOBAL.	29
FIGURA 5 – PÁGINA INICIAL EY GLOBAL.	29
FIGURA 6 – PÁGINA INICIAL PWC GLOBAL.	29
FIGURA 7 – RESULTADO DA PESQUISA “DELOITTE PORTUGAL” NO MOTOR DE PESQUISA DA GOOGLE.	31
FIGURA 8 – RESULTADO DA PESQUISA “KPMG PORTUGAL” NO MOTOR DE PESQUISA DA GOOGLE.	31
FIGURA 9 – RESULTADO DA PESQUISA “PWC PORTUGAL” NO MOTOR DE PESQUISA DA GOOGLE.	32
FIGURA 10- RESULTADO DA PESQUISA “EY PORTUGAL” NO MOTOR DE PESQUISA DA GOOGLE.	32
FIGURA 11- DISPOSIÇÃO DA BARRA DE OPÇÕES DO WEBSITE DA CROWE GLOBAL.	36
FIGURA 12 – DIFERENTES LOCALIZAÇÕES DOS ESCRITÓRIOS DA CROWE.	36
FIGURA 13 – PRIMEIRO RESULTADO DA PESQUISA “CROWE PORTUGAL” NO MOTOR DE PESQUISA GOOGLE.	37
FIGURA 14 – DIAPOSITIVO 4 DE TODAS AS APRESENTAÇÕES POWERPOINT.	57
FIGURA 15 – DIAPOSITIVO 5 DE TODAS AS APRESENTAÇÕES POWERPOINT.	58
FIGURA 16 – DIAPOSITIVO 6 DE TODAS AS APRESENTAÇÕES.	59
FIGURA 17 – PAINEL DE CONTROLO PADRÃO SITECORE.	66
FIGURA 18 – PAINEL DE CONTROLO SITECORE DA CROWE.	67
FIGURA 19 – SELEÇÃO DE UMA CAIXA DE TEXTO PARA EDIÇÃO.	68
FIGURA 20 – EDIÇÃO DO CORPO DE UM TEXTO NAS CAIXAS.	68
FIGURA 21 – EDITOR NA FERRAMENTA SITECORE.	69
FIGURA 22 – VERSÕES DA PÁGINA DE CIBERSEGURANÇA DA CROWE PORTUGAL NO SITECORE.	70
FIGURA 23 – DROPDOWN MENU DA FERRAMENTA SITECORE PARA SE INICIAR A EDIÇÃO DA PÁGINA.	70
FIGURA 24- PROCESSO DE APLICAÇÃO DAS ALTERAÇÕES FEITAS NA FERRAMENTA SITECORE.	71
FIGURA 25 – MENU DE APROVAÇÃO DAS ALTERAÇÕES REALIZADAS.	71
FIGURA 26 – CAIXA DE CONFIRMAÇÃO DE PUBLICAÇÃO.	72
FIGURA 27 – CONFIRMAÇÃO DA PUBLICAÇÃO DAS ALTERAÇÕES FEITAS.	72
FIGURA 28 – GLOSSÁRIO DE TERMOS REFERENTES À ÁREA DE ATUAÇÃO DA CROWE PORTUGAL.	74
FIGURA 29 – ECRÃ INICIAL DA APLICAÇÃO “MISSÃO METASEGURA VR”.	75
FIGURA 30 -PERGUNTA NO ECRÃ DURANTE O DESENVOLVIMENTO DA FORMAÇÃO.	76
FIGURA 31 – PERGUNTA FINAL DA FORMAÇÃO.	77
FIGURA 32 – FORMULÁRIO FALSO PARA TESTAR O FORMANDO.	78
FIGURA 33 – IMAGEM DO DOCUMENTO EM ESPANHOL.	81
FIGURA 34 – IMAGEM TRABALHADA PARA O DOCUMENTO EM PORTUGUÊS.	82
FIGURA 35 – AUDIÊNCIAS DO WEBSITE DA CROWE PORTUGAL REFERENTES A JANEIRO DE 2023.	85

FIGURA 36 - AUDIÊNCIAS DO WEBSITE DA CROWE PORTUGAL REFERENTES A JULHO DE 2023.	86
FIGURA 37 - ESTRUTURA DO SISTEMA NACIONAL DE EDUCAÇÃO.	96
FIGURA 38– IMAGEM 1 – CAPTURA DE ECRÃ DA PÁGINA DE SERVIÇOS LOCALIZADA.	109
FIGURA 39- IMAGEM 2 – CAPTURA DE ECRÃ DA PÁGINA DE SERVIÇOS ORIGINAL.	110
FIGURA 40 – IMAGEM 3 – CAPTURA DE ECRÃ DO TEXTO DESCRITIVO DO SERVIÇO “OUTSOURCING” LOCALIZADO.	111
FIGURA 41 – IMAGEM 4 - CAPTURA DE ECRÃ DO TEXTO DESCRITIVO DO SERVIÇO “OUTSOURCING” ORIGINAL.	111

Índice de Tabelas

TABELA 1 – AS 10 LÍNGUAS MAIS UTILIZADAS NA INTERNET (MARÇO DE 2020)	18
TABELA 2 - TOP 10 DE FIRMAS DE AUDITORIA DO ANO 2023 DE ACORDO COM O IAB.	28
TABELA 3 – TOP 10 DE FIRMAS DE CONSULTORIA EM 2023 DE ACORDO COM O IAB.	28
TABELA 4 – TERMOS UTILIZADOS NOS WEBSITES DAS EMPRESAS.	33
TABELA 5 - NÚMERO DE SEGUIDORES DAS “BIG FOUR” NAS REDES SOCIAIS EM AGOSTO DE 2023	34
TABELA 6 – RESULTADOS DA PROCURA DOS TERMOS NO MOTOR DE PESQUISA GOOGLE.COM	38
TABELA 7 - RESULTADOS DA PROCURA DOS TERMOS NO MOTOR DE PESQUISA GOOGLE.PT	38
TABELA 8 - RESULTADOS DA PROCURA DOS TERMOS NO MOTOR DE PESQUISA GOOGLE.COM	39
TABELA 9 - RESULTADOS DA PROCURA DOS TERMOS NO MOTOR DE PESQUISA GOOGLE.PT	40
TABELA 10 – NÚMERO DE SEGUIDORES NAS REDES SOCIAIS DA CROWE.	41
TABELA 11- EDIÇÃO DE MODELO DE CORREIO ELETRÓNICO DE INTRODUÇÃO AO SEVIÇO DE RPA.	43
TABELA 12 - EDIÇÃO DE MODELO DE CORREIO ELETRÓNICO SOBRE OS BENEFÍCIOS DO SERVIÇO DE RPA.	46
TABELA 13 – EDIÇÃO DE MODELO DE CORREIO ELETRÓNICO SOBRE A UTILIDADE DO SERVIÇO DE RPA.	48
TABELA 14 - EDIÇÃO DE MODELO DE CORREIO ELETRÓNICO SOBRE AS CARACTERÍSITCAS DO SERVIÇO DE RPA.	50
TABELA 15 – EDIÇÃO DO FOLHETO SOBRE O SERVIÇO DE RPA.	51
TABELA 16 – INFORMAÇÕES DOS POWERPOINTS TRABALHADOS.	55
TABELA 17 – SUGESTÕES DE ALTERAÇÕES A FAZER AO DIAPOSITIVO.	57
TABELA 18 – LISTA DE PÁGINAS DO WEBSITE DA CROWE PORTUGAL LOCALIZADAS PARA INGLÊS E PARA PORTUGUÊS.	61
TABELA 19 – DADOS DAS CAMPANHAS DO SERVIÇO DE RPA.	84
TABELA 20 - POPULAÇÃO RESIDENTE COM 15 E MAIS ANOS SEGUNDO OS CENSOS: TOTAL E POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE COMPLETO MAIS ELEVADO	96

Lista de abreviaturas

CAT - Tradução Assistida por Computador

ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

IT – Tecnologias de informação

MST- Microsoft Teams

MT - Tradução Automática

MTIE – Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas

RV- Realidade Virtual

SEO – Search Engine Optimization

G10N – Globalização

I18N – Internacionalização

L10N – Localização

T9N – Tradução

INTRODUÇÃO

O presente relatório foi elaborado no contexto da unidade curricular de Estágio Profissional do 2º ano do Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas (MTIE) no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP).

Motivação

O principal objetivo para a avaliação final do MTIE seria aliar gostos pessoais a uma área profissional com a realização de um projeto de localização de videojogos, algo que acabou por não se realizar por diversos motivos.

Não havia o objetivo de se realizar um estágio numa empresa focada na prestação de serviços linguísticos, principalmente porque, na minha opinião, o meu par de línguas de trabalho não se diferencia da maioria dos meus colegas de turma, assim como colegas de anos anteriores que também realizaram estágio neste tipo de empresas. Esta avaliação do par de línguas foi feita de forma geral ao longo dos últimos semestres de aulas em que a maioria da turma do 2º ano do MTIE trabalhou de e para português a partir de inglês e/ou espanhol, apesar de existir sempre uma minoria que trabalhou com francês, russo ou alemão. Em anos anteriores, é possível constatar o mesmo, com números diferentes, pelos relatórios presentes no Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto (ReCIPP). Apesar de não pretender seguir este caminho como forma de avaliação final de mestrado, nunca foi deixada de parte esta hipótese, pois uma carreira tem de começar por algum lado, e como é o meu caso, esta opção pode ser uma entrada para aqueles que não possuem experiência profissional suficiente para serem vistos como um recurso necessário no mundo da tradução.

A nível da motivação, e para aceitar esta proposta de estágio que havia sido facilitada pela orientadora Paula Carvalho, posso dizer que me encontrava um pouco reticente devido ao plano delineado para o estágio, sendo que o foco era maioritariamente em revisão e *proofreading*, e não naquilo que realmente desejava fazer que seria tradução e localização. Contudo, o que mais pesou para aceitar este estágio foi o facto de vir a ter a possibilidade de trabalhar textos económicos, assim como participar em projetos de localização, especificamente em projetos de realidade virtual (RV) com o departamento de IT (Tecnologias de Informação) da firma.

Objetivos

Os objetivos pretendidos com a realização deste estágio seriam, em primeiro lugar, ganhar experiência no mercado de trabalho e enfrentar desafios que não são possíveis de enfrentar em ambiente de sala de aula, como trabalhar sob pressão, estar dependente de prazos estipulados por clientes reais e enquadrar-me no ambiente de trabalho de uma firma. Em segundo lugar, e como referido no ponto da motivação, entender o papel do tradutor numa empresa que não se foca no fornecimento de serviços linguísticos, sendo que durante o estágio foi tido mais em conta o papel do tradutor na localização devido às inúmeras alterações feitas no *website* da Crowe Portugal. Por último, mas não menos importante, pretendia-se pôr em prática os conhecimentos de tradução adquiridos ao longo dos últimos cinco anos (Licenciatura em Assessoria e Tradução e MTIE), nomeadamente nas unidades curriculares de Tradução Económica e Tradução Jurídica, pertencentes ao programa curricular do MTIE até ao ano letivo 2022/2023, que abordaram processos de leitura, pesquisa terminológica, revisão e edição do texto de partida e do texto de chegada de acordo com o tipo de texto a trabalhar. Durante o estágio, estes pontos foram importantes para observar a importância do tradutor na garantia de qualidade do produto final, ou seja, naquilo que produzia.

Escolha do estágio

Em dezembro de 2022, o objetivo principal era caminhar para o fim do mestrado com um projeto focado na área da localização de videojogos. Contudo, e após várias e infrutíferas tentativas de contacto sem sucesso com empresas e com criadores independentes de videojogos, a solução passou por tentar abordar outras hipóteses que se alinhassem com os meus objetivos para o futuro, sendo que todo o processo de revisão de literatura e de tentativa de contactar as entidades referidas deu-se até meados de março de 2023. Nesta altura, a Crowe Portugal, por meio de uma entrevista, propôs um estágio com foco na melhoria da comunicação interna e externa da firma, ou seja, uma revisão linguística da comunicação via correio eletrónico, apresentações, contratos e *website* da firma com maior foco no português. Além disso, haveria a oportunidade de apoiar o departamento

de IT, algo recente na firma, na localização de aplicações que viriam a ser utilizadas em Realidade Virtual (RV) para a formação de terceiros em várias áreas.

Apesar de o tempo parecer escasso para iniciar um estágio nesta altura, e após a apresentação do plano para o relatório de estágio no Fórum Jovens Investigadores MTIE 2023 que ocorreu a 12 de abril no qual vários docentes forneceram críticas construtivas, optei por aceitar o estágio e reformular tudo o que havia feito até ao momento.

O estágio teve início no dia 24 de abril de 2023 e uma duração de 5 meses, refletida em 720 horas com 40 horas de trabalho semanal, e em regime híbrido (presencial e remoto). No geral, e por a firma não possuir serviços nem ferramentas de apoio linguístico no local de trabalho, não foi possível realizar a maioria dos projetos com o auxílio de ferramentas de tradução assistida por computador (*CAT Tools*) que foram expostas ao longo do mestrado. Contudo, e graças ao acesso ao Trados fornecido pelo ISCAP, foi possível realizar em regime de trabalho remoto uma tradução e ainda desenvolver um glossário bilingue criado ao longo de todo o estágio focado na terminologia implementada pela firma nos diversos projetos trabalhados.

Estruturação do relatório

Este relatório encontra-se dividido em 5 capítulos: no primeiro capítulo apresenta-se a entidade de acolhimento, a sua estruturação e o modelo de *governance*. O segundo remete para o enquadramento do estágio e são abordadas as competências do tradutor nos processos de tradução, localização, revisão e *proofreading*. Para além disso, é feita uma breve análise ao panorama da tradução na comunicação e no marketing, sendo estas as áreas mais trabalhadas ao longo do e. No capítulo três aborda-se o estágio e o que se desenvolveu ao longo dos cinco meses na entidade de acolhimento, assim como a aplicação na firma dos trabalhos realizados. Ainda neste capítulo, e de forma a perceber o impacto do trabalho realizado, expõem-se os resultados obtidos após a aplicação dos trabalhos realizados e a análise de dados feita de acordo com o *feedback* de (possíveis) clientes e de parceiros após essa aplicação.

O quarto capítulo foca-se num questionário criado no contexto deste trabalho, para colmatar a falta de dados disponíveis sobre o impacto que os trabalhos e a sua qualidade

tiveram no público-alvo (utilizadores do *website* da firma, clientes, parceiros, colaboradores), onde é exposto o processo de criação, de partilha, de recolha de informação e de análise dos dados do questionário de forma a gerar possíveis conclusões sobre a importância da qualidade do conteúdo para os inquiridos.

No último capítulo faz-se uma breve avaliação do estágio, expondo-se também o que poderia ser mais bem estudado na área de foco do estágio tendo também em conta o peso do questionário realizado.

CAPÍTULO I – ENTIDADE DE ACOLHIMENTO

A entidade de acolhimento para o estágio curricular foi a Crowe Portugal, entidade membro da Crowe, tendo o estágio decorrido no departamento de consultoria Crowe Advisory PT, Lda.

De acordo com a informação disponibilizada no *website* da Crowe Global (<https://www.crowe.com/global>), a Crowe é uma rede internacional de firmas independentes de serviços de contabilidade e consultoria, com mais de 200 firmas de contabilidade e consultoria em mais de 145 países, e que durante mais de 100 anos, tem vindo a ajudar clientes multinacionais na tomada de boas decisões além-fronteiras.

Os líderes da Crowe trabalham com governos, entidades reguladores e grupos empresariais de forma a moldar o futuro da profissão contabilística a nível global. Com conhecimento especializado do mercado, de leis e de costumes locais, fornecem valor duradouro aos clientes com projetos de empresas internacionais.

A Crowe proporciona um alcance global numa escala individual. As firmas estão focadas no futuro e na experiência do cliente, e em trabalhar com clientes com o intuito de construir algo valorizável, substancial e duradouro.

1.1 História da Crowe Global

A Crowe Global conta com uma história com mais de um século, tendo-se estabelecido em 1915 com o nome Horwath & Horwath e especializado no setor hospitalar. Em 1950 alarga os seus horizontes e mergulha no mundo da saúde com investimentos em novas tecnologias. Cinco anos mais tarde, em 1955, diversifica as suas práticas ao estabelecer-se nas áreas de contabilidade, auditoria e fiscalidade. Volvidos outros cinco anos, em 1960, é criada a Horwath & Horwath International com o objetivo de desenvolver negócios e relações a nível internacional com a oferta de serviços de consultoria a clientes. Em 1967 contava com 30 firmas-membro em 30 países. Em 1972 era a 13.^a maior organização internacional de contabilidade no mundo, e em 1992 expande a sua rede para a Europa Oriental. Na viragem do século emerge na China, sendo a primeira organização internacional com uma firma membro chinesa. Em 2001 fortalece a marca visual, alterando as cores e ícones para os que são conhecidos atualmente. Em 2015 contava com 200 firmas membro em 120 países e o objetivo era ser a 7.^a maior rede a nível mundial.

Dois anos mais tarde, em 2017, encontrava-se no 8.º lugar entre as maiores redes de contabilidade do mundo. Em 2018 altera o seu nome para o que tem atualmente, Crowe, sendo que algumas firmas espalhadas pelo mundo ainda se denominam de Horwath, principalmente Horwath HTL, focadas em serviços de Hotelaria, Turismo e Lazer.

Neste momento, a Crowe Global conta com mais de 40 mil colaboradores, 3 965 parceiros e 833 escritórios espalhados por 150 países, sendo 8.ª classificada no *ranking* de maiores redes de consultoria. A Crowe Global especializa-se nas seguintes indústrias:

- Energia;
- Fabrico;
- Hotelaria;
- Imobiliário;
- Organizações não governamentais;
- Saúde;
- Serviços Financeiros;
- Setor Público.
- Viagens e Lazer;

1.2 A Crowe Portugal

A Crowe está presente em Portugal há mais de 25 anos, estabelecendo-se no país em 1998. Tem, atualmente, três escritórios, dois do quais no Porto e um em Lisboa. Em território nacional possui quatro sociedades independentes, cada uma com a sua área de especialização, nomeadamente:

- **Audit** - Crowe & Associados, SROC, Lda.
- **Tax** - Crowe JV - Consultoria Fiscal e de Gestão, Lda.
- **Advisory** - Crowe Advisory PT, Lda.
- **Outsourcing** - Crowe Accountify - Management Solutions, Lda.

A Crowe Portugal posiciona-se como uma firma de excelência nas áreas de Auditoria (Audit), Consultoria (Advisory) e Consultoria Fiscal (Tax).

A Crowe Portugal, como firma da Crowe, presta serviços de auditoria, fiscalidade, consultoria e *outsourcing*. O estágio realizou-se nos escritórios da Crowe Advisory PT.

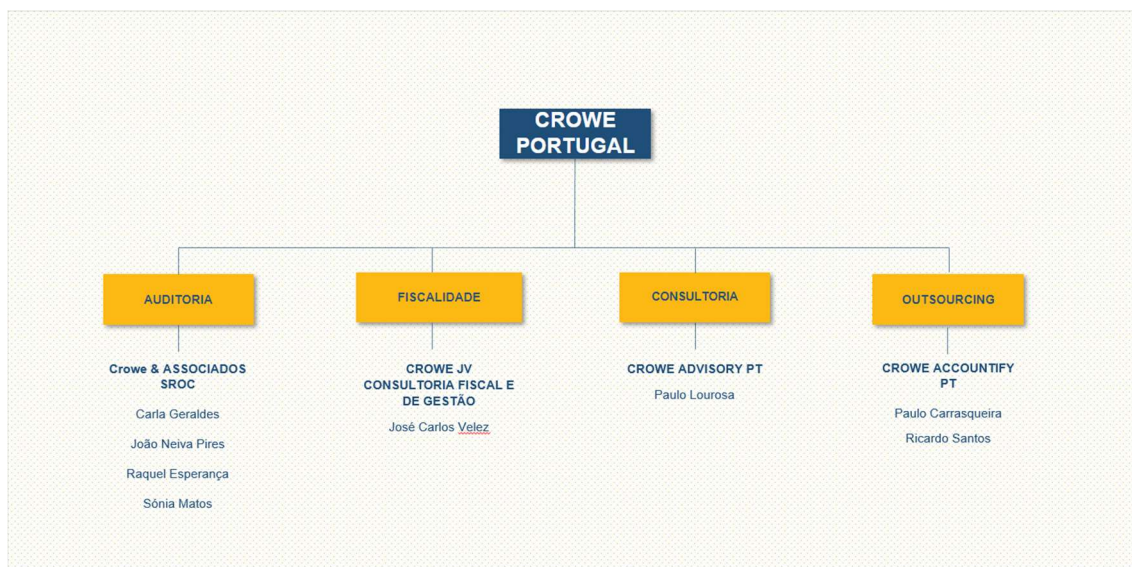


Figura 1 – Estrutura empresarial da Crowe Portugal.

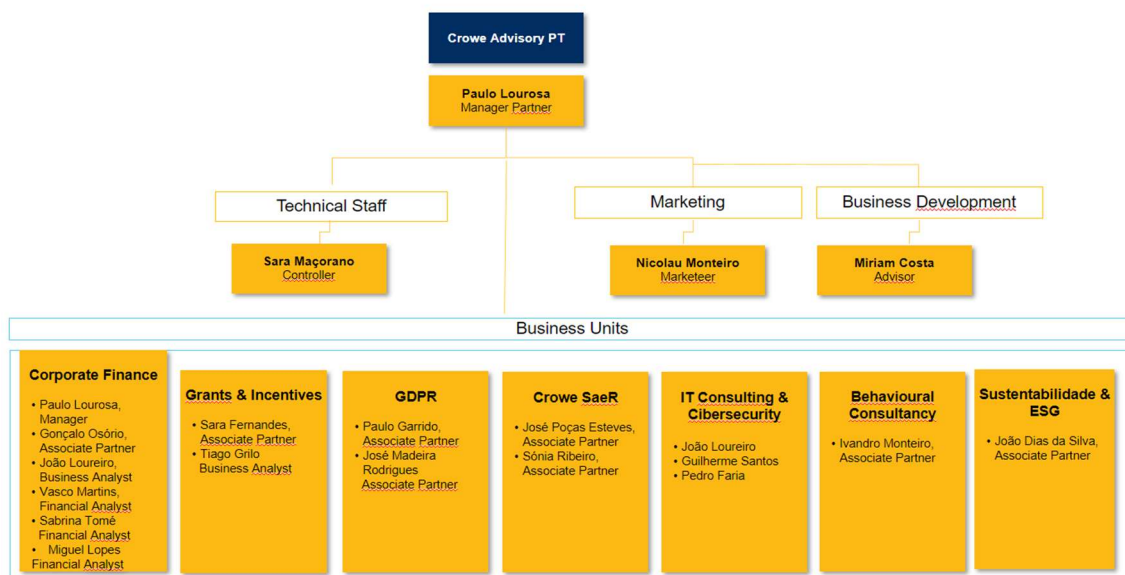


Figura 2 – Estrutura do departamento de consultoria da Crowe Portugal.

CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO

Por falta de experiência profissional na área da tradução, o estágio levantou várias questões sobre as capacidades que um tradutor tem de demonstrar, principalmente a capacidade de análise qualitativa dos trabalhos que realiza, pois neste contexto a entidade de acolhimento não possuía nos seus quadros nenhum colaborador responsável pela qualidade linguística.

2.1 Tradutor e a internet

Ao longo do tempo o trabalho do tradutor tem-se vindo a diversificar cada vez mais, sendo que [Sakwe \(2015\)](#) no *International Journal of English Language & Translation Studies* diz que os tradutores nos dias de hoje têm de estar preparados e acrescenta que, citando Daniel Gouadec (2007),

[...to become] an information management expert, technician, terminologist, phraseologist, translator, adapter, proofreader, reviser, quality control expert, posteditor, editor, graphic design expert and Web page designer, technical writer, Web site designer, Web page integrator, file manager, macro-command writer and in some cases IT specialist, all rolled into one. (p. 120)

Atualmente, o trabalho do tradutor também passa pelo conteúdo online, seja na sua revisão, tradução ou localização, sendo que a expansão da internet por todo o mundo é um dos fatores mais importantes para tal diversificação. De acordo com o estudo da Digital 2023 Global Overview Report¹, a janeiro de 2023 64,4% da população mundial tinha acesso à internet, o que corresponde a mais de 5 mil milhões de pessoas. A otimização dos *websites* para venda de produtos ou serviços é fulcral, sendo que, em média, mais de 50% dos utilizadores da internet procuram marcas, serviços e/ou produtos específicos antes de efetuarem uma compra. Uma fraca otimização pode não surtir efeito em possíveis clientes.

Esta expansão da internet para quase todas as partes do mundo trouxe a necessidade da localização de *websites*, que pode ser definida, de acordo com [Jiménez-Crespo \(2013\)](#),

¹ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

como um processo “by which interactive digital texts are modified for use by audiences around the world other than those originally targeted”. [Singh e Pereira \(2005\)](#) afirmavam que “Companies that realize the importance of cultural differences, and design web materials with this in mind, will increase international market share—at the expense of those who ignore local customs.”

Omar (2021) explica que as empresas internacionais utilizam “translation, quality assurance, testing, and project management to meet the international standards of *website* or software localization”, pelo que, de acordo com o mesmo autor, “localization is a requirement for successful businesses and the quality of the localized products is the key to establishing a career in the industry at hand”, demonstrando assim a importância que um bom tradutor tem neste processo, o que leva ao ponto crucial de conhecimento dos valores, costumes e da cultura da língua de chegada.

[Sandrini \(2005\)](#) elucida que a diferente procura dos utilizadores fortalece a definição de localização de *websites* que diz que um *website* tem de estar linguística e culturalmente apropriado para o “locale” alvo. “Locale” é uma combinação de língua, cultura e região em que se inserem utilizadores específicos que utilizam conceitos específicos, como por exemplo, formatação de datas e horas. Por outro lado, os objetivos do cliente “(...) could be entirely different for the new foreign language *website* version than that for the source language *website* which influence the translation or adaptation process as a whole.” Tendo isto em conta, Sandrini, propõe uma outra definição para o processo de localização de *website*: “process of modifying a *website* for a specific locale according to the goals outlined by the client.”

No mundo do comércio eletrónico (*e-commerce*), a tradução é um processo intermediário entre outros processos maiores, como a Globalização (Globalisation – G11N), Internacionalização (Internationalisation – I18N) e/ou Localização (Localisation – L9N), processos que não podem dispensar a Tradução (Translation - T9N). Este conjunto de processos denomina-se de modelo GILT.

De acordo com [Esselink \(2000, pp. 2-4\)](#), ao citar a Localisation Industry Standards Association (LISA), os processos do modelo GILT definem-se individualmente como:

- **G** - “Globalization addresses the business issues associated with taking a product global. In the globalization of high-tech products this involves integrating localization throughout a company, after proper internationalization and product design, as well as marketing, sales, and support in the world market.”
- **I**- “Internationalization is the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions without the need for re-design. Internationalization takes place at the level of program design and document development.”
- **L**- “Localization involves taking a product and making it linguistically and culturally appropriate to the target locale (country/region and language) where it will be used and sold.”
- **T**- “Translation is only one of the activities in localization; in addition to translation, a localization project includes many other tasks such as project management, software engineering, testing, and desktop publishing.”

2.2 Qualidade textual de (não) traduções

A avaliação da qualidade de um conteúdo localizado ou traduzido pode depender de vários fatores. [Omar \(2021\)](#) aponta três fatores que podem definir a qualidade de conteúdo localizado, nomeadamente “language translation or linguistic properties, the transition of the product, and the outcome of the product”. [Ørsted \(2001\)](#) afirma que a qualidade é um aspeto importante na indústria da tradução e acrescenta que uma tradução de qualidade tem de estar correta “idiomatically, grammatically and terminologically”. [Williams \(2009:3\)](#) afirma que existe um consenso na necessidade de uma tradução ser “‘good’, ‘satisfactory’ or ‘acceptable’”, mas que para o autor “(...) there are no generally accepted objective criteria for evaluating the quality of translation.” [Drugan \(2013\)](#) relaciona a necessidade de traduções mais rápidas e com menos custos a efeitos negativos na qualidade da tradução. Acrescenta ainda que o uso de ferramentas de tradução por parte de tradutores (envolvidos no seu estudo) não é feita com intuito de aumentar a qualidade, mas sim a rapidez da tradução.

Internacionalmente, a norma de qualidade ISO 17100, elaborada pela International Organization for Standardization (ISO), define termos e conceitos relacionados com a tradução e que processos fazem parte da realização de uma tradução. Para além disso, esta norma especifica os requisitos, competências e qualificações tanto do prestador de serviços linguísticos como do cliente. Estas definições passam pela tradução, na qual o tradutor tem de fazer uma verificação geral de todo o trabalho que fez; pela edição, que tem de ser realizada por uma entidade que não o tradutor, mas que seja ou um tradutor qualificado ou um editor; pelo *proofreading*, processo em que é realizada uma revisão monolíngue final e durante o qual se aplicam correções para assegurar a coesão textual de acordo com o que foi pedido pelo cliente; pela garantia de qualidade e verificação final, na qual o gestor de projetos tem de confirmar que o projeto está de acordo com o que foi especificado; por fim, pela revisão, que se define pelas alterações feitas após o *feedback* do cliente.

No documento “Translation services — Requirements for translation services” elaborado pela ISO sobre exigências relativas aos serviços de tradução, é estabelecida a diferença entre o termo “translate” e o termo “translation”, em que o primeiro é definido como o ato de converter (*to render*), por escrito, conteúdo de uma língua de partida em conteúdo de uma língua de chegada, e o segundo como um conjunto de processos que têm como objetivo final converter, também por escrito, conteúdo de uma língua de partida em conteúdo numa língua de chegada. São também definidas as competências que um tradutor deve ter:

- “Translation competence” – definida como a capacidade de traduzir conteúdo de acordo com o que é necessário para o projeto em questão, inclusive a capacidade de abordar problemas de compreensão do conteúdo linguístico, produção de conteúdo linguístico, entre outros.
- “Linguistic and textual competence in the source language and the target language” – definida como a capacidade de compreender a língua de partida, de ser fluente na língua de chegada e conhecimento geral ou especializado das convenções textuais, ou seja, estrutura textual e formato do texto.

- “Competence in research, information acquisition, and processing” – definida como a capacidade de adquirir conhecimento linguístico e especializado adicional necessário para compreender o conteúdo da língua de partida e produzir o conteúdo na língua de chegada. É explicitado que esta competência requer experiência no uso de ferramentas.
- “Cultural competence” – definida como a capacidade de dar uso a informação dos padrões comportamentais, terminologia mais adequada, valores e “locale” que caracterizam tanto cultura da língua de partida como a da língua de chegada.
- “Technical competence” – definida como o conhecimento, capacidades e habilidades necessárias para realizar tarefas técnicas durante o processo de tradução ao empregar recursos técnicos, ferramentas, e qualquer sistema que apoie todo o processo de tradução.
- “Domain competence” – definida como a capacidade de compreender o conteúdo produzido na língua de partida e reproduzi-lo na língua de chegada com estilo e terminologia apropriados.

Desta forma, o tradutor, para além de traduzir, tem de dominar técnicas e conhecimentos relacionados com a Tradução Assistida por Computador (CAT), Tradução Automática (MT) e consequente verificação de resultado da Tradução Automática, pós-edição, verificação, revisão monolíngue e bilingue, *proofreading*, gestão de projetos e guias de estilo.

2.2.1 Revisão e Edição

No seu livro “Revising and Editing for Translators”, [Mossop \(2014\)](#) define revisão como a leitura de uma tradução de forma a encontrar passagens problemáticas e realizar correções e melhorias. Explica que a edição é a mesma tarefa que revisão, mas para textos que não são traduções. Contudo, o autor afirma que estes termos não são completamente paralelos e podem ser utilizados para se referirem a alguém que está a verificar e a alterar um texto. Esta definição é importante no sentido em que neste relatório são expostos trabalhos meramente de edição e outros de revisão.

2.3 Tradução

As competências do tradutor são um tema discutido há dezenas de anos com diferentes definições de vários autores, como Hatim et al (1990); Bell (1991), Campbell (1998), Neubert (2000), Adab, B. J., & Schäffner, C. (2000), entre outros.

Citado por [Yanqun Zou \(2015, p.788\)](#), Schäffner define competências de tradução como “a complex notion which involves an awareness of and conscious reflection on all the relevant factors for the production of a target text (TT) that appropriately fulfils its specified function for its target addressees”.

Morry Sofer (1999), citada por [Olvera-Lobo et al. \(2005\)](#),

“states that translators must develop search and research techniques and must be able to obtain basic reference sources in order to produce a quality translation. If translators do not have a good command of such techniques, they cannot translate texts concerning some specialist subjects and fields.”

[Whyatt e Kościuczuk \(2013\)](#) citam autores como John Dryden (1997) e Jacques Dellile (1992) que concordam que os tradutores devem apenas traduzir para sua língua nativa.

2.3.1 Traduzir para a Segunda Língua (L2)

O Collins Dictionary, disponível de forma gratuita e online, define “second language” (<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/second-language>) em inglês britânico como:

1. *a language other than the mother tongue that a person or community uses for public communication, esp in trade, higher education, and administration;*
2. *a non-native language officially recognized and adopted in a multilingual country as a means of public communication.*

E em inglês americano como:

1. *a language learned by a person after his or her native language, esp. as a resident of an area where it is in general use;*

2. *language widely used, esp. in educational and governmental functions in a region where all or most of its speakers are nonnative, as English in India or Nigeria;*

[Millward \(2010: 19\)](#) explica que “anyone who has ever translated a text from a foreign language into English knows how difficult it is to produce a smooth English translation that is not influenced by the vocabular and word order of its original.”

Por outro lado, [Whyatt et al. \(2021\)](#) indicam que “In small translation markets where the home language has a low diffusion translators need to be versatile and translate into their L1 and L2”. É salientado ainda que os tradutores que trabalham para uma L2 estão dependentes de “external support – now this support usually comes from online resources”. Estes recursos digitais passam por motores de pesquisa, dicionários, *websites*, tradutores automáticos, etc. [Hvelplund et al. \(2017\)](#), referenciados por [Hvelplund \(2017\)](#), concluem que o tipo de texto a traduzir interfere com o número de consultas de recursos (não só os digitais), assim como o tempo passado nos recursos. Neste caso, a tradução especializada² requer três vezes mais consulta de recursos do que a tradução literária.

É possível assim concluir que a tradução para a L2 é um processo mais demorado que a tradução para a L1, estando também dependente do tipo de texto.

2.3.2 Inglês Americano vs Inglês Britânico

O inglês é uma das línguas mais importantes na comunicação, seja ela oral ou escrita, não só devido ao facto de termos um mundo em que diferentes culturas tentam cada vez mais comunicar entre si uniformemente, mas também pela sua forte utilização em certos mercados, como afirma [Millward \(2010: 342\)](#) “Scholars from every nation publish in English in order to reach the widest possible audience, and scholars from some countries publish almost exclusively in English.”

De acordo com a Internet World Stats, *website* com uma grande variedade de dados e estatísticas relacionadas com as tendências e o uso da internet em todo o mundo, o inglês

² Tradução de textos de uma área específica. Exemplos: tradução técnica, tradução jurídica, tradução médica, tradução financeira, tradução económica. (Retirado de <https://www.alphatrad.pt/traducoes-especializadas> a agosto de 2023)

era a língua mais utilizada na Internet no início do ano de 2020, com mais de 1 100 milhões de utilizadores, seguida do mandarim (“Chinese”) com mais de 888 milhões.

Tabela 1 – As 10 línguas mais utilizadas na internet (março de 2020)

Top Ten Languages Used in the Web - March 31, 2020 (Number of Internet Users by Language)					
TOP TEN LANGUAGES IN THE INTERNET	World Population for this Language (2021 Estimate)	Internet Users by Language	Internet Penetration (% Population)	Internet Users Growth (2000 - 2021)	Internet Users % of World (Participation)
English	1,531,179,460	1,186,451,052	77.5 %	742.9 %	25.9 %
Chinese	1,477,137,209	888,453,068	60.1 %	2,650.4 %	19.4 %
Spanish	516,655,099	363,684,593	70.4 %	1,511.0 %	7.9 %
Arabic	447,572,891	237,418,349	53.0 %	9,348.0 %	5.2 %
Portuguese	290,939,425	171,750,818	59.0 %	2,167.0 %	3.7 %
Indonesian / Malaysian	306,327,093	198,029,815	64.6 %	3,356.0 %	4.3 %
French	431,503,032	151,733,611	35.2 %	1,164.6 %	3.3 %
Japanese	126,476,461	118,626,672	93.8 %	152.0 %	2.6 %
Russian	145,934,462	116,353,942	79.7 %	3,653.4 %	2.5 %
German	98,654,451	92,525,427	93.8 %	236.2 %	2.0 %
TOP 10 LANGUAGES	5,273,725,132	3,525,027,347	66.8 %	1,188.2 %	76.9 %
Rest of the Languages	2,522,890,578	1,060,551,371	42.0 %	1,114.1 %	23.1 %
WORLD TOTAL	7,796,615,710	4,585,578,718	58.8 %	1,170.3 %	100.0 %

NOTES: (1) Top Ten Languages Internet Stats were updated in January 31, 2020. (2) Internet Penetration is the ratio between the sum of Internet users speaking a language and the total population estimate that speaks that specific language. (3) The most recent Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), [International Telecommunications Union](#), [GfK](#), and other reliable sources. (4) Population estimates are based mainly on figures from the [United Nations Population Division](#) and local official sources. (5) For definitions, methodology and navigation help, please see the [Site Surfing Guide](#). (6) These statistics may be cited, stating the source and establishing an active link back to [Internet World Stats](#). Copyright © 2020, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

Linguisticamente, o dicionário Infopédia da Língua Portuguesa define “dialecto” como:

- a) “variante local ou regional de uma língua, que se distingue em relação à língua padrão pelas especificidades a nível da pronúncia (fonética), do vocabulário (léxico), etc.; variedade geográfica”.

O dicionário online americano Merriam-Webster apresenta várias definições semelhantes entre si do termo “dialect”, também na área linguística, como:

- a) “a regional variety of language distinguished by features of vocabulary, grammar, and pronunciation from other regional varieties and constituting together with them a single language”;
- b) “one of two more cognate languages”;
- c) “a variety of a language used by the members of a group” e ainda “a variety of language whose identity is fixed by a factor other than geography (such as social class)”.

O dicionário online Collins define o termo “dialect” em inglês britânico como:

- a) “a form of a language spoken in a particular geographical area or by members of a particular social class or occupational group, distinguished by its vocabulary, grammar, and pronunciation”;
- b) “a form of a language that is considered inferior”.

De acordo com um artigo³ de 19 de maio de 2022 no blog online da Grammarly⁴, os principais dialetos do inglês, de acordo com o número de falantes e sem ter em conta as diferentes variações destes dialetos, são:

1. Americano – cerca de 250 milhões de falantes;
2. Indiano – cerca de 225 milhões de falantes;
3. Nigeriano – cerca de 83 milhões de falantes;
4. Britânico⁵ – cerca de 52 milhões de falantes.

[Rittmayer \(2009: 8\)](#) ao referir-se à origem de dialetos diz que “In a sense, this is a first act of translation of an oral form of communication into a written form, and (...) a dialect is merely a variation of a standard language and can be understood when heard, the transliteration often produces a very foreignizing effect (...)”

[Algeo, J. \(2006: 1\)](#), no livro “British or American English?”, explicita que existem mais variáveis do inglês para além do britânico e do americano, “but these two varieties are the ones spoken by most native speakers of English and studied by most foreign learners.”

Para além do “tune”, o autor fala noutras diferenças entre estas duas variantes do inglês, como a gramática, a pronúncia, a escrita, entre outros. Os países também adotam formas diferentes de (a.) escrever certos termos que são equivalentes, (b.) de formatar datas, de (c.) utilizar equivalentes diferentes para se referirem ao mesmo termo:

- a. Há várias palavras cuja grafia diverge dependendo do dialeto em questão: “**behaviour**”, “**colour**” ou “**honour**” (en-GB) e “**behavior**” “**color**” ou “**honor**”

³ <https://www.grammarly.com/blog/the-primary-differences-among-major-international-english-dialects/>

⁴ Ferramenta online de assistência à escrita e verificação gramatical

⁵ Os dados para o número de falantes de inglês britânicos foram retirados de uma publicação de 2021 no *website* Statista devido à pouca informação sobre este tópico no blog inicial.

- (en-US). Outro exemplo são as palavras “organisation” (en-GB) e “organization” (en-US), ainda que a troca do “s” pelo “z” sirva apenas para um número finito de palavras, pois em ambos os dialectos se opta por manter a terminação “-ise” em vários nomes (por exemplo: “merchandise”, “supervise”, etc.).
- b. O formato de inscrição das datas também diverge dependendo do dialecto: no seu dialecto americano, a inscrição das datas em inglês segue o formato abreviado “mês/dia/ano” (exemplo: 06/20/2023), e no seu dialecto britânico, a inscrição das datas em inglês segue o formato abreviado “dia.mês.ano” (exemplo: 20.06.2023). No seu formato longo, a inscrição destas datas são “June 6th 2023” e “20 June 2023”, respetivamente.
 - c. O uso de palavras distintas das duas variantes para se referirem ao mesmo termo, como “elevator” (en-US) e “lift” (en-GB) para “elevador”, ou “apartment” (en-US) e “flat” (en-GB) para “apartamento”.

Durante o estágio foram trabalhadas principalmente as variantes do inglês britânico e do inglês americano, principalmente porque a firma não trabalhava com nenhuma variante de inglês específica, contudo, a ferramenta de otimização do *website*, Sitecore, encontrava-se com o inglês americano como língua predefinida, optando-se, por este motivo, por essa variante para trabalhar a localização do *website* para inglês e para a realização de outros trabalhos que envolveram a segunda língua (tradução, revisão e edição).

CAPÍTULO III – ESTÁGIO

Como referido anteriormente, a proposta de estágio na Crowe Advisory PT, Lda foi apresentada no final do mês de março, e decorreu entre 24 de abril e 8 de setembro de 2023 (num total de 720 horas de trabalho).

Durante o estágio foi possível trabalhar presencialmente de acordo com as capacidades de deslocação para o escritório da firma, sendo que maior parte foi realizado remotamente. A ida às instalações da firma alternava entre terça e quarta-feira, dependendo se havia ou não um computador disponível, visto que o escritório se encontrava em manutenção.

No que respeita ao relatório, já não seria possível entregar na época normal nem na época de recurso, apontando-se para a entrega entre em época especial atempadamente.

3.1 Contextualização do Estágio

O início de toda esta jornada deu-se no dia 18 de abril com uma reunião com o Dr. Nicolau Monteiro e com o Dr. Guilherme Santos, da Crowe Advisory PT, Lda, na qual apresentaram a firma, os objetivos do estágio e as tarefas correspondentes. Antes da reunião houve oportunidade de realizar uma pesquisa no *website* e nas redes sociais da firma com o objetivo de entender aquilo que poderia ser melhorado a nível linguístico, e de conhecer melhor a área de trabalho. Com esta pesquisa foi possível aferir que o *website* se encontrava numa fase embrionária, tanto em português como em inglês (línguas disponíveis), sendo que muito do conteúdo em inglês estava ainda em falta, algo que acabou por ser mencionado na entrevista como objeto de trabalho a ser realizado durante o estágio.

Na primeira reunião foram abordados dois temas: o marketing e a comunicação da firma. A falta de conhecimento e experiência nestas áreas suscitou alguma dúvida e apreensão, no entanto tal foi encarado como um grande desafio, colocando à prova as competências pessoais enquanto tradutor. Esse desafio seria trabalhar sem auxílio no que diz respeito ao trabalho de tradução, pois a firma, como foi já referido, não possui colaboradores que trabalhem com a linguística nem com ferramentas de tradução incorporadas no sistema de trabalho. Outro ponto positivo seria trabalhar com linguagem de especialidade, que se pode definir como um tipo de linguagem utilizada em contexto de conhecimento

especializado, que neste estágio seria nas áreas de economia e contabilidade. Estes dois pontos, aliados à hipótese de ingressar em projetos de realidade virtual (RV) e de trabalhar com uma empresa de renome, foram os principais motivos que levaram à decisão final de aceitar a proposta.

Não obstante, foi colocada a oportunidade de participar em formações, *workshops* e *webinars* sobre temas inseridos no mundo económico, o que viria a permitir não só uma melhor integração no ambiente de trabalho, mas também melhorar o conhecimento das áreas abordadas nessas atividades.

Para além de ser visto como uma forma de avaliação final de mestrado, o estágio e este relatório podem funcionar como ponto de partida para áreas de especialização, algo que será abordado mais ao detalhe no capítulo das considerações finais como uma forma de avaliação geral.

3.2 Trabalho a desenvolver – Expetativas

A falta de experiência profissional na área da tradução, excluindo curtos trabalhos de *freelance*, transformou esta numa oportunidade que acarretava grandes expetativas, principalmente devido às áreas em que a firma está inserida, como a área económica, trabalhada nos vários departamentos não só em português como também em inglês, havendo ainda a possibilidade de estar em contacto com uma terceira língua, o espanhol. Para além disso, a possibilidade de trabalhar em contexto profissional com contacto com várias pessoas de áreas diferentes permitiria ganhar uma visão diferente do mundo do trabalho.

No que respeita ao trabalho em si, durante a entrevista foi possível perceber que seria um trabalho único, principalmente, e como já foi referido, porque a Crowe Portugal não possui nenhum colaborador com foco na linguística da firma, algo que seria trabalhado durante o período do estágio, mas sempre com a supervisão dos orientadores da firma.

Na entrevista foram expostos os seguintes trabalhos a desenvolver:

- Pesquisa e exposição
- Revisão e alteração do conteúdo web para e em português;

- Revisão, tradução e criação de conteúdo web para e em inglês;
- Revisão da comunicação interna em português
 - Correio eletrónico;
 - Apresentações;
- Revisão da comunicação externa em português
 - Correio eletrónico;
 - Apresentações;
 - Folhetos (informativos);

Adicionalmente, foi explicado que haveria a oportunidade de participar em *webinars* e formações que a firma viria a realizar possibilitando o enquadramento na dinâmica e no ambiente de trabalho, assim como aquilo que a firma produz.

Em suma, esta oportunidade criou boas expectativas para o estágio dada a sua especificidade, a oportunidade de trabalhar na área da economia, e também pela possibilidade de ingressar no meio profissional numa firma de topo.

3.3 Trabalho desenvolvido

O trabalho desenvolvido ao longo do estágio pode ser dividido em duas partes: a primeira, com a leitura e análise de documentos internos da Crowe Global, adaptados pela Crowe Portugal ao contexto nacional, e que serviram como introdução à empresa. Ainda nesta fase, foi necessário estar a par dos serviços da firma (informação pode ser encontrada no seu *website*⁶) e aquilo que as “big four” fazem a nível de comunicação e marketing. Esta pesquisa sobre as “big four” foi algo constante ao longo do estágio, pois os *websites* destas empresas contêm informação não só a nível terminológico (em publicações, separadores próprios para serviços, etc.), mas também sobre a forma ideal de expor serviços e informação. Tendo isto em conta, foi possível analisar este conteúdo e encontrar respostas para questões terminológicas e outros problemas que apareceram ao longo do estágio.

A segunda parte do estágio remete para os trabalhos de edição e revisão, sendo a sua maioria de português, mas com alguns em inglês. Foi ainda feita a localização do *website*

⁶ <https://www.crowe.com/pt/servicos>

da firma e tradução de propostas de contratos tanto de inglês como de espanhol para português.

Todos os trabalhos da primeira e segunda língua foram realizados no formato do documento original, ou seja, nenhum dos textos foi trabalhado em ferramentas de tradução assistida por computador, principalmente pela falta de *softwares* de tradução da firma.

Especificamente, foi feita a edição, em português, de textos para correio eletrónico recebido em formato Word, folhetos que os acompanhavam, apresentações em PowerPoint com conteúdo variado, propostas de contratos, textos do *website* e brochuras. Também foi realizada a localização do *website* em português e em inglês, apesar das dificuldades causadas pelo *software* Sitecore, descrito mais adiante no presente relatório, que mais tarde teve de ser utilizado. Em inglês também foi revista uma tradução que já se encontrava feita referente a uma proposta de angariação de fundos.

A tradução de espanhol para português foi a única realizada com recurso a uma ferramenta de tradução assistida por computador pois o prazo estipulado permitiu trabalhá-la, na sua totalidade, remotamente, sem haver a necessidade de trocar do computador pessoal para o computador fornecido pela firma no escritório o que trazia algumas complicações no desenvolvimento de projetos.

No que toca à RV, e graças ao departamento de IT, foi possível experimentar jogos⁷ de forma a perceber como funcionam os óculos de RV e aplicações que foram desenvolvidas anteriormente como formações para clientes ou parceiros. O trabalho de RV passou principalmente pela edição de texto que aparece nas aplicações.

Conforme referido previamente, todo este trabalho foi realizado tendo em conta que não existia, no momento do estágio, outras pessoas que estivessem encarregues de auxiliar nos processos de tradução. Por esse motivo, todos os processos, principalmente as alterações feitas e as propostas apresentadas, foram explicados em reuniões presenciais com o responsável ou, quando tal não fosse possível, na secção dos comentários nos

⁷ Estes jogos nada têm a ver com o que é desenvolvido pela área de IT da Crowe Portugal e serviram meramente como introdução aos óculos de RV de forma a adaptar-me ao que era exposto nos mesmos.

próprios documentos. Os documentos das propostas de alterações eram depois enviados para validação acompanhados por um outro documento que correspondia à versão final com as alterações aplicadas.

Os prazos de entrega dos trabalhos eram definidos atempadamente de acordo com a sua futura aplicação. Isto é, a ordem dos trabalhos dependia do momento em que estes seriam enviados para possíveis clientes ou parceiros, ou aplicados na firma em *webinars* ou formações. Desta forma, o prazo definia-se para um ou dois dias antes da sua aplicação para que pudesse ser revisto na totalidade uma última vez.

Inicialmente, para constar no sistema da firma e entrar na sua rede, foi criado um correio eletrónico para uso profissional, que posteriormente foi associado ao *software* empresarial Microsoft Teams (MST) da Crowe para facilitar a ligação remota à firma sem a necessidade de instalação de outras plataformas. No MST realizou-se toda a atividade remota do estágio como reuniões por videochamada, receção e entrega de documentos de trabalho, definição de prazos, colocação de dúvidas, entre outras coisas. Para além disso, a ferramenta facilitou a comunicação presencial (troca de documentos, marcação de reuniões e troca de mensagens diárias com dúvidas e questões).

No que respeita à gestão dos trabalhos, esta passou pela criação de uma pasta partilhada com a firma, e pelo arquivo dos trabalhos no computador pessoal e numa pen USB para o caso de existir algum problema com uma destas opções. A pasta geral contém doze subpastas com todo o trabalho desenvolvido para cada tarefa, nove das quais foram criadas em maio, apesar de maior parte do seu conteúdo só vir a ser trabalhado nos meses seguintes. As três restantes foram criadas em junho, julho e agosto.

O final do mês de agosto e o início do mês de setembro não trouxeram novos projetos devido à pausa para férias de colaboradores, clientes e parceiros. Neste espaço de tempo foi recolhido e analisado o *feedback* de alguns trabalhos enviados de forma a perceber o impacto do estágio. A carência de alguns dados e a inexistência de outros levou à criação de um questionário.

3.3.1 Introdução ao mercado da Crowe

De forma a compreender a posição da Crowe Portugal no mercado e a especificidade da linguagem utilizada pela firma, foi solicitada uma pesquisa online sobre a Crowe Global, Crowe Portugal e, se necessário, de outras firmas da Crowe em outras partes do mundo. Para além de uma pesquisa sobre a entidade de acolhimento, foi necessário procurar *websites* e redes sociais das “big four” e de outras empresas vistas como concorrentes.

3.3.1.1 A Crowe

A pedido da firma, foi feita uma leitura de documentos internos, assim como uma pesquisa online para poder compreender o seu funcionamento e as suas políticas, estar a par de todos os serviços que proporciona e de alguns parceiros, e ainda entender como é apresentada a marca Crowe no mercado. Os documentos referidos, apesar da relevância do seu conteúdo para este relatório, são confidenciais.

No geral, os documentos retratam as políticas da Crowe Global para o *website* e para as redes sociais de cada uma das suas firmas, assim como as diretrizes que as firmas têm de seguir quando agem em nome da Crowe. A leitura destes documentos permitiu, adicionalmente, utilizar estas diretrizes como apoio em momentos de decisão durante os processos de edição, revisão, tradução e localização.

O trabalho realizado ao longo do estágio permitiu aprofundar o conhecimento da firma.

3.3.1.2 As “big four”

O termo “big four” poderá ser desconhecido para um público menos familiarizado com as áreas de auditoria e da consultoria. Afinal o que torna estas empresas tão importantes para que tenham esta designação? A resposta é bastante simples, e indica que estas quatro empresas lideram o mercado de auditoria e de consultoria no que às receitas anuais e muito mais diz respeito. De acordo com os dados retirados no site International Accounting Bulletin (IAB)⁸, a Crowe encontra-se em 8.º lugar no *ranking* de 2023 de empresas de auditoria, com US\$1,778.7 milhões de dólares americanos em receitas, em

⁸ IAB RANKINGS – AUDIT AND ASSURANCE - https://accounting.nridigital.com/iab_ws22/audit_and_assurance
IAB RANKINGS – ADVISORY - https://accounting.nridigital.com/iab_ws22/advisory

9.º lugar no *ranking* de empresas de consultoria, com com US\$1,049 milhões de dólares americanos em receitas.

Tabela 2 - Top 10 de firmas de Auditoria do ano 2023 de acordo com o IAB.

IAB RANKINGS - AUDIT AND ASSURANCE				
Audit and assurance				
Networks				
Rank	Name	Fee income (US\$m)	Fee income last year (US\$m)	Growth
1	PwC*	17,154.0	17,603.0	-3%
2	EY*	13,600.0	12,800.0	6%
3	KPMG*	11,460.0	11,070.0	4%
4	Deloitte*	10,500.0	9,900.0	6%
5	BDO	4,927.8	4,310.8	14%
6	Grant Thornton*	2,699.5	2,324.3	16%
7	RSM	2,612.3	2,437.8	7%
8	Crowe	1,778.7	1,657.4	7%
9	Nexia International*	1,625.2	1,537.6	6%
10	Baker Tilly International	1,514.8	1,423.4	6%

Tabela 3 – Top 10 de firmas de Consultoria em 2023 de acordo com o IAB.

IAB RANKINGS - ADVISORY				
Advisory				
Networks				
Rank	Name	Fee income (US\$m)	Fee income last year (US\$m)	Growth
1	Deloitte*	31,000.0	29,200.0	6%
2	PwC*	17,154.0	14,681.0	17%
3	KPMG*	13,650.0	11,670.0	17%
4	EY*	11,350.0	10,500.0	8%
5	BDO	2,581.2	2,155.4	20%
6	Grant Thornton*	2,397.9	2,075.3	16%
7	RSM	1,959.2	1,435.9	36%
8	HLB	1,142.8	852.1	34%
9	Crowe	1,049.0	954.9	10%
10	Baker Tilly International	715.3	715.8	0%

Quanto à presença a nível global, excluindo a KPMG, com escritórios em 148 países, as restantes três empresas contam com escritórios em mais de 150 países por todo o mundo. A Crowe conta com 750 escritórios em 130 países. Esta dispersão para vários países com

línguas e culturas distintas evidencia a necessidade de adaptação para não perderem oportunidades em outros mercados.

Esta procura pelos *websites* e redes sociais de cada empresa, permitiu constatar várias semelhanças e diferenças nas suas abordagens. Com uma pesquisa por cada uma das empresas no motor de pesquisa Google Portugal (google.pt), automaticamente surge a opção visitar o *website* das empresas na sua versão portuguesa. Contudo, se optarmos pela opção mais comum, isto é, pela ligação que não se foca um país em particular, os *websites* destas quatro empresas estão definidos como *websites* “globais”, em que a língua predefinida em todos eles é o inglês, visível no canto superior direito ou ao lado do ícone a representar um globo e seguido do texto “Global – EN”, ou “Global – English”. Clicando nesse botão surge uma lista (Figuras 3, 4 e 5).



Figura 3- Página inicial Deloitte Global.

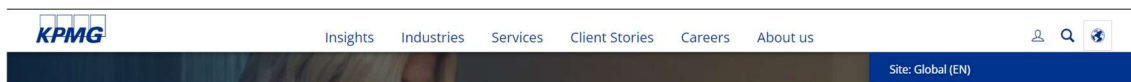


Figura 4 – Página inicial KPMG Global.



Figura 5 – Página inicial EY Global.

Contudo, a PwC não especifica nenhuma língua (Figura 6), apenas coloca o texto “Global”, apesar de o *website* estar em inglês.



Figura 6 – Página inicial PwC Global.

Nos quatro *websites*, ao clicarmos no botão do canto superior direito onde se dispõe a língua, abre-se uma lista com todos os países e regiões disponíveis e a língua que utilizam. A Deloitte opta pela formatação “País/Região – Língua”, sendo que cada página está de acordo com a língua correspondente ao país ou região em questão, existindo também uma segunda opção para várias línguas em inglês. Por exemplo, ao procurarmos pela Chéquia

aparece a opção em checo (**Česká republika** – Čeština) seguida da opção em inglês (**Czech Republic** - English).

A EY opta pelo mesmo formato da Deloitte, mas muda a formatação para “**País/Região Língua**” (sem o hífen), sendo que a formatação das línguas varia no sentido em que algumas iniciam com letra maiúscula (Exemplo: **Angola English**) e outras com letra minúscula (Exemplo: **Angola português**).

A KPMG opta por colocar todos os países e regiões em inglês, seguidos da abreviatura correspondente a cada código ISO 639-1 das línguas disponíveis, ou seja, o formato é “País/Região (ABREVIATURA)”, disponibilizando ainda várias versões para países ou regiões com várias línguas, como é o caso de “Canada (EN)” seguido de “Canada (FR)”, ou para países cuja informação está disponível em mais do que uma língua, mesmo que não-oficial, como é o caso da Alemanha: “Germany (DE)” seguido de “Germany (EN)”.

Por último, mas menos complexo e informativo, a PwC opta por simplesmente colocar o nome dos países/regiões em inglês, com exceção da Ucrânia, de Israel e de Taiwan, que aparecem correspondentemente como “Україна”, “ישראל” e “臺灣” (alfabetos locais).

De acordo com [Schewe \(2001\)](#), parafraseado por Sardini (2005), existe uma ligação entre a política de marketing de uma empresa e a escolha das línguas em que pretendem apresentar o seu *website*. Schewe fala ainda nos três tipos de *websites*, sendo estes os monolíngues, bilingues e multilingues. De acordo com a pesquisa feita, é possível notar que existe uma maior variação de *websites* de um país com opção monolíngue ou multilingue, sendo menos aqueles que têm mais que duas opções, como é caso do *website* da PwC Switzerland, que para além do inglês, tem como opções linguísticas o alemão, o francês e o italiano que são as línguas oficiais do país.

É possível observar também que ao realizarmos uma pesquisa pelas firmas portuguesas das “big four” (Deloitte Portugal, EY Portugal, KPMG Portugal e PwC Portugal), nos resultados o texto encontra-se em português, salientando que a KPMG, a EY e a PwC apostam em colocar os seus serviços nesta descrição, algo que a Deloitte opta por colocar no título da página. Não obstante, a KPMG e a PwC usam terminologia dos serviços em

português, enquanto a EY mantém os termos em inglês. As descrições apresentadas são definidas, cuidadosamente, nos “metadados” do software de localização do *website* da empresa.

As figuras 7, 8, 9 e 10 apresentam os resultados desta pesquisa realizada no mês de maio.

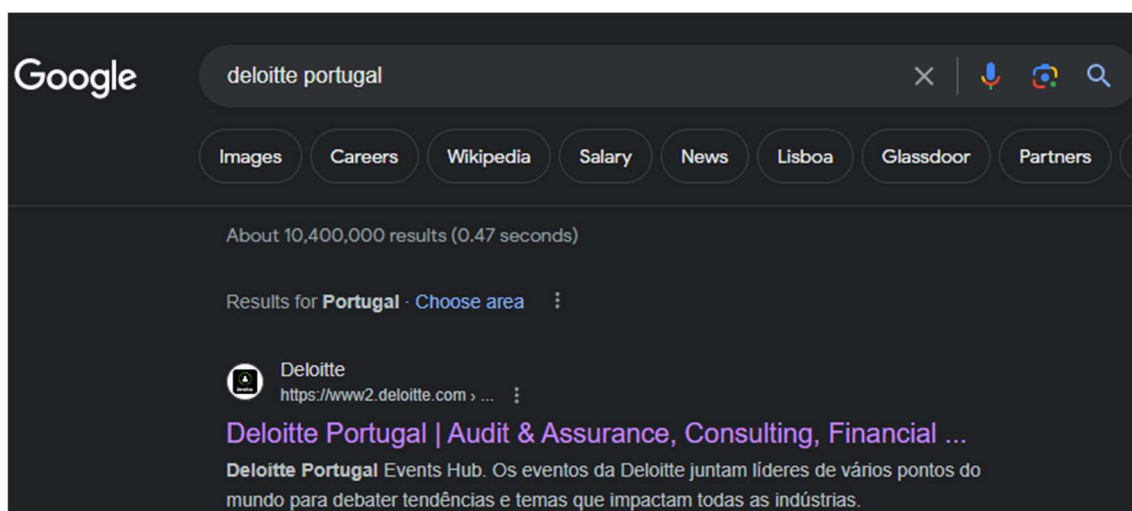


Figura 7 – Resultado da pesquisa “deloitte portugal” no motor de pesquisa da Google.

O primeiro resultado da pesquisa da Deloitte Portugal surge com um título onde é possível evidenciar o uso de terminologia em inglês referente aos serviços que prestam: “Audit & Assurance”, “Consulting” e “Financial”. No texto que segue optam por uma pequena descrição em português do “Deloitte Portugal Events Hub”.

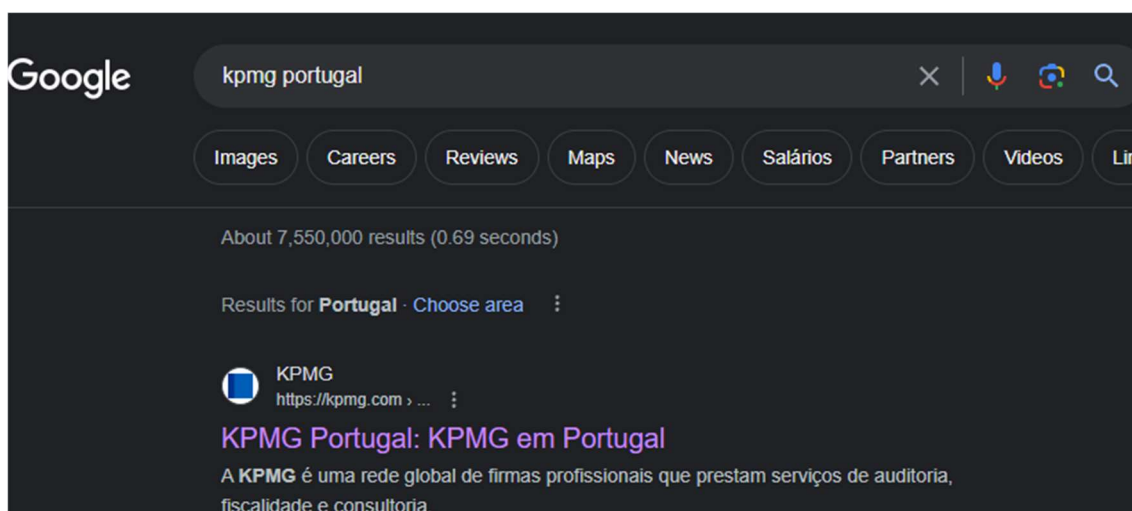


Figura 8 – Resultado da pesquisa “kpmg portugal” no motor de pesquisa da Google.

Na pesquisa pela KPMG Portugal, o título do primeiro resultado remete apenas para a firma em si, com nenhuma informação adicional. Ao contrário do que é feito pela Deloitte Portugal, neste caso optam por colocar em português a terminologia referente aos seus serviços no texto que segue o título: “auditoria”, “fiscalidade” e “consultoria”.

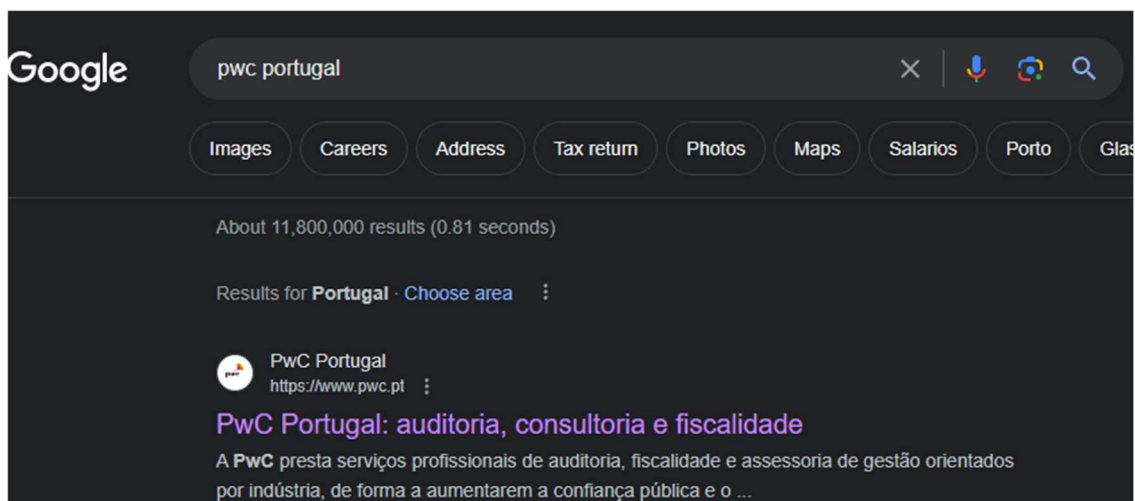


Figura 9 – Resultado da pesquisa “pwc portugal” no motor de pesquisa da Google.

No que respeita à pesquisa pela PwC Portugal, no primeiro resultado surge o título em português e com a terminologia referente aos seus serviços também em português: “auditoria”, “consultoria” e “fiscalidade”. O texto que segue o título encontra-se em português e funciona como uma breve introdução aos serviços que a firma fornece, também em português: “auditoria”, “fiscalidade” e “assessoria de gestão”.

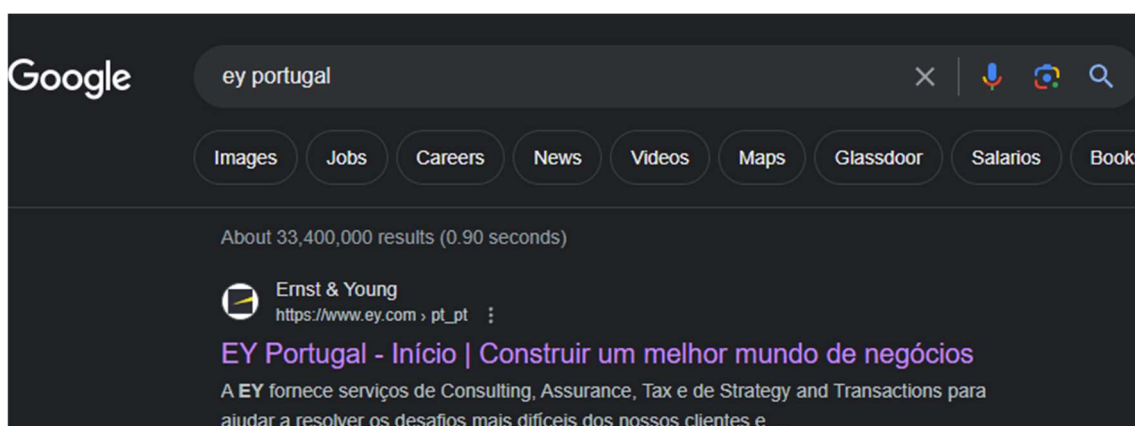


Figura 10- Resultado da pesquisa “ey portugal” no motor de pesquisa da Google.

Ao contrário da pesquisa pelas outras três firmas, a pesquisa pela EY Portugal foi a única que não remeteu diretamente para resultados na região de Portugal. É possível observar esta diferença no texto “Results for Portugal”⁹ que aparece nas pesquisas anteriores e é inexistente nesta pesquisa. A EY Portugal opta por colocar no título uma frase curta em português referente aos seus objetivos. No texto que segue, redigido em português, optam por colocar em inglês a terminologia referente aos serviços que prestam: “Consulting”, “Assurance”, “Tax” e “Strategy and Transactions”.

O texto que aparece com os resultados no motor de pesquisa são fruto de processos de SEO que [Davis \(2006\)](#) descreve como “the art, craft, and science of driving web traffic to web sites.” Ou seja, são utilizadas palavras específicas de acordo com o conteúdo que apresentam na página para aumentar o número de visitas. Nos casos aqui expostos, ao colocarmos no motor de pesquisa as palavras sublinhadas a verde, azul e amarelo, pelo menos um dos *websites* das “big four” aparece entre os dez primeiros resultados.

Já dentro dos *websites*, os termos referentes aos serviços estão todos em inglês, opondo-se à descrição utilizada em português nos resultados da pesquisa. Isto quer dizer que ao clicarmos na barra “Serviços” de cada um dos *websites* são dispostos em lista os vários serviços que as firmas prestam, e todas optam pelos mesmo termos em inglês referentes serviço em comum (Tabela 4).

Tabela 4 – Termos utilizados nos websites das empresas.

Firma Serviço	Deloitte Portugal	PwC Portugal	KPMG Portugal	EY Portugal
Auditoria	Audit (& Assurance)		Audit (& Assurance)	
Fiscalidade	Tax	Tax	Tax	Tax

⁹ A região de procura dos resultados, assim como outras definições de pesquisa, pode ser alterada nas definições da conta gmail de cada utilizador associada ao motor de pesquisa.

Consultoria	(Financial) Advisory (Risk) Advisory	Advisory	Advisory	(People) Advisory (Services)
-------------	---	-----------------	-----------------	---

Estas opções linguísticas podem ter vários motivos. Um dos motivos é que a empresa global pode ter definido que os serviços manter-se-iam em inglês para facilitar a comunicação entre firmas em países ou regiões com culturas distintas, o que é evidenciado, no *Teaching Translation Journal*¹⁰, como um dos argumentos dos estudiosos da área da tradução, que afirmam que o objetivo principal da tradução é “to serve as a cross-cultural bilingual communication vehicle among peoples”. Este argumento pode também ser utilizado para justificar a opção das empresas de apresentarem os seus *websites* em certos países ou regiões que não têm o inglês como língua oficial com a opção em inglês, como suprarreferido.

Para além dos *websites*, todas estas empresas possuem redes sociais com milhões de seguidores no geral (vd. Tabela 5) onde partilham as mais diversas informações.

Tabela 5 - Número de seguidores das “big four” nas redes sociais em agosto de 2023

Empresa Rede Social	Deloitte	PwC	KPMG	EY
LinkedIn	13 939 594	5 548 069	3 611 573	8 014 006
Twitter	569 476	197 297	426 963	338 565
Instagram	257 885	76 118	143 710	154 220
Facebook	1 500 000	61 000	429 000	557 000
Total:	16 266 955	5 882 484	4 611 246	9 063 791

¹⁰ <https://translationjournal.net/journal/13educ.htm>

Uma informação interessante é que, mesmo ao procurar em Portugal pela página de Facebook e pelo perfil do LinkedIn da Deloitte Global, a página redireciona automaticamente para a Deloitte Portugal.

As redes sociais globais têm o seu conteúdo em inglês, mas as firmas em outros países e regiões possuem a sua própria rede social, como acontece com os *websites*, onde o conteúdo é apresentado de acordo com a língua destes locais. Apesar da relevância da análise do conteúdo destas empresas no YouTube e no TikTok, o foco deste estágio não passou pelo conteúdo de vídeo, mas sim pelo conteúdo textual.

Estas transformações feitas pelas “big four” aumentam o seu sucesso por todo o mundo e uma análise a estas empresas permite perceber a importância que o multilinguismo tem para as marcas, assim como para o próprio funcionamento das firmas.

No caso da Deloitte, é possível observar o peso que estas diferenças linguísticas e culturais têm no seu dia a dia. No separador “Cyber Diversity”¹¹ da Deloitte Alemanha são apresentados vários artigos que remetem para os benefícios de se trabalhar em equipas diversificadas, não só a nível de carreira e de faixa etária, mas também a nível de cultura e línguas.

A nível linguístico, e devido à especificidade dos serviços prestados por estas empresas, houve uma procura por glossários elaborados por cada uma das empresas, para além dos glossários económicos de outras entidades disponíveis para todos online (Exemplo: Glossário bilingue do Banco de Portugal). Das “big four” a Deloitte apresenta várias páginas que remetem para glossários de abreviaturas em inglês, mas que não fornecem muita informação. A KPMG disponibiliza um glossário de acrónimos¹² que estão presentes no seu *website*. A PwC disponibiliza um glossário para quem não está muito familiarizado com a área, visto que, e como explicam no *website*, “it's important that you have an understanding of PwC, what we do and the role you're applying for.” Este glossário¹³ denomina-se de “Business 101” e contém 26 termos em inglês seguidos de

11 <https://www2.deloitte.com/de/cyber-diversity.html>

12 <https://kpmg.com/pt/pt/home/misc/glossary.html>

13 <https://www.PwC.co.uk/careers/early-careers/employability-hub/glossary.html>

uma explicação simples de cada um. A única empresa que, tanto quanto foi possível aferir, não disponibiliza um glossário online é a EY.

3.3.1.3 Crowe vs as “big four”

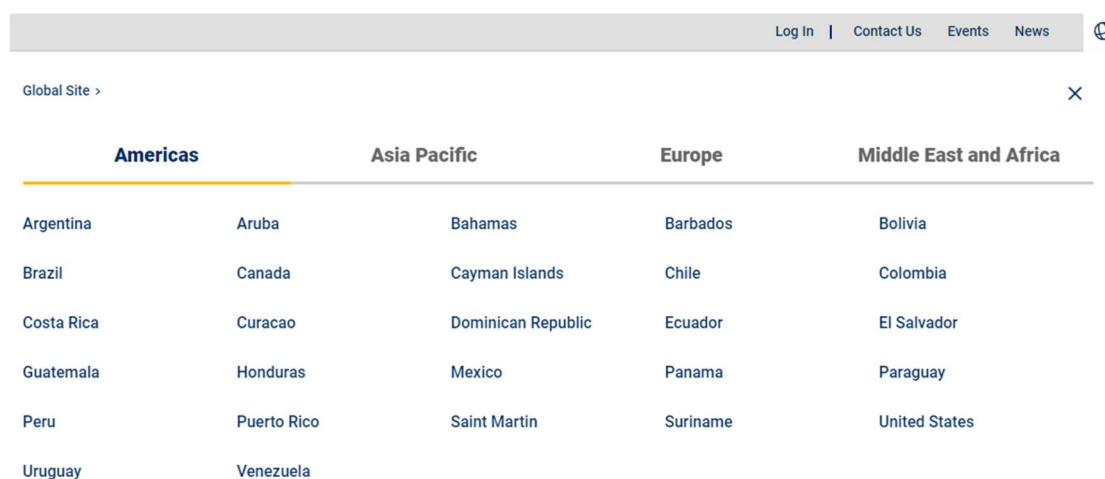
A pesquisa das “big four” tinha como objetivo dar início a uma comparação com a Crowe para encontrar alguns aspetos que poderiam ser melhorados a nível linguístico.

No que respeita às opções linguísticas, o *website* da Crowe Global também apresenta o ícone no canto superior direito a representar o globo, mas não se encontra acompanhado de texto a especificar nenhuma língua, apesar de o conteúdo da página estar em inglês (Figura 11).



Figura 11- Disposição da barra de opções do website da Crowe Global.

Ao clicar no ícone do globo abre-se uma lista dividida em quatro colunas, cada uma representando uma região (*Americas – Asia Pacific – Europe – Middle East and Africa*) e os países onde a empresa tem escritórios (Figura 12).

The image shows a dropdown menu from the Crowe Global website. The menu is titled 'Global Site >' and contains a table with four columns representing different regions: Americas, Asia Pacific, Europe, and Middle East and Africa. Each column lists several countries where the company has offices.

Americas	Asia Pacific	Europe	Middle East and Africa	
Argentina	Aruba	Bahamas	Barbados	Bolivia
Brazil	Canada	Cayman Islands	Chile	Colombia
Costa Rica	Curacao	Dominican Republic	Ecuador	El Salvador
Guatemala	Honduras	Mexico	Panama	Paraguay
Peru	Puerto Rico	Saint Martin	Suriname	United States
Uruguay	Venezuela			

Figura 12 – Diferentes localizações dos escritórios da Crowe.

Os países são apresentados em inglês e sem informação da língua utilizada na respetiva área do *website*, sendo que a maioria das páginas se encontra localizada para a língua do

país ou região: o site da Crowe Portugal, por exemplo, está em português, mas algumas firmas optaram por manter o inglês (ou ainda mantêm antes das suas páginas serem localizadas), como é o caso da Crowe Italia, cuja página ainda se encontrava em desenvolvimento no momento do estágio, ou o caso da Crowe Dansk (Dinamarca) que disponibiliza as opções linguísticas em dinamarquês ou inglês.

A pesquisa da “Crowe Portugal” no motor de pesquisa para a página inicial do *website* da firma e com a descrição totalmente em português (Figura 13).



Figura 13 – Primeiro resultado da pesquisa “crowe portugal” no motor de pesquisa Google.

A pesquisa pela Crowe Portugal também levou para um resultado fora da região de Portugal. O primeiro resultado apresenta um título simples que remete para a página do *website*. A descrição é feita em português, incluindo três dos quatro termos referentes aos seus serviços: “fiscalidade”, “auditoria”, “consultoria”. Esta opção de manter estes termos da área de especialidade em português, com exceção do termo “outsourcing”, não acontece nas descrições das firmas referentes às “big four”, as quais optam por termos em inglês como “tax” e “audit” para se referirem, respetivamente, a fiscalidade e auditoria, como está indicado na Tabela 4.

Para além desta pesquisa pelas firmas, foi também realizada uma pesquisa no motor de pesquisa da Google (*google.com*) e no da Google Portugal (*google.pt*) de várias palavras-chave pré-indicadas (Auditoria, Serviços de Auditoria, Consultoria e Serviços de Consultoria), tanto em português como em inglês, de acordo com os serviços destas firmas. O intuito passava por observar em que posição se encontravam as páginas da

Crowe Global e da Crowe Portugal em relação a empresas do mesmo setor de atividade. Com os resultados obtidos foram criadas tabelas para demonstrar a informação obtida, nas quais constam as palavras procuradas, as empresas do setor cujos resultados surgem antes de uma página da Crowe ou da Crowe Portugal e a página em que aparecem no motor de pesquisa, assim como a posição da entrada para a página da Crowe (vd. Tabelas 6, 7, 8 e 9, respetivamente)¹⁴.

Tabela 6 – Resultados da procura dos termos no motor de pesquisa Google.com

Motor de pesquisa: Google.com		
Palavra-Chave	Empresas que aparecem primeiro	Posição da Página Crowe
Auditoria	Deloitte	5. ^a Página – Crowe.com https://www.crowe.com/pt/servicos/auditoria
Audit	2. ^a página – KPMG Deloitte	Além da 10. ^a página
Serviço de Auditoria	EY Deloitte	2. ^a página - https://www.crowe.com/pt/servicos/auditoria
Audit Service	EY Deloitte PwC	7. ^a página - https://www.crowe.com/lb/services/audit

Tabela 7 - Resultados da procura dos termos no motor de pesquisa Google.pt

Motor de pesquisa: Google.pt		
Palavra-Chave	Empresas que aparecem primeiro	Posição da Página Crowe
Auditoria	Deloitte	5. ^a Página – Crowe.com

¹⁴ Onde não houver indicação da página em que foi encontrado o website, deverá entender-se que remete para a primeira página.

		https://www.crowe.com/pt/servicos/auditoria
Audit	1.ª página – KPMG 2.ª página – Deloitte KPMG	Além da 10.ª página
Serviço de Auditoria	EY Deloitte	2.ª página - https://www.crowe.com/pt/servicos/auditoria
Audit Service	EY Deloitte PwC	7.ª página - https://www.crowe.com/lb/servicos/audit

Tabela 8 - Resultados da procura dos termos no motor de pesquisa Google.com

Motor de pesquisa: Google.com		
Palavra-Chave	Empresas que aparecem primeiro	Posição da Página Crowe
Advisory	PwC KPMG Deloitte – 2.ª página	2.ª página - https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory
Consultoria	PwC- 2.ª página EY	5.ª página
Advisory Service	PwC EY KPMG – 2.ª página	2.ª página - https://www.crowe.com/services/advisory
Serviços de Consultoria	EY	1.ª página - https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory

Tabela 9 - Resultados da procura dos termos no motor de pesquisa Google.pt

Motor de pesquisa: Google.pt		
Palavra-Chave	Empresas que aparecem primeiro	Posição da Página Crowe
Advisory	PwC KPMG Deloitte	3. ^a página - https://www.crowe.com/services/advisory
Consultoria	EY – 2. ^a página PwC	3. ^a página - https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory
Advisory Services	PwC EY KPMG Deloitte – 2. ^a página	3. ^a página - https://www.crowe.com/services/advisory
Serviços de Consultoria	X	1. ^a página - https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory

Estas informações são importantes para a otimização das chamadas “keywords”, as palavras-chave inseridas nas páginas dos *websites*, que vão ao encontro das palavras pesquisadas nos motores de busca.

Por se tratar de um primeiro contacto com o *software* de SEO, toda a terminologia e ações realizadas nestes processos foram aprendidos no decorrer do estágio sempre que houve a oportunidade de trabalhar no Sitecore (descrito no ponto [3.2.3.1](#)).

A Crowe Global e a Crowe Portugal apresentam um número de seguidores muito inferior aos números das “big four” (vd. Tabelas 5 e 10). De todas as suas redes sociais, a Crowe Portugal tem maior visibilidade no LinkedIn, onde coloca informação diversa diariamente, assim como no Instagram e no Facebook independentemente do número de seguidores. Das quatro, apenas a rede social X (anteriormente denominada de Twitter)

não é tão utilizada, sendo que a última publicação na @CrowePortugal é de 9 de fevereiro de 2022. A Crowe Global é ativa nas restantes redes sociais, apesar de não partilhar informação diariamente. O conteúdo da Crowe Portugal encontra-se em português e o da Crowe Global em inglês.

Tabela 10 – Número de seguidores nas redes sociais da Crowe.

Empresa \ Rede Social	Crowe Global	Crowe Portugal
LinkedIn	7278	5123
Twitter	2361	152
Instagram	1090	446
Facebook	842	460
Total:	11 571	6271

3.3.2 Revisão e edição

As tarefas durante o estágio passaram maioritariamente pela melhoria e correção de textos em português. [Kohl \(2008, p. 32\)](#) afirma que “Even when you read a text that is written in your native language, style matters at least as much as vocabulary”. Ou seja, a forma como expomos um texto é praticamente tão importante como a qualidade do seu conteúdo. Contudo, criar algo com qualidade sem um padrão predefinido não foi, nem é, tão simples, e apesar da existência de um documento com diretrizes da Crowe Global que servia como base para a formulação de texto dos correios eletrónicos e outros conteúdos, foi colocada a questão da existência de um guia de estilo interno da Crowe Portugal, visto que as diretrizes do da Crowe Global estavam focadas no conteúdo em inglês.

Após a confirmação que a firma não possuía nenhum guia de estilo em português, foi colocada a possibilidade de se desenvolver um de forma a auxiliar durante o estágio e também para que pudesse ser utilizado na firma. Com a consulta do Guia de Estilo do Centro de Informação Europeia Jacques Delors e do Livro de Estilo da Agência Lusa (fornecido na Licenciatura em Assessoria e Tradução e disponível online em formato

PDF), iniciou-se a elaboração de um rascunho que poderia vir a servir como ponto de partida para um documento mais completo. Depois de uma reunião com os orientadores na firma, foi decidido que não havia a necessidade da criação do documento devido à existência de diretrizes internas. A proposta para a criação ou adaptação de diretrizes para textos em português manteve-se, mas acabou por não se concretizar por não ser uma prioridade.

Nestes trabalhos realizados, foram revistos vários textos de correios eletrónicos e ainda conteúdo anexo a estes, como folhetos e *newsletters*. As alterações sugeridas foram justificadas em comentários nos próprios documentos Word e outras diretamente com o responsável, em reuniões, sempre que havia oportunidade, tanto presencialmente como remotamente. O facto de realizar o trabalho presencialmente e reunir pelo menos uma vez por semana com os orientadores da firma permitiu obter respostas mais rapidamente, diminuindo o número de alterações propostas. Por este motivo, as tabelas referentes aos trabalhos apresentadas nos pontos [3.2.2.1](#) e [3.2.2.2](#) apresentam menos conteúdo que o que realmente foi alterado.

3.3.2.1 Texto de correios eletrónicos

A melhoria dos correios eletrónicos passou pela edição de quatro modelos diferentes criados pela firma e com objetivos diferentes.

O primeiro modelo seria enviado como apresentação da nova unidade de IT Consulting e com uma pequena descrição do seu mais recente serviço de "Robotic Process Automation (RPA)". O segundo tinha o mesmo público-alvo do primeiro, mas o conteúdo era sobre os benefícios de RPA. O terceiro também segue para o mesmo público-alvo e descreve as utilidades deste serviço. O quarto e último, o mais simples de todos, nomeava as cinco características mais importantes do serviço e era acompanhado de um pequeno texto que reencaminhava para um vídeo externo sobre o serviço de RPA.

Os correios eletrónicos foram trabalhados com o auxílio da ferramenta de revisão do Microsoft Word. Depois da edição de cada um, foram enviados dois documentos, um com as propostas de alterações e outro com todas as alterações aplicadas para ser perceptível o produto final.

1. “Introdução aos RPA”

Na Tabela 11, as células correspondentes aos parágrafos do modelo do correio eletrónico original alinham-se como (a) (b) (c) (d) e as células correspondentes alinham-se como (c) (d) (a) (b). Estas alterações permitem uma melhor coesão das informações dispostas.

Tabela 11- Edição de modelo de correio eletrónico de introdução ao serviço de RPA.

Original	Sugestão de correção	Justificação
“Caro(a)...	Caro/a...	De acordo com a Bibliotónica Portuguesa ¹⁵ “a) O parêntese usa-se quando é possível acrescentar elementos a uma palavra e com tal acrescento transformá-la de forma a torná-la plural, feminina etc. b) A barra oblíqua usa-se quando a alternativa implica uma substituição de letras na palavra, de modo que a transformação da palavra gere a alternativa desejada.”
Encontramo-nos num mercado em constante disrupção, onde é inegável a transformação digital que o contexto	Nos dias que correm, o mercado encontra-se em constante disrupção e é inegável a transformação digital em contexto empresarial.	Mera tentativa de simplificar o texto. Não muito importante.

¹⁵ <https://bibliotronicaportuguesa.pt/livrosdeestilo/alternativa-formas-abreviadas-de-indicar/> [Consultado em agosto de 2023]

<p>empresarial está a atravessar.</p>		
<p>Para apoiar as empresas nos constantes desafios que atravessa, a Crowe tem a sua Unidade de IT Consulting focada em potenciar a competitividade do tecido empresarial através da tecnologia, em sinergia com centros de excelência internacionais do Grupo Crowe.</p>	<p>De forma a apoiar as empresas nos desafios que atravessam ao longo da sua vida, a Crowe tem a sua unidade de IT Consulting focada em potenciar a competitividade do tecido empresarial através de tecnologia e sempre em sintonia com os centros de excelência a nível internacional do Grupo Crowe.</p>	<p>Melhorar a coesão textual</p>
<p>(a) É possível aprofundar o conhecimento dos serviços através do <i>website</i> (www.crowe.com/pt/it-consulting) e pelos flyers disponibilizados em anexo.</p>	<p>(c) - Um dos nossos serviços são os Robotic Process Automation (RPA's), em português Automatização Robótica de Processos, no qual os <i>Robots</i> de serviço, de forma produtiva e inesgotável, podem ser programados para processar as mais diversas tarefas administrativas.</p>	<p>(c) – A inserção da tradução do termo para português pode dar ao público-alvo informação mais clara sobre o serviço; Melhorar a coesão no fim da frase.</p>

<p>(b) - Aproveitamos para o(a) convidar a participar no webinar do dia 13 de abril, em que nos vamos focar na tecnologia RPA (Inscrição gratuita e disponível aqui).</p>	<p>(d) - Mais do que nunca, estas tarefas são realizadas por estes super-colaboradores que não erram, não se cansam, não dormem, não tiram férias nem idas ao médico: bem-vindo ao mundo dos RPA's!</p>	<p>(d) – “Mais do que nunca” – maior impacto inicial; “super-colaboradores” – dar mais ênfase ao “colaborador”; enumeração mais amigável dos pontos positivos de forma que o publique alvo não pense que a nossa empresa menospreze os recursos humanos; supressão de “Robotic Process Automation” pois já está definido o que significa “RPA”.</p>
<p>(c) - RPA's são os chamados Robots de serviços que, de forma bastante mais produtiva e “inesgotável”, podem ser programados para processar tarefas administrativas várias.</p>	<p>(a) - Para mais informações sobre estes serviços basta aceder ao nosso <i>website</i> (https://www.crowe.com/pt/it-consulting) e consultar os <i>flyers</i> disponibilizados em anexo.</p>	<p>(a) – Formalidade mais direta.</p>
<p>(d) Cada vez mais, estas tarefas são efetuadas por super colaboradores que não erram, que não se cansam, que não dormem, nem têm férias ou faltas: bem-vindo</p>	<p>(b) - Não poderíamos passar esta oportunidade de o/a convidar a participar no Webinar que irá decorrer no dia 13 de abril com foco na Tecnologia RPA</p>	<p>(b) – Minimizar o uso de negrito de forma a salientar a informação que realmente importa. Correção dos parêntesis para barra lateral ”/”.</p>

ao mundo dos RPA's, Robotic Process Automation!	(Inscrição gratuita e disponível <u>aqui</u>).	
Ficamos também ao dispor para qualquer esclarecimento e caso lhe pareça o tema pertinente dispomo-nos a agendar uma reunião para lhe dar pessoalmente a conhecer esta área da Crowe e explorar potenciais aplicações na sua Empresa.	Encontrámo-nos ao seu dispor para qualquer esclarecimento necessário e, caso lhe pareça pertinente, dispomo-nos a agendar uma reunião para dar a conhecer esta área da Crowe com a possibilidade de explorar potenciais aplicações na sua Empresa.	Tentativa de criar uma maior sensação de proximidade e abertura.
Atenciosamente, ”	Atenciosamente,	

2. “Benefícios do RPA”

Neste correio eletrónico a disposição de alguns pontos foi modificada de forma que ficassem ordenados por ordem alfabética.

Tabela 12 - Edição de modelo de correio eletrónico sobre os benefícios do serviço de RPA.

Original	Sugestão de correção	Justificação
Caro(a)	Caro/a	(ver tabela anterior)
A Unidade de IT Consulting da Crowe	A Unidade de IT Consulting da Crowe	Substituição de “desenho” pelo verbo “delinear” –

Portugal apoia as Organizações desde o desenho / revisão dos processos, até à consultoria e implementação em ferramentas de automatização (como é o caso dos <i>Robots</i> de Serviços).	Portugal apoia as Organizações desde o delinear e/ou revisão dos processos, até à consultoria e implementação em ferramentas de automatização, como é o caso dos <i>Robots</i> de Serviços.	intuito de “fazer o plano; esboçar” ¹⁶ ; Uso desnecessário de parêntesis ¹⁷ e substituível por uma vírgula.
Principais Benefícios dos <i>Robotic Process Automation</i>:	Principais Benefícios dos <i>Robotic Process Automation</i>:	
<ul style="list-style-type: none"> • Diminuição significativa dos custos operacionais 	<ul style="list-style-type: none"> • Conformidade, Controlo e Auditabilidade 	
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade de funcionamento 24/7/365 	<ul style="list-style-type: none"> • Diminuição significativa dos custos operacionais 	
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade de funcionamento 24/7 	“24/7” – a expressão em português é “24 horas por dia” ¹⁸ , sendo que adicionar “365” seria redundante.
<ul style="list-style-type: none"> • Maior rigor e eliminação de erros 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidade 	
<ul style="list-style-type: none"> • Velocidade de processamento das 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior rigor e eliminação de erros 	

¹⁶ <https://dicionario.priberam.org/delinear>

¹⁷ <https://www.volp-acl.pt/index.php/vocabulario-1940/vocabulario/introducao?view=article&id=94:introducao-2&catid=44:introducao>

¹⁸ <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/24-horas-por-dia/9501>

tarefas exponenciada		
<ul style="list-style-type: none"> • Conformidade, Controlo e Auditabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Velocidade de processamento das tarefas exponenciada 	
Webinar dia 13 de abril	Webinar dia 13 de abril	
No próximo dia 13 de abril às 16h00, a Crowe organizará o webinar " Automatização de Processos para Gerar Melhores Resultados ", com vista a abordar e destacar os benefícios e vantagens em se adotar RPA's para o seio das Organizações . A participação é gratuita.	No próximo dia 13 de abril às 16h00, a Crowe organizará o webinar " Automatização de Processos para Gerar Melhores Resultados ", com vista a abordar e destacar os benefícios e vantagens da adoção da tecnologia RPA para as Organizações . A participação é gratuita.	Diminuição do negrito para salientar a informação que realmente importa; “vantagens da adoção” – permitir uma melhor formulação do final da frase;

3. “Utilidades dos RPA’s “

Neste modelo de correio eletrónico foi alterada a ordem de alguns pontos de forma que ficassem ordenados alfabeticamente.

Tabela 13 – Edição de modelo de correio eletrónico sobre a utilidade do serviço de RPA.

Original	Sugestão de correção	Justificação
Caro(a) False	Caro/a	(ver tabela 11)

		“False” foi um erro no envio do texto para a edição.
Sabia que os Robotic Process Automation (RPA's) podem abrir e-mails e gerir pastas?	Sabia que os <u>Robotic Process Automation (RPA's)</u> podem abrir e-mails e gerir pastas?	Retirar negrito de “e” e do ponto de interrogação no final.
E o que podem fazer mais?	E o que podem fazer mais?	
<ul style="list-style-type: none"> • Login em <i>Websites</i> ou Aplicações mobile 	<ul style="list-style-type: none"> • Conectar com diferentes API's 	<p>Alterar o tempo verbal de forma que todos os pontos fiquem uniformes;</p> <p>Colocar por ordem alfabética se não for para colocar por ordem de importância.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Criar, mover e apagar pastas e ficheiros 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar, mover e apagar pastas e ficheiros 	
<ul style="list-style-type: none"> • Preenchimento automático de formulários e mapas comparativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Efetuar cálculos 	
<ul style="list-style-type: none"> • Extração de conteúdo de formulários e documentos 	<ul style="list-style-type: none"> • Extrair conteúdo de formulários e documentos 	
<ul style="list-style-type: none"> • Conectar com diferentes API's 	<ul style="list-style-type: none"> • Login em <i>Websites</i> ou Aplicações mobile 	
<ul style="list-style-type: none"> • Efetuar cálculos 	<ul style="list-style-type: none"> • Preencher automaticamente formulários e 	

	mapas comparativos	
Assista ao webinar completo	Assista ao webinar completo	
No passado dia 13 de abril a Crowe organizou o webinar " Automatização de Processos para Gerar Melhores Resultados ", com vista a abordar e destacar os benefícios e vantagens em se adotar a tecnologia RPA para as Organizações.	No passado dia 13 de abril a Crowe organizou o webinar " Automatização de Processos para Gerar Melhores Resultados ", com vista a abordar e destacar os benefícios e vantagens da adoção da tecnologia RPA para as Organizações	“vantagens da adoção” – permitir uma melhor formulação do final da frase;

4. “Características mais importantes do RPA”

Tabela 14 - Edição de modelo de correio eletrónico sobre as características do serviço de RPA.

Original	Sugestão de correção	Justificação
Caro(a) False	Caro/a	(ver Tabela 11)
Conheça as 5 principais características dos <i>Robotic Process Automation</i>	Conheça as 5 principais características dos <i>Robotic Process Automation</i>	
SIMPLES	SIMPLES	
BAIXO INVESTIMENTO	BAIXO INVESTIMENTO	
RÁPIDA IMPLEMENTAÇÃO	RÁPIDA IMPLEMENTAÇÃO	

COMPATÍVEIS COM SISTEMAS EXISTENTES	COMPATÍVEIS COM SISTEMAS EXISTENTES	
ALTAMENTO ESCALÁVEIS	ALTAMENTE ESCALÁVEIS	
O que é RPA?	O que é RPA?	
Saiba através deste vídeo, como os <i>Robotic Process Automation</i> podem ser implementados na sua Empresa.	Veja através deste vídeo como os <i>Robotic Process Automation</i> podem ser implementados na sua Empresa.	“veja neste vídeo” Retirar vírgula.

3.3.2.2 Folhetos

Os folhetos mencionados no texto do primeiro correio eletrónico na verdade correspondem apenas a um com três folhas e foram corrigidos numa data posterior à edição destes modelos. O documento encontrava-se em formato PDF e, mais uma vez, as alterações sugeridas foram colocadas nos comentários do documento.

1. “Flyer RPA”

Tabela 15 – Edição do folheto sobre o serviço de RPA.

Original	Sugestão
1.ª folha	
IT Consulting Automatização de Processos	
Agarre o potencial da Transformação Digital	
A unidade da Crowe especializada em IT Consulting apoia as Organizações desde o	Substituição de “desenho” pelo verbo “delinear” – intuito de fazer o plano; esboçar.

desenho / revisão dos processos, até à consultoria e implementação em ferramentas de automatização: é o caso dos vulgarmente apelidados Robots de Serviços (RPA's)	
Principais Características	
<ul style="list-style-type: none"> • Simples • Baixo Investimento • Rápida Implementação • Compatíveis com sistemas existentes • Altamente escaláveis 	Colocar por ordem alfabética se não for para colocar por ordem de importância.
O que podem fazer os Bots	
<ul style="list-style-type: none"> • RPA's? • Abrir e-mails e gerir pastas • Login em <i>Websites</i> ou Apps (ex. capturar informações ou realizar simulações) <ul style="list-style-type: none"> • Preenchimento automático de formulários e mapas comparativos • Extração de conteúdo de formulários e documentos • Conectar com diferentes API's • Efetuar Cálculos • E Muito Mais 	<p>Alterar o tempo verbal para o infinitivo, isto é:</p> <p>3.º ponto - "Preencher automaticamente formulários e mapas comparativos";</p> <p>4.º ponto - "Extrair conteúdo de formulários e documentos".</p> <p>Desta forma todos os pontos ficam na mesma forma verbal, o que facilita a perceção do texto.</p> <p>Colocar “E muito mais...” fora da enumeração, apenas como texto.</p>

2.ª folha	
<ul style="list-style-type: none"> • Benefícios RPA's 	
<ul style="list-style-type: none"> • Diminuição significativa dos custos operacionais 	
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade de funcionamento 24/7/365 	“24/7” – a expressão em português é “24 horas por dia.
<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidade 	
<ul style="list-style-type: none"> • Maior rigor e eliminação de erros 	
<ul style="list-style-type: none"> • Velocidade de Processamento das tarefas exponenciada 	Alterar texto para "Maior rapidez na Velocidade de Processamento" de forma a facilitar a leitura e a formatação da caixa.
<ul style="list-style-type: none"> • Conformidade, Controlo e Auditabilidade 	Uma palavra por linha (manter cada uma com letra maiúscula) – concordância com a caixa de texto
Exemplos de setores que mais estão a adotar RPA's:	
<ul style="list-style-type: none"> • Seguradoras, bancos, e mais 	Retirar “, e mais” e colocar “bancos” em maiúscula.
<ul style="list-style-type: none"> • Telecomunicações 	
<ul style="list-style-type: none"> • Grandes Associações / Clubes 	
<ul style="list-style-type: none"> • Grossistas e Grandes Retalhistas 	
Em departamentos de Processamento de salários / quotas, Financeiros e Customer Care	Capitalização das palavras “salários” e “quotas” para que a formatação seja igual às palavras que seguem.

Desenvolvemos soluções à medida	
3. ^a folha	
Crowe em Portugal	
A Crowe é uma multinacional de consultoria presente no top-10 mundial, tendo escritórios em 150 países.	Justificar parágrafo; Substituir “, tendo” por “e com” – melhorar a fluidez textual.
Posicionando-se como uma firma de excelência, a nossa equipa é formada por profissionais experientes nas áreas de Auditoria, Fiscalidade, Outsourcing, bem como Consultoria em áreas que vão desde a Sustentabilidade / ESG, Behavioural, Proteção de Dados, Diagnósticos e Certificação de Cibersegurança, Revisão de código e IT Consulting.	Justificar parágrafo; “código” – colocar “C” maiúsculo para seguir o padrão da enumeração; Substituir “que vão desde” por “como”, ou acrescentar “até” antes do(s) último(s) ponto(s) da enumeração.
Os desafios que a indústria nacional atravessa são grandes, mas também o são as oportunidades.	Justificar parágrafo
A Crowe, potenciando os bons exemplos internacionais para a realidade nacional, é o parceiro certo para lhe abrir os horizontes quer em reestruturações e parcerias estratégicas, quer em tecnologias que o coloquem no patamar concorrencial vencedor.	Justificar parágrafo; Alterar fim da frase para “não só nas reestruturações e parcerias estratégicas, mas também nas tecnologias que o coloquem no patamar concorrencial vencedor.”

Auditoria	
Fiscalidade	
Consultoria	
Outsourcing	
Contactos	

3.3.2.3 Apresentações em PowerPoint

A Crowe baseia-se em apresentações em formato PowerPoint não só para uso interno, mas também para comunicar com clientes e parceiros. Um dos trabalhos de edição passou pela alteração de vários documentos desse tipo. O conteúdo era, na sua maioria, uma descrição dos serviços que a Crowe Portugal fornece.

Foram editados 11 documentos que continham caixas de texto e imagens com conteúdo textual diverso (Tabela 16).

Tabela 16 – Informações dos PowerPoints trabalhados.

Nome do Documento	Título	Diapositivos	Palavras
2023_CrowePortugal_PA	Robotic Process Automation	21	864
2023Crowe Portugal Corporate Finance Credenciais PTG	Corporate Finance	29	1902
BehaviouralUnit_Crowe2023	Behavioural Consultancy	27	2220
Crowe Advisory - Un SaeR_Credenciais PTG_2023	Crowe Advisory – Un SaeR	26	1621
Crowe Portugal Credenciais PT	Uma abordagem holística ao seu negócio	21	1763
Crowe Portugal Grants & Incentives_CredenciaisPTG	Grants & Incentives	15	726

Crowe_Sustainability_ESG	Sustainability & ESG	25	1696
Crowe_Advisory_Credentials	Crowe Advisory PT	19	1735
Crowe_Cibersegurança_ITCompliance	CIBERSEGURANÇA & IT Compliance	17	915
Crowe_HUB4DPO	Software de Conformidade RGPD	26	1733
Crowe_ITConsulting	IT Consulting	29	1429
	Total:	255	16604

Como algumas apresentações tinham diapositivos em comum, as sugestões de alterações foram feitas num só. Depois de serem confirmadas, alterar-se-iam todos. Como o 3.º, 4.º, 5.º e 6.º diapositivos são iguais para todos os PowerPoints, as sugestões de alterações foram apenas adicionadas no documento 2023_CrowePortugal_PA com o aviso que seria necessário alterar todos os restantes se assim aceites.

O terceiro diapositivo continha apenas o título “Sobre Nós”. O quarto diapositivo apresentava alguns factos sobre a firma, como a sua história, as indústrias de especialização e alguns dados sobre a mesma (Figura 14) e foram feitos quatro comentários (Tabela 17).

Factos acerca da Crowe

C R O W E G L O B A L

Sediada em Nova Iorque, a Crowe conta já com mais de 90 anos de existência e uma filosofia característica: a especialização por áreas de negócio, adaptadas à cultura de valores de cada país ou região em particular.

A Crowe é orientada com um único objetivo: contribuir para o sucesso dos seus clientes, seja qual o for mercado em que operam – global ou local. Os nossos clientes têm acesso imediato a um conjunto de especialistas, em indústrias específicas, em qualquer país do mundo.

Indústrias de Especialização

- Hotelaria
- Turismo e Lazer
- Ambiente e Energia
- Indústria
- Educação
- Governo Central e Local
- Saúde e Bem-Estar
- Serviços Financeiros
- Imobiliário
- Entidades Sem Fins Lucrativos
- Engenharia e Construção

833 Escritórios

40.566 Colaboradores

3.965 Partners

4.6B USD Faturação (2022)

150 Países

© 2023 Crowe Advisory PT

Figura 14 – Diapositivo 4 de todas as apresentações PowerPoint.

Tabela 17 – Sugestões de alterações a fazer ao diapositivo.

Alteração	Explicação
Final do 1º parágrafo - Alterar "adaptados à cultura de CADA país ou região em PARTICULAR" e retirar o "particular" pois ao dizer-se "de cada país" já se está a individualizar	O texto na caixa "CROWE GLOBAL" precisa de melhorias. Nota: Este texto está em formato imagem e para alterá-lo será necessário trabalhá-lo de início.
"especialização por áreas de negócios" - substituir "por" por "em"	A Crowe está bem qualificada em certas áreas, e não dividida, como a proposição "por" indica.
Ordenar alfabeticamente as Indústrias	Facilita a leitura e/ou a procura por uma indústria específica.

"Parceiros" em vez de "partners" - todo o diapositivo está em PT	O documento está redigido em português e para um público português.
--	---

Posteriormente, em reunião com o departamento de marketing, foram apresentadas outras possíveis alterações, como a omissão dos pontos nos números¹⁹ “40.566 Colaboradores” e “3.965 Partners”.

No quinto diapositivo são apresentados logótipos de alguns clientes da firma e uma breve descrição da história da firma em Portugal (Figura 15).

Alguns dos nossos atuais clientes

A Crowe em Portugal

A Crowe está presente em Portugal desde 1998, tendo-se inicialmente instalado em Lisboa. A partir de maio de 2004 e fruto de uma estratégia de crescimento, passa a contar também com escritórios na cidade do Porto.

Com o apoio de uma rede internacional, a Crowe em Portugal procura contribuir com a sua experiência e know-how para a competitividade geral das pequenas e médias empresas.

Posicionando-se como uma firma de excelência, os serviços Crowe abarcam as áreas de Auditoria, Fiscalidade, Consultoria e Outsourcing.

© 2023 Crowe Advisory PT

Figura 15 – Diapositivo 5 de todas as apresentações PowerPoint.

Neste diapositivo é feito um único comentário: “Justificar os dois primeiros parágrafos para uma melhor leitura.”

O sexto diapositivo apresenta uma lista de serviços que a firma fornece (Figura 16).

¹⁹ <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/a-escrita-de-numerais/32694>

Serviços



Figura 16 – Diapositivo 6 de todas as apresentações.

Este diapositivo foi alvo de discussão em reunião onde foi sugerido que os serviços deviam de estar ordenados alfabeticamente, tendo também sido debatido o motivo pelo qual alguns estavam em inglês e outros em português. A resposta dada baseou-se no facto de a empresa comunicar em inglês com clientes e parceiros.

Para além destas sugestões de alterações mais gerais, foram sugeridas outras alterações transversais a diferentes documentos:

- Formatar texto, formas, caixas e esquemas (tamanho, cor, limites, posicionamento, etc.);
- Não alternar entre o português e inglês ao longo do documento para termos repetidos (por exemplo: não utilizar um termo em português num diapositivo e utilizar o correspondente em inglês no diapositivo seguinte);
- Utilizar corretamente marcas de formatação, nomeadamente a moderação no realce de palavras com negrito, pois o exagero da sua utilização retirava a importância daquilo que realmente deveria sobressair;
- Optar por palavras em português por oposição a empréstimos, sempre que possível;

- Manter a coerência na utilização de maiúsculas ou minúsculas ao longo de pontos de enumeração;
- Refazer ou editar diapositivos com muito texto.

Apesar de esperar pela aprovação das sugestões para que estas pudessem ser implementadas, foi enviada uma pasta em que os documentos tinham as sugestões aplicadas para que as alterações fossem visíveis e comparáveis com os documentos originais.

3.3.2.4 Brochura Institucional

Para dar a conhecer melhor os seus serviços de consultoria, a firma elaborou uma brochura com a descrição de cada um desses serviços. O documento de rascunho, em formato Word, continha 364 palavras que se dividiam entre uma introdução ao departamento de consultoria e duas opções de descrição dos serviços.

O trabalho neste texto focou-se na sua revisão e edição.

3.3.3 Localização do *Website Crowe Portugal*

Com um *website* com conteúdo em português e em inglês, foi necessário proceder a alterações e ao desenvolvimento de conteúdo, sendo que este conteúdo era algo escasso na versão em inglês.

Inicialmente seria apenas para verificar a qualidade linguística, mas ao longo do estágio foi possível proceder a outro tipo de alterações na plataforma da Sitecore – empresa que fornece o *software* de gestão da experiência do cliente. A falta de familiaridade com este *software* obrigou à realização de vários testes, como publicações e alterações de páginas, e ainda à aferição daquilo que poderia aproveitar-se da ferramenta para a área de estudo deste trabalho final, como por exemplo Search Engine Optimization (SEO), que pode ser resumido como um conjunto de estratégias que têm como objetivo principal melhorar a visibilidade e classificação de um *website* nos resultados que aparecem quando o pesquisamos num motor de pesquisa.

Para não atrasar esta tarefa, o conteúdo linguístico de cada página trabalhada foi copiado para um documento Word para fazer a edição, revisão e a tradução, se necessário. De seguida, os documentos eram enviados pelo MST para o responsável do departamento de Marketing para que este procedesse às alterações diretamente na plataforma da Sitecore. A experiência ganha proporcionou a possibilidade de trabalhar diretamente na plataforma, apesar do Microsoft Word continuar a ser a ferramenta de eleição para rever e traduzir texto.

No total foram localizadas 34 páginas do *website*, sendo que a maioria (25) foi localizada para inglês e as restantes (9) para português, um total de 5159 palavras trabalhadas em inglês e 2165 em português (Tabela 18). O aprimoramento das páginas em inglês consistiu numa leitura monolingue seguida de uma leitura bilingue (português-inglês).

Tabela 18 – Lista de páginas do website da Crowe Portugal localizadas para inglês e para português.

Inglês	Palavras	Português	Palavras
Home Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us	175	Página Inicial Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt	154
Services Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services	149	Serviços Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/services	156
Audit Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/audit	257	Serviços de Auditoria Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/services/auditoria	284
Tax Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/tax	277	Serviços de Fiscalidade Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/services/tax	297
Tax Advisory Crowe Portugal	117	Serviços de Assessoria Fiscal Crowe Portugal	116

https://www.crowe.com/pt/en-us/services/tax/tax_advisory		https://www.crowe.com/pt/servicos/tax/assessoria-fiscal	
Transfer Pricing Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/tax/Transfer_Pricing	162	Preços de Transferência Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/servicos/tax/precos-de-transferencia	188
Advisory Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/advisory	138	Serviços de Consultoria Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory	162
Behavioural Consultancy Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/behavioural-consultancy	238	<i>sem alteração</i>	
Corporate Finance Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/corporate-finance	289	<i>sem alteração</i>	
Financial Incentives and Tax Benefits https://www.crowe.com/pt/en-us/financial-incentives-and-tax-benefits	251	<i>sem alteração</i>	
Sustainability & ESG Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/esg	244	<i>sem alteração</i>	

Risk Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/risk	304	Serviços em Gestão de Risco Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/servicos/risk	337
Outsourcing Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/services/outsourcing	435	Serviços de Outsourcing Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/servicos/outsourcing	471
Industries Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries	281	<i>sem alteração</i>	
Government Entities Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/governo-central-e-local	124	<i>sem alteração</i>	
Education Institutions Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/educacao	141	<i>sem alteração</i>	
Engineering and Construction Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/engenharia-e-construcao	211	<i>sem alteração</i>	
Environment and Energy Organizations Crowe Portugal	187	<i>sem alteração</i>	

https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/ambiente-e-energia			
Financial Institutions Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/entidades-financeiras	182	<i>sem alteração</i>	
Healthcare Sector Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/saude	172	<i>sem alteração</i>	
Hospitality, Tourism and Leisure Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/hotelaria-turismo-lazer	229	<i>sem alteração</i>	
Non-Profit Organizations Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/entidades-sem-fins-lucrativos	170	<i>sem alteração</i>	
Private Companies in Sports Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/desporto	121	<i>sem alteração</i>	
Textile Sector Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/industries/textil	179	<i>sem alteração</i>	

Careers Crowe Portugal https://www.crowe.com/pt/en-us/careers	126	<i>sem alteração</i>	
Total:	5159	Total:	2165

3.3.3.1 Software Sitecore

O *software* fornecido pela Sitecore é uma solução de Gestão de Experiência do Cliente (Customer Experience Management - CEM) com vasto reconhecimento no mercado, e com uma variada gama de recursos e ferramentas para personalização e otimização dos *websites* geridos. A Crowe Global requer que todas as suas firmas giram os seus *websites* a partir desta plataforma e define ainda o conteúdo visual que estas podem utilizar. Este conteúdo encontra-se num banco de imagens predefinidas.

Um ponto positivo é que esta ferramenta permite trabalhar a mesma página em diversas línguas, mas todos os processos são morosos.

De acordo com vários tutoriais disponíveis online, existe a possibilidade de exportar conteúdo linguístico a partir do Painel de Controlo da ferramenta (Figura 17). Contudo, essa opção não estava disponível no painel da Crowe, o que levou à realização das alterações diretamente na própria ferramenta e não numa ferramenta externa e posteriormente importar o conteúdo.

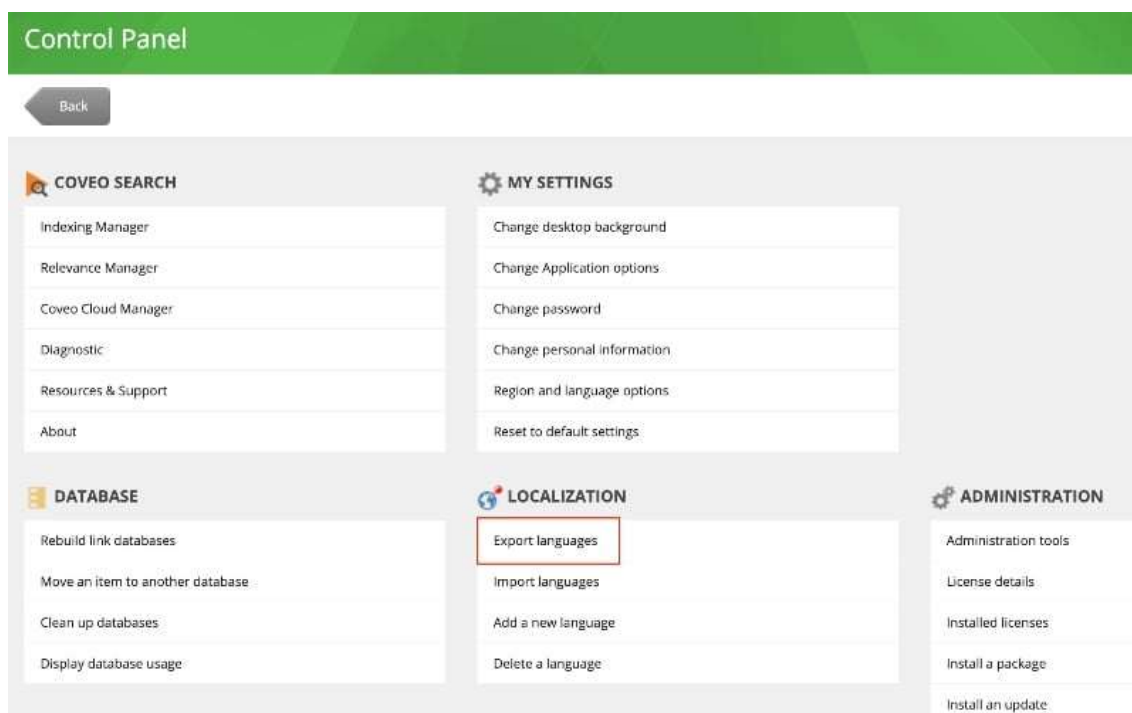


Figura 17 – Painel de Controlo padrão Sitecore.

Isto não sendo possível, outra opção de exportação passava por ir diretamente a uma página, clicar no botão direito do rato para abrir a lista de opções e escolher a opção “Ver fonte da página” (clicar no atalho Ctrl+U) para abrir um novo separador com o conteúdo da página em .html. Nesta nova página abre-se novamente a lista de opções ao clicar no botão direito do rato e escolhe-se a opção “Guardar como” e guarda-se o conteúdo como “Página Web, Ficheiro Único” para o documento ser transferido em formato .txt, ou como “Página Web, Apenas HTML” para transferir o *website* apenas em formato .html sem outro conteúdo, ou como “Página Web, Completa” que permite que a página seja transferida tal e qual como está online e ainda transfere as imagens para uma pasta à parte, com o ponto negativo de a estrutura em formato .html poder ser alterada. Apesar da tentativa de importar nestes formatos para a ferramenta Passolo e localizar as páginas, a ferramenta Sitecore da Crowe Portugal também não disponibilizava a opção de importar conteúdo, como é possível ver pela ausência de conteúdo na caixa “LOCALIZATION” (Figura 18).

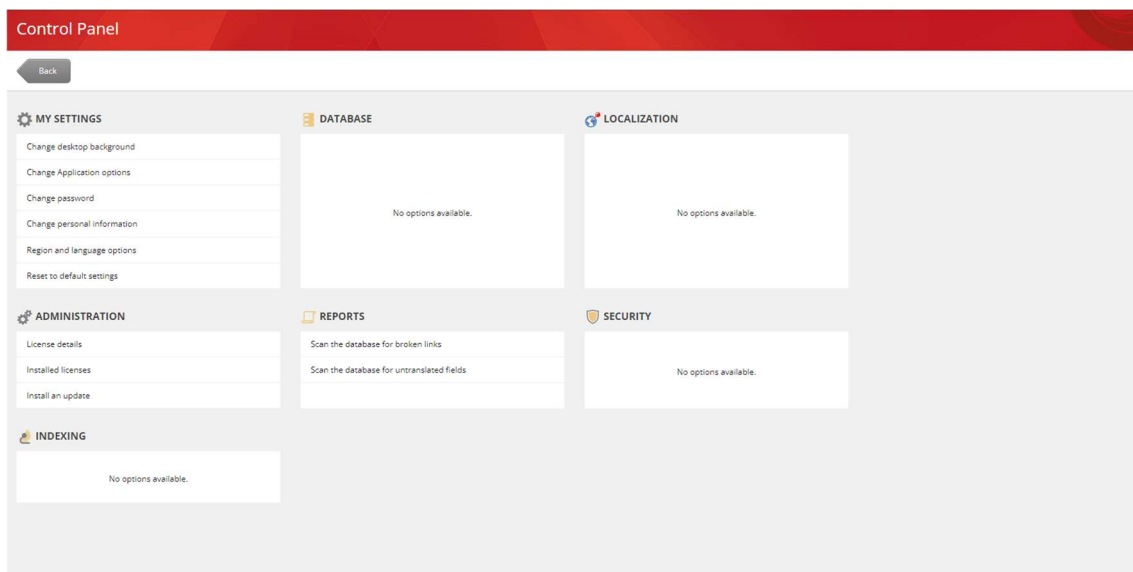


Figura 18 – Painel de Controlo Sitecore da Crowe.

Certas opções na ferramenta são delimitadas pela Crowe Global que define, como referido anteriormente, o banco de imagens que devem ser utilizadas como fundo de página, no cabeçalho, a acompanhar caixas de texto, no rodapé, etc. A ferramenta também não permite alterar livremente o formato das imagens nem a disposição de caixas (de conteúdo e de imagens), o que dificulta e atrasa todo o processo de localização.

Na Figura 19 vê-se como se proceder à seleção de uma caixa de texto para ser editada.

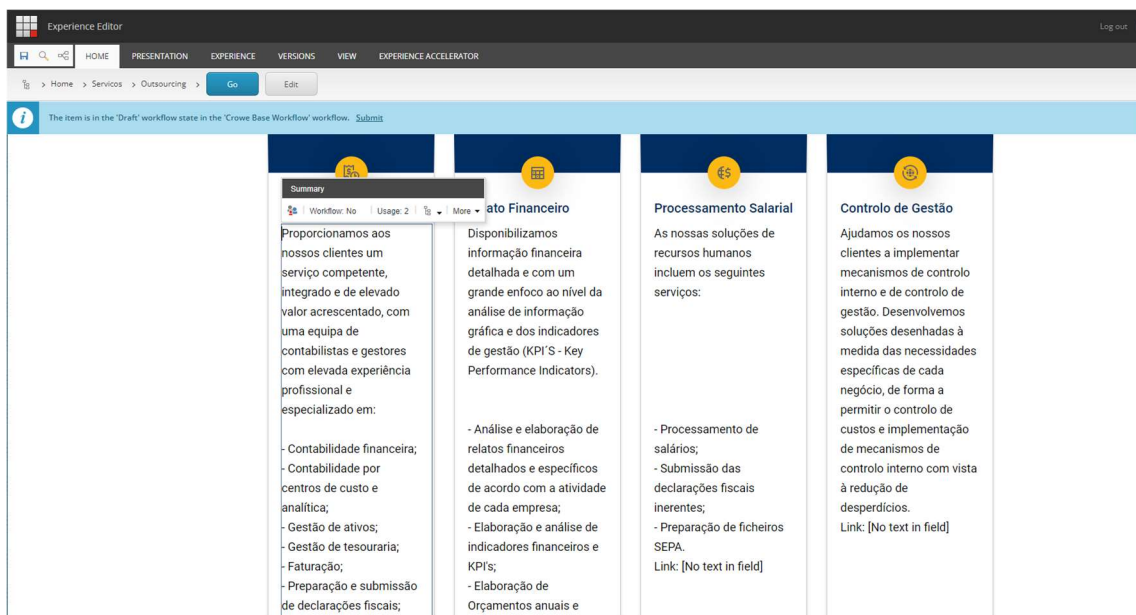


Figura 19 – Seleção de uma caixa de texto para edição.

A Figura 20 apresenta um exemplo de uma alteração de uma caixa com conteúdo textual. Na barra com o título “Content” são apresentadas as possíveis alterações que se podem fazer ao texto. Por exemplo, ao selecionarmos um texto e clicarmos no “b” ao lado do lápis azul, o texto fica a negrito (*bold*). Estas opções são parecidas com outras presentes em diversas ferramentas de escrita e, por esse motivo, são intuitivas.

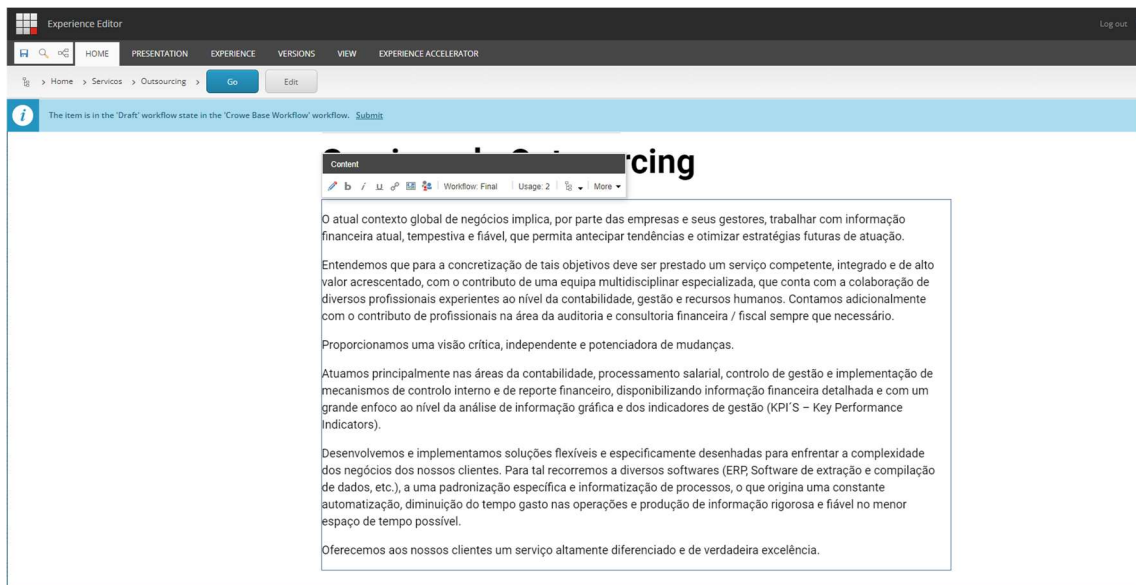


Figura 20 – Edição do corpo de um texto nas caixas.

Durante a localização foi apenas necessário editar este tipo de caixas. Por esse motivo, não foram tidas em conta edições de outro tipo, apesar de existirem na ferramenta.

Posteriormente, e com novos pedidos de trabalho, tarefas à mistura e por falta de tempo, foi-me dada a oportunidade pelo responsável do departamento de marketing de começar a fazer uma ou outra publicação e a fazer mais alterações ao *website* diretamente na ferramenta. Inicialmente a ferramenta não era muito intuitiva e foi necessário algum apoio, mas com mais a prática o trabalho começou a ser independente.

Esta ferramenta foi utilizada remotamente e presencialmente. Para aceder fazia-se o *login* com as credenciais do responsável pelo *website*, que neste caso, mais uma vez, era o responsável do departamento de marketing. Com o *login* feito entrava-se diretamente na última página editada, que neste caso, como é visível na Figura 21, era a página de Cibersegurança da Crowe Portugal. Nesta página são evidenciados vários separadores (Figura 21). Contudo, os únicos utilizados foram o “Home” e o “Versions”.

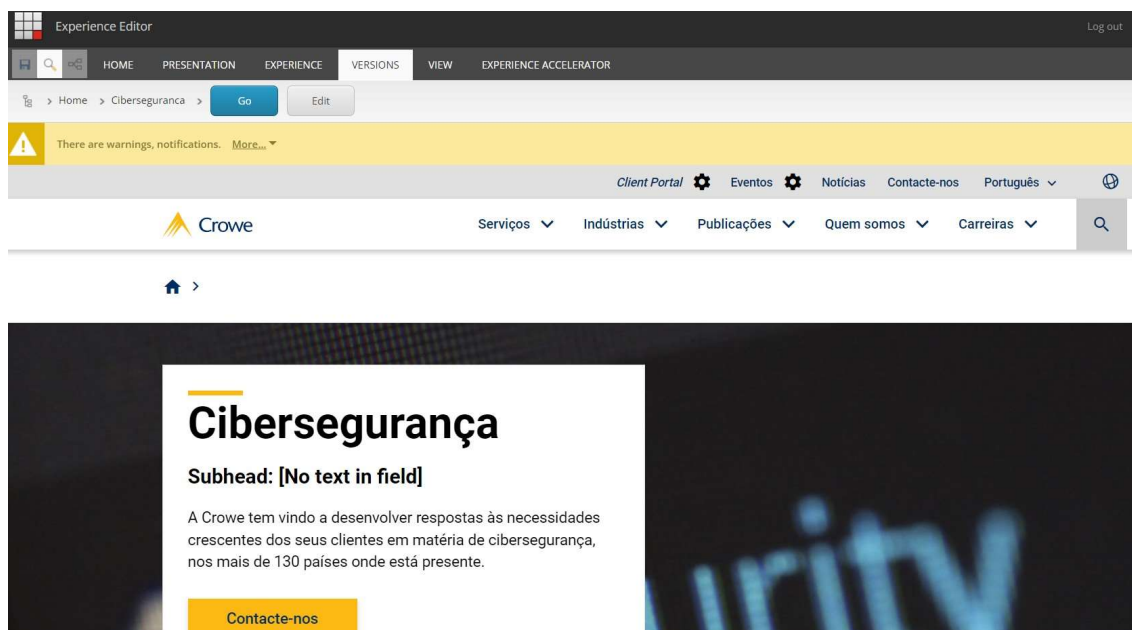


Figura 21 – Editor na ferramenta Sitecore.

O separador “Versions” permite consultar as várias versões da página a ser editada e em que língua estão (Figura 22)

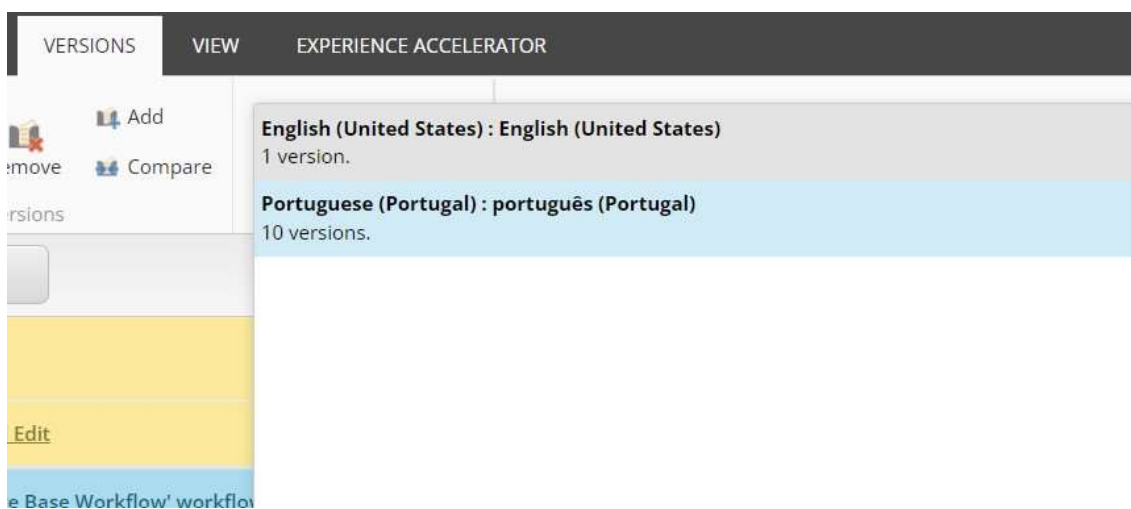


Figura 22 – Versões da página de Cibersegurança da Crowe Portugal no Sitecore.

Para se começar a editar a página clica-se em “More..” na barra amarela com o aviso de perigo (Figura 21) de forma a abrir um “dropdown” menu e clica-se em “Lock and Edit” para desbloquear a página (Figura 23).

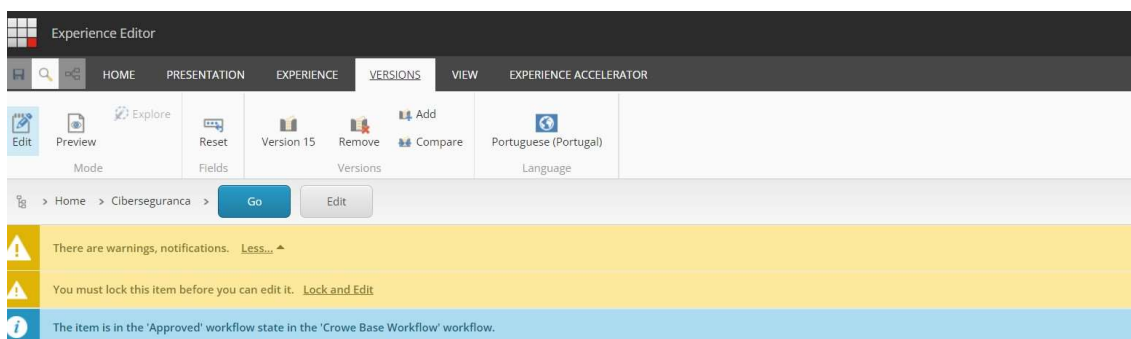


Figura 23 – Dropdown menu da ferramenta Sitecore para se iniciar a edição da página.

Com a página desbloqueada, a edição pode ser feita diretamente nas caixas (Figuras 19 e 20). Depois da edição, a página fica com o estatuto de “Draft”. Para aplicar as alterações, clica-se em “Submit” na barra azul (Figura 24).

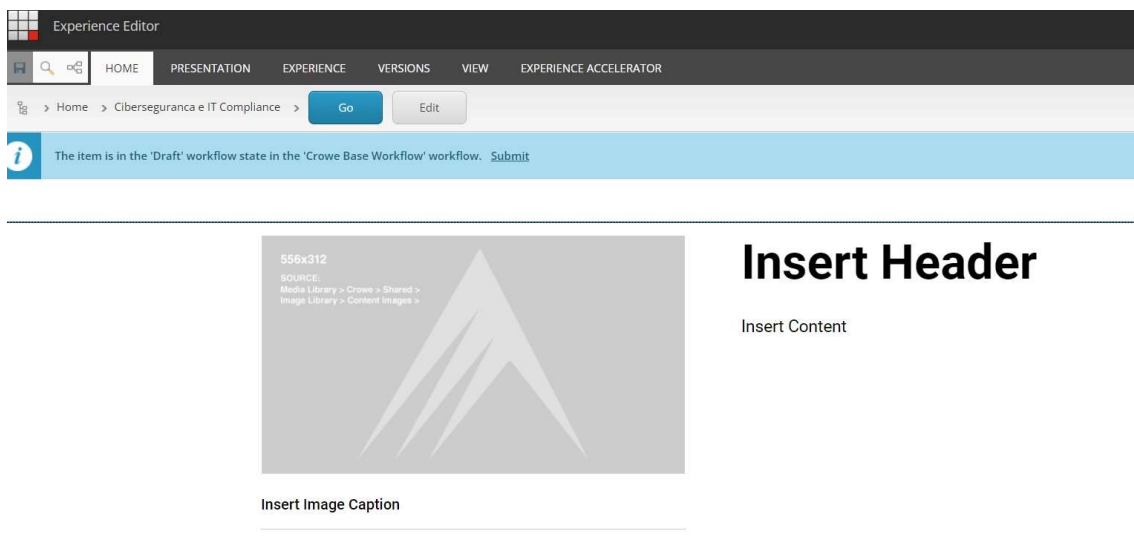


Figura 24- Processo de aplicação das alterações feitas na ferramenta Sitecore.

A página atualiza e de seguida aparece a opção para aprovar (“Approve”) ou rejeitar (“Reject”) as alterações (Figura 25).

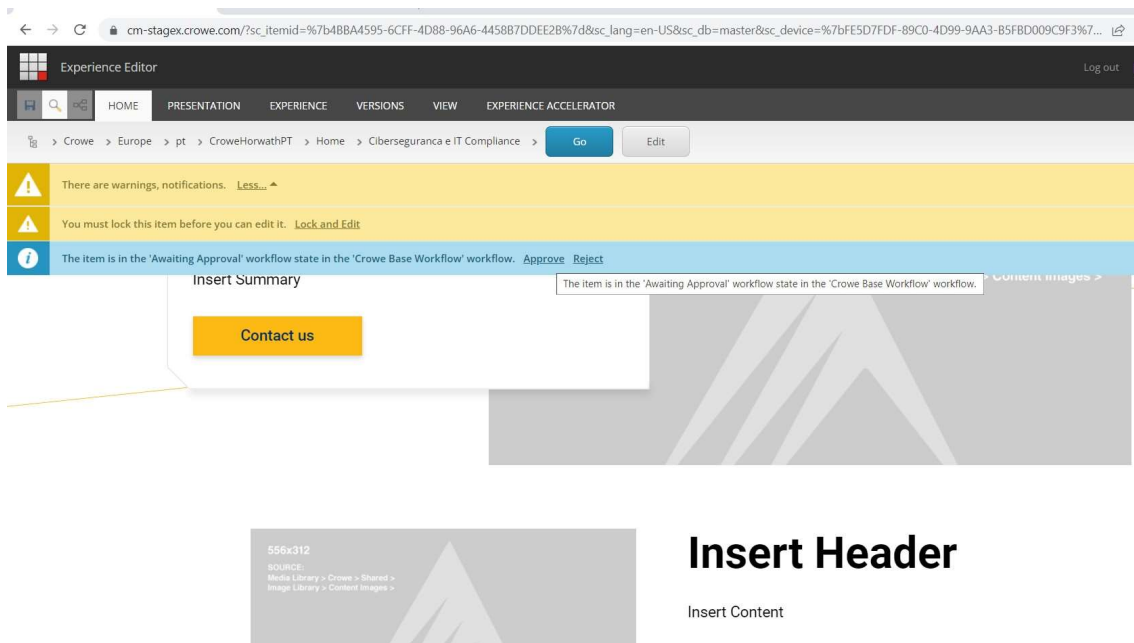


Figura 25 – Menu de aprovação das alterações realizadas.

Com as alterações aprovadas, surge no ecrã uma caixa com informações de publicação da página como a sua localização, as línguas trabalhadas e onde será publicada (Figura 26).

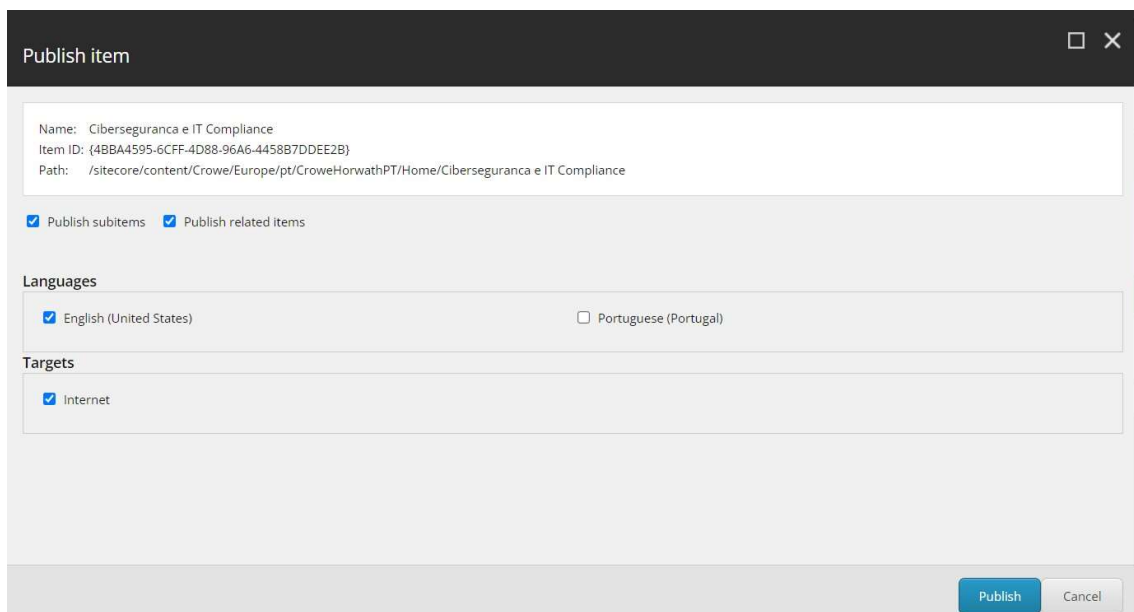


Figura 26 – Caixa de confirmação de publicação.

Para oficializar a publicação clica-se em “Publish” e, de seguida, aparece uma caixa de confirmação de publicação do trabalho (Figura 27).

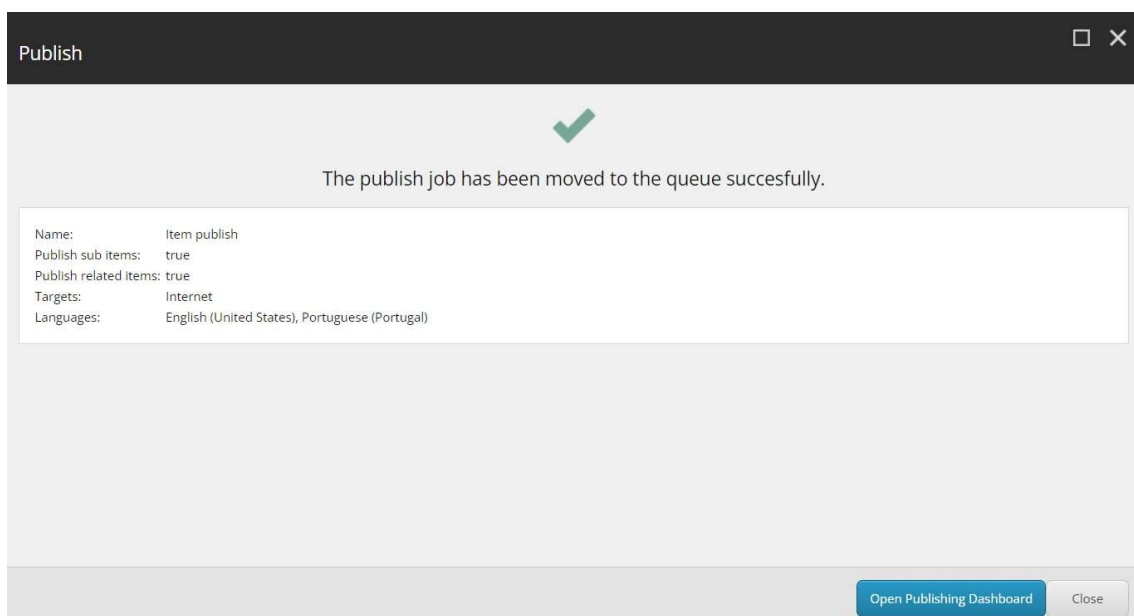


Figura 27 – Confirmação da publicação das alterações feitas.

Caso queiramos verificar se as alterações foram feitas basta abrir um separador novo e entrar na página que foi editada. O processo de alteração pode demorar alguns minutos e

é possível que ou não seja possível aceder à página ou que as alterações ainda não tenham sido aplicadas.

Este processo foi repetido várias vezes.

3.3.4 Glossário

Ao longo do estágio houve a necessidade de consultar vários glossários para encontrar termos desconhecidos. Um glossário pode ser definido como uma lista de termos técnicos de uma área específica e a(s) sua(s) definição/ões dentro desse contexto. Pode ainda ser de conteúdo monolíngue, bilingue ou de mais línguas.

Glossários monolíngues, como o da AICEP Portugal Global - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal²⁰, e o do Conselho de Finanças Públicas²¹, disponível também em formato multilingue (português, inglês e francês) como “Glossário de termos das Finanças Públicas” permitiram encontrar o significado de termos económicos. Foi também consultado o glossário bilingue digital do Banco de Portugal²² onde é possível encontrar terminologia em português e inglês.

A especialidade linguística dos textos da firma levou à procura de soluções para dúvidas terminológicas que se levantaram ao longo do estágio. Apesar da consulta dos glossários suprarreferidos, nem sempre continham aquilo que se procurava, o que resultou na recolha de termos que trouxeram dificuldade e na conseqüente elaboração de um glossário não só para uso próprio, mas também para auxiliar futuras publicações no *website* ou nas redes sociais da firma.

Ao longo do estágio foram recolhidos 90 termos em português e em inglês. Após esta recolha, foram divididos em três categorias:

1. Terminologia de serviços – termos que se podem incluir nos serviços prestados pela Crowe;
2. Terminologia económica – termos que se podem incluir na área da economia;

²⁰ <https://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Glossario/Paginas/xGlossario.aspx>

²¹ <https://www.cfp.pt/pt/glossario/administracao-central-sector-institucional>

²² <https://www.bportugal.pt/glossario-bilingue/e>

3. Outra terminologia – termos de várias áreas;

A análise feita às “big four” e a outras empresas do setor permitiram encontrar termos que poderiam encaixar-se no contexto do glossário da mesma forma que permitiu eliminar outros, fazendo com que as entradas do glossário passassem para 40. Desta forma, a terminologia de serviços ficou constituída por 14 termos, a terminologia económica por 22 e a categoria de outra terminologia por apenas 4 termos.

Apesar de inicialmente o glossário ser desenvolvido em formato Word e sem divisão por categorias, foi passado para o Microsoft Excel e aí dividido em três folhas (ver Figura 28) que correspondem às três categorias mencionadas. Cada folha está dividida em quatro colunas: “english”, “definition”, “source”, “português”, “definição” e “fonte”, por esta ordem. O objetivo é formatar o documento corretamente para que possa ser importado para ferramentas de tradução automática.

	A	B	C	D	E	F
1	english	definition	context	portuguese	definition	contexto
2	accounting	recording and reporting of financial transactions, including the origination of the transaction, its recognition, processing, and summarization in the financial statements	https://www.crowe.com/global/news/crowe-global-head-of-non-profits-wins-prestigious-accolade	contabilidade	processo de registo, classificação e resumo de transações financeiras de forma a fornecer informação útil na tomada de decisões empresariais.	https://www.crowe.com/pt/servicos/outourcing
3	advisory	service that aims to give suggestions and help to people or organizations, especially about a particular subject or area of activity.	https://www.crowe.com/global/services/advisory	consultoria	aconselhamento especializado sobre determinada matéria (financeira, jurídica, etc.)	https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory
4	audit	professional examination of a company's financial statement by a professional accountant or group to determine that the statement has been presented fairly and prepared using generally accepted accounting principles (gaap).	https://www.crowe.com/global/services/audit	auditoria	avaliação independente das demonstrações financeiras para fornecer uma opinião sobre sua precisão e imparcialidade.	https://www.crowe.com/pt/servicos/auditoria
5	behavioral consultancy	indirect problem-solving services provided to an individual or organization by a specialized consultant utilizing behavior theory	https://www.crowe.com/pt/en-us/behavioural-consultancy	consultoria comportamental	Avaliar, Diagnosticar e Intervir nas forças e vulnerabilidades da sua empresa com a integração de programas sustentados cientificamente e à medida Realizar consultorias comportamentais e atividades de coaching (Performance, Executive e Personal)	https://www.crowe.com/pt/behavioural-consultancy
6	corporate finance	designates the activity and the department within an entity providing advisory services to clients in relation with the sale, purchase and merger of companies, but also their listing and overall financial strategy	https://rate.eurpea.eu/star-ch/result/188422528826/1	financiamento das empresas	processo de angariação de capital para poder, futuramente, investir	https://www.crowe.com/pt/servicos/advisory/corporatefinance
7	cybersecurity	practice of protecting critical systems and sensitive information from digital attacks	https://www.crowe.com/news/consulting/cybersecurity	cibersegurança	prática de proteger informações digitais, dispositivos e recursos.	https://www.crowe.com/pt/ciberseguranca
8	due diligence	investigation, audit, or review performed to confirm facts or details of a matter under consideration, in the financial world, due diligence requires an examination of financial records before entering into a proposed transaction with another party.		dever de diligência	análise exaustiva da situação económica, financeira, contabilística e jurídica de uma empresa, bem como do seu potencial de desenvolvimento, por parte de uma entidade independente, antes de se proceder a determinada transação (fusão, aquisição, etc.).	https://www.investopedia.com/terms/d/duediligence.asp
	enterprise risk management	methodology that looks at risk management strategically from the perspective of the entire organization	https://www.crowe.com/services/consulting/riskmanagement	Gestão de Riscos Corporativos	análise e aplicação de medidas que diminuam o risco que uma empresa sofre com	https://www.pwc.pt/pt/formacao/portefolios/cursos/libros/estudo-de-riesco-corporativos.html

Figura 28 – Glossário de termos referentes à área de atuação da Crowe Portugal.

3.3.5 Realidade Virtual

Entre os meses de maio e junho as tarefas passaram por auxiliar a área de IT na edição de texto para a criação de uma aplicação em Realidade Virtual (RV) que viria a ser utilizada como formação para clientes, e na revisão linguística de um texto que poderia ser utilizado

para a criação de outra aplicação. Ambas remetem para o tema de Cibersegurança, que é um dos vários serviços da unidade de IT Consulting da Crowe Portugal.

Antes de trabalhar estes textos tive a oportunidade de experimentar algumas aplicações nos óculos de RV, como jogos e formações interativas criadas em anos anteriores. Estas aplicações também podem ser utilizadas num computador, mas é uma experiência diferente da dos óculos de RV.

Assim como em outros trabalhos realizados, o conteúdo destas aplicações é confidencial, o que torna difícil expô-lo neste relatório. Porém, é possível partilhar algumas capturas de ecrã da narrativa de uma das aplicações.

A formação interativa “Missão MetaSegura VR” foi criada com o objetivo de instruir os colaboradores sobre riscos de cibersegurança.



Figura 29 – Ecrã inicial da aplicação “Missão MetaSegura VR”.

Nesta formação interativa o utilizador incorpora a personagem de um investigador e segue ordens de um *robot* com o objetivo de descobrir entre cinco colaboradores de uma empresa aquele que comprometeu o sistema de cibersegurança.

Os colaboradores, de nomes Maria, José, Cristina, Gonçalo e Sofia, são apresentados num plano de fundo lado a lado e com uma mini descrição sobre si (nome, idade, gostos,

hobbies e ações recentes na empresa). O investigador tem de examinar os colaboradores um por um, por completo, de forma a desbloquear os restantes, e a estar a par dos passos que estes deram para comprometer ou não o sistema. Durante esta análise, o utilizador é instruído sobre problemas, esquemas ou truques utilizados online e offline para que terceiros possam infiltrar-se no sistema de cibersegurança de uma empresa. Depois desta explicação, é colocada uma questão sobre o tema abordado com cada colaborador e é necessário que o formando escolha a opção que dê maior segurança. Exemplo: na Figura 30, de acordo com a história da formação, o investigador tem de tomar uma decisão depois de um colaborador ter perdido o cartão de acesso ao escritório.

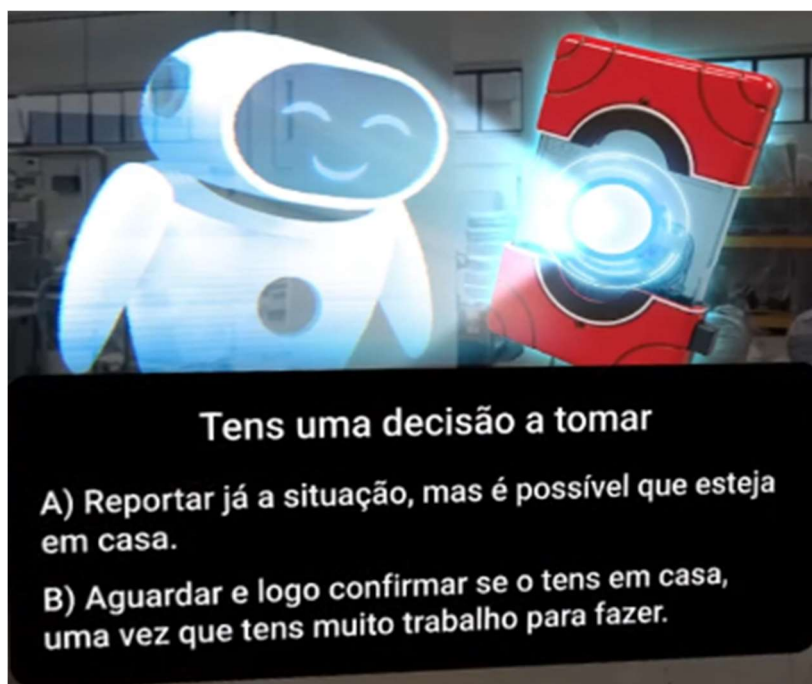


Figura 30 -Pergunta no ecrã durante o desenrolar da formação.

Com a decisão tomada, o *robot* procede a explicar os possíveis cenários caso o cartão já esteja na mão de *hackers*.

Cada colaborador presente no jogo tem uma história diferente para que possam ser apresentados riscos diferentes e soluções para os diminuir.

Na parte final, depois da história de cada colaborador ser fechada, é colocada uma pergunta em que o utilizador tem de escolher entre quatro opções de palavras-passe aquela que é a mais segura (Figura 31).

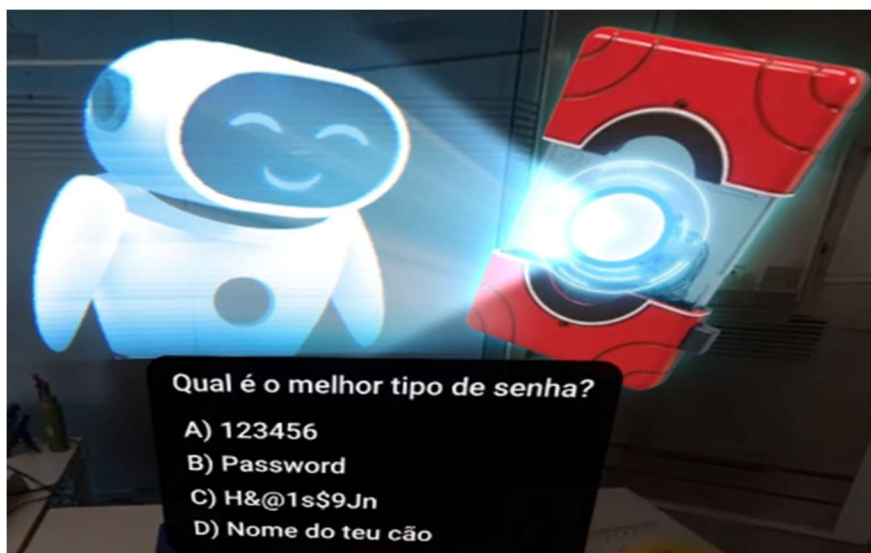


Figura 31 – Pergunta final da formação.

Ao escolher uma resposta, sendo que a opção correta neste caso seria a opção C), são explicados os riscos de ter uma palavra-passe simples e/ou óbvia. Após esta explicação, surge um formulário no fundo para que o formando possa preencher e ganhar um suposto prémio (Figura 32). Porém, isto não passa de mais um teste – o formulário é uma burla – e o formando é aconselhado para, no futuro, explicar aos colaboradores da sua empresa real as medidas de segurança que devem tomar em vários momentos como ao longo desta formação.

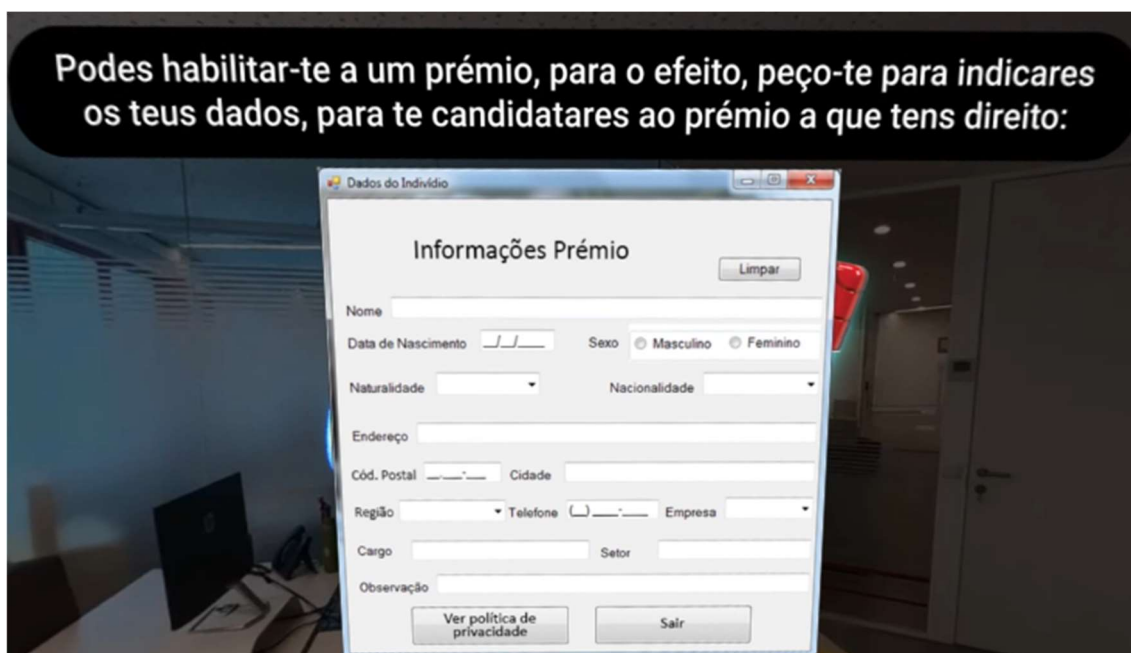


Figura 32 – Formulário falso para testar o formando.

Com isto, a formação está concluída, havendo a possibilidade de voltar atrás e analisar os passos dos cinco colaboradores novamente ou simplesmente recomeçar a formação.

O texto inicial desta aplicação foi recebido em PowerPoint e tinha 8603 palavras divididas por 53 diapositivos. Como era um rascunho, algumas partes foram cortadas, passando para 6862 palavras e 47 diapositivos. Entre conteúdo real, é possível encontrar observações e sugestões para a narrativa.

Sem a possibilidade de visualizar a aplicação, as alterações passaram pela edição de texto em português. Erros gramaticais como “acessar” em vez de “aceder” ou “literado” em vez de “literato” são alguns exemplos do que se pode encontrar ao longo do texto.

Com a visualização da aplicação, foi possível apontar problemas de áudio (música muito alta ou discurso muito rápido tendo em conta as legendas) e de texto no ecrã (quantidade, formatação e posição).

A criação desta aplicação envolveu equipas diferentes, sendo que a minha posição era meramente de auxiliar do departamento de IT Consulting, o que impediu que as alterações fossem aplicadas nesta primeira versão devido ao encurtamento de prazos.

3.4 Tradução

As traduções foram, na sua maioria, de conteúdo textual do *website* da firma, contudo, houve a necessidade de completar três documentos de propostas para clientes com traduções. Dois documentos Word, um em português e outro em inglês, tinham conteúdo em comum, apesar de se referirem a serviços diferentes. O terceiro documento, trabalhado no mês de agosto, encontrava-se em formato PowerPoint e referia-se, originalmente, a uma proposta de um serviço de IT Consulting em espanhol.

3.4.1 Português – Inglês

Por causa do seu conteúdo, este projeto foi marcado como confidencial e não me é permitido expor os seus textos.

Para este projeto de tradução foram recebidos dois documentos: um em português intitulado de “Template Proposta Avaliação _CF” com 6806 palavras e outro em inglês intitulado de “Proposal – Company X” com 3274. O objetivo era comparar os dois documentos, corrigir erros existentes e, se estivessem em falta, traduzir segmentos de acordo com esta comparação.

A discrepância do número de palavras deve-se aos tópicos abordados em cada documento. O documento em português pode ser dividido em seis partes: modelo de correio eletrónico a enviar juntamente com a proposta, objetivo da proposta, descrição da área em que a firma se insere, metodologia de avaliação da entidade destinatária, cláusulas inerentes à aceitação da proposta e termos e condições da proposta. Em comum com o documento em português, o texto em inglês possui um modelo de correio eletrónico, introdução com os motivos para a proposta, metodologia, cláusulas e termos e condições. Ambos os documentos tinham todas as páginas esquematizadas em duas colunas, com exceção das três primeiras páginas que continham informação como título, data, remetente e destinatário do documento, modelo de correio eletrónico e índice, e da última, onde estavam os contactos e a localização dos escritórios da empresa remetente.

Apesar de terem pontos em comum, os seus conteúdos divergem. Em português a proposta remete para uma avaliação de uma empresa e em inglês a proposta remete para um processo de angariação de fundos para outra empresa.

Este projeto foi trabalhado em Word, o que dificultou o alinhamento e a comparação dos pontos comuns aos dois textos. Para além disso, como nenhum dos textos é fruto da tradução direta do outro, não havia um texto original para servir de base, o que trouxe ainda mais importância à comparação para conseguir entender o que era pretendido em certas partes.

No decorrer do projeto foi necessário tirar dúvidas diretamente com o responsável pelo projeto devido à cariz legal e à importância destes documentos. A linguagem utilizada, na sua maioria, era linguagem jurídica. Pontos que descrevem proteção de dados, condições gerais, responsabilidades das partes, despesas, entre outros, como remetiam para obrigações contratuais ou deveres inerentes à aceitação da proposta obrigaram a uma escrita detalhada para impedir brechas contratuais, para que o seu conteúdo fosse todo compreendido e que não gerasse uma possível dupla interpretação.

Para além deste tipo de texto mais específico, havia capítulos no documento em português com linguagem mais comum, utilizada para descrever a firma, os seus serviços e a sua história. Esta descrição era auxiliada de imagens que também podiam ser encontradas nas apresentações trabalhadas no início do estágio.

O projeto foi entregue com correções feitas a nível gramatical e com sugestões de alteração de formatações com a ordem de pontos e de capítulos, correção do texto em algumas imagens, repartição de páginas e a utilização em excesso de negrito.

3.4.2 Português – Espanhol

No mês de agosto o departamento de IT requisitou a tradução de um documento de uma proposta de serviços de espanhol para português. A proposta encontrava-se em formato PowerPoint e focava-se na venda de serviços de RPA. O documento era constituído por 19 diapositivos, 2207 palavras e imagens com texto embutido e a tradução foi feita na ferramenta de tradução assistida por computador Trados Studio.

Com a leitura e análise do documento surgiu um problema: uma das imagens com texto embutido não dava para trabalhar na ferramenta utilizada. Foram várias as tentativas de guardar a imagem como PDF e posteriormente alterar o texto, contudo o tamanho e a pouca nitidez do texto não permitiram a sua leitura em nenhuma ferramenta disponível online nem no Trados. Após a exposição deste problema ao responsável do projeto, foi necessário passar a imagem para português a partir do original enquanto aguardava por mais indicações. Partindo do esquema do original (Figura 33), foi editado o tamanho das caixas de texto em português para que ficassem o mais parecidas possível.

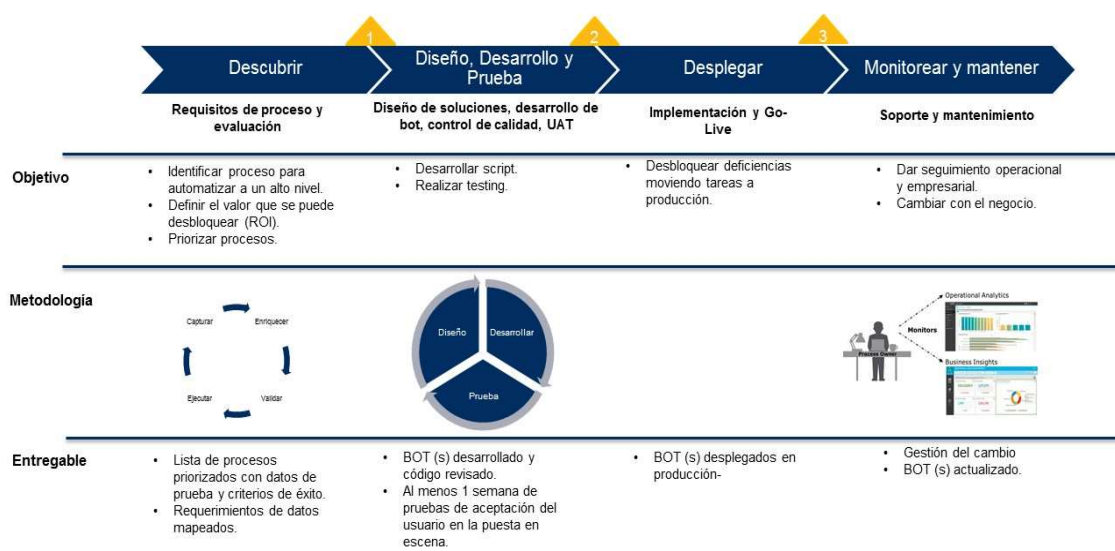


Figura 33 – Imagem do documento em espanhol.

A ferramenta utilizada para editar esta imagem (Figura 34), o Paint, pode ser descrita como antiquada ou pouco prática, contudo, permitiu inserir os mesmos objetos e formas que estavam presentes no original, o que facilitou todo este processo.

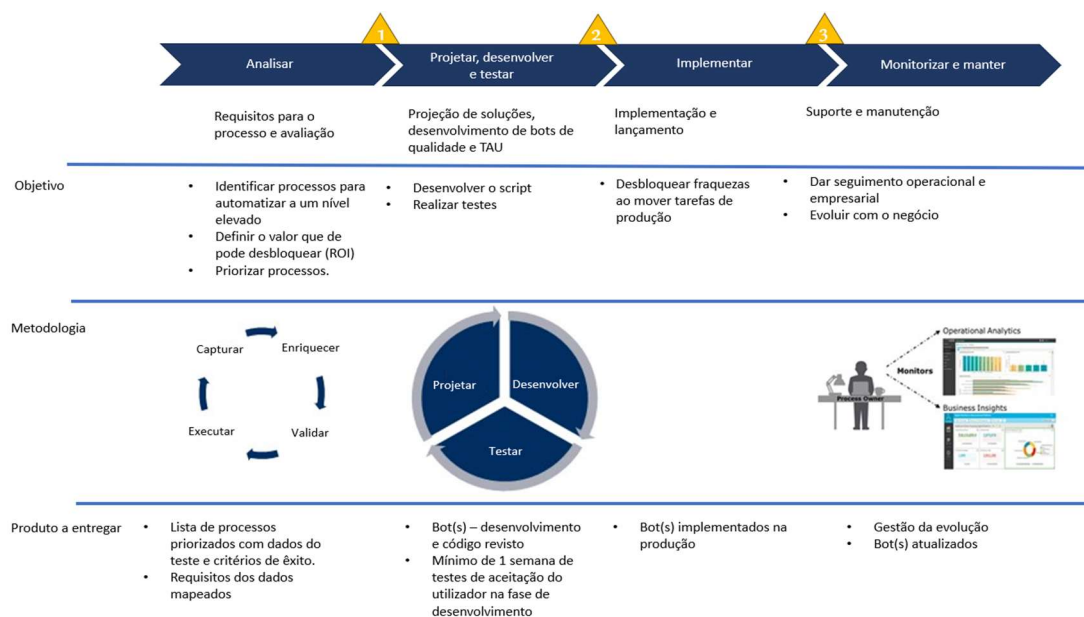


Figura 34 – Imagem trabalhada para o documento em português.

A utilização do Trados Studio foi feita em rede graças ao VPN disponibilizado pelo ISCAP. O trabalho foi feito remotamente numa semana em que não foi necessário ir ao escritório devido ao baixo fluxo de trabalho.

Concluída a tradução, foi gerado um documento bilingue em formato Word para se realizar posterior revisão do texto sem a necessidade de aceder à ferramenta, visto que por ser em rede ainda era uma tarefa morosa. Foi também gerado o documento final monolíngue (em português) em formato PowerPoint que contava com uma contagem de palavras de 2163, mantendo-se o número de diapositivos do original. Este último foi enviado sem conter a imagem trabalhada que foi enviada separadamente caso concluíssem que não era para alterar a original.

Pelo mesmo motivo do projeto de tradução de inglês-português, não é possível expor o texto deste documento.

3.5 Aplicação na firma do trabalho desenvolvido

Tudo o que foi trabalhado ao longo do estágio, excluindo a localização do *website* na ferramenta Sitecore, era enviado como sugestão e só seria aplicado acaso fosse aceite.

No caso do texto trabalhado para os correios eletrónicos, após serem aceites, o departamento de marketing incluiu-os em oito campanhas diferentes e para bases de dados de contactos diferentes com o objetivo de angariar clientes e/ou parceiros. As apresentações editadas foram utilizados em *webinars* e em também enviados como anexos para clientes e parceiros. Os textos trabalhados para RV não foram aplicados durante o período de estágio, mas havia a possibilidade de serem utilizados noutras versões futuras.

No geral, foi possível ver os projetos trabalhados a serem colocados em prática pela firma e na firma.

3.6 Análise do *feedback* dos trabalhos realizados

O tema de marketing por correio eletrónico é aprofundado por autores como [Wang et al. \(2016\)](#) que afirmam que é necessário que o título/assunto de um correio eletrónico seja apelativo para ser aberto pelo destinatário. [Micheaux \(2011\)](#) refere que a colocação estratégica de uma ligação pode aumentar o número de cliques. A relação entre imagens e texto, o próprio formato do texto e outras características podem influenciar a leitura de um correio eletrónico.

[Jenkins \(2008\)](#) para além de explicar a importância do marketing por correio eletrónico, diz que “legitimate marketing emails that don’t follow best practices can end up as collateral damage – blocked by the same antispam technologies designed to catch the less salubrious unsolicited email.” Afirma também que uma análise à “métrica” dos correios eletrónicos de marketing enviados permite entender o que leva os clientes a responder ou a ignorar um correio eletrónico. Assim, é possível concluir que tipo de mensagens e/ou conteúdo é-lhes mais apelativo.

No mês de junho houve a oportunidade de auxiliar o departamento de marketing na edição de uma *Newsletter* sobre o serviço de RPA fornecido pelo departamento de IT Consulting. Esta *Newsletter* fazia parte de uma campanha a enviar para um conjunto de contactos da base de dados da firma. A *Newsletter* continha uma introdução ao serviço, às suas características principais, aos seus benefícios e terminava com uma breve descrição da

Crowe Portugal, encontrando-se ainda em rodapé os contactos da Crowe Portugal e do responsável pelo departamento de IT Consulting.

De acordo com os dados fornecidos pelo departamento de marketing, esta campanha foi enviada para 70 contactos que se inseriam na área da contabilidade. 49 foram entregues e 21 não (correios eletrónicos incorretos, correios eletrónicos de *spam* ou *bounce*²³). 12 abriram a *Newsletter*. Desses 70 contactos abordados, houve uma resposta para pedido de mais informação que resultou posteriormente na marcação de uma reunião com os responsáveis pelo serviço.

Em julho, foram feitas 8 campanhas. Apesar de o conteúdo ser praticamente o mesmo da do mês de junho, foram enviadas para um maior número de contactos disponíveis na base de dados. Destas oito campanhas não houve nenhuma resposta nem nenhum pedido de informação (Tabela 18).

As campanhas de junho e de julho por serem do mesmo tema e muito parecidas a nível textual e estrutural não permitem concluir, a partir dos dados obtidos, que as alterações feitas ajudaram na melhoria da comunicação da firma com os clientes e parceiros contactados. Uma possível forma de obter melhores conclusões seria mudar a estrutura e o texto dos correios eletrónicos, enviar para os mesmos ou para outros contactos, recolher os dados e comparar o número de respostas, quantas vezes a mais ou menos foram abertas as *Newsletter*, se houve um aumento ou uma diminuição no número de cliques nas ligações disponibilizadas, entre outros fatores.

Tabela 19 – Dados das campanhas do serviço de RPA.

Campanha	Contactos	Entregues	Não Entregues	Abriram a <i>Newsletter</i>	Cliques nas ligações
1	99	97	2	40	103
2	100	99	1	25	54
3	100	100	-	32	98
4	100	100	-	32	23

²³ *Bounce rate* é a percentagem de contactos que não receberam o correio eletrónico porque este foi devolvido por uma aplicação que automaticamente rejeita correios eletrónicos.

5	100	99	1	32	48
6	100	97	3	32	95
7	102	102	-	31	36

Foi feita uma análise a estes dados e a relatórios de desempenho digital da firma de janeiro a julho com o intuito de perceber se as alterações feitas tiveram algum efeito positivo ou negativo no público-alvo.

Os relatórios apresentam informações como as páginas com mais procura, o número de seguidores conquistados nas redes sociais, as campanhas que foram lançadas naquele mês e o número de audiências do *website*.

Numa breve análise às audiências, ao compararmos o mês de janeiro de 2023 (Figura 35) com o mês de julho (Figura 36), vê-se um aumento positivo em todos os aspetos.

Website :: Audiências

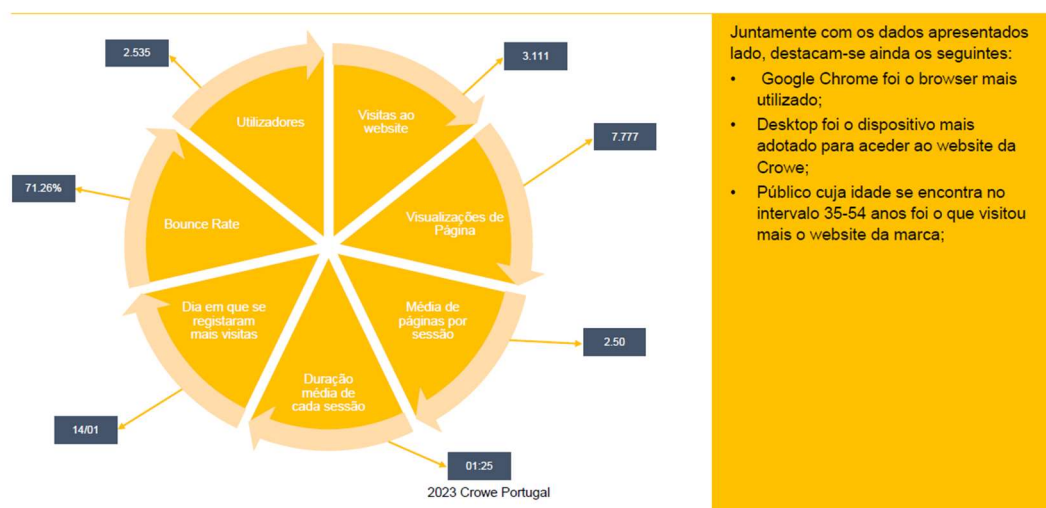


Figura 35 – Audiências do website da Crowe Portugal referentes a janeiro de 2023.

Website :: Audiências

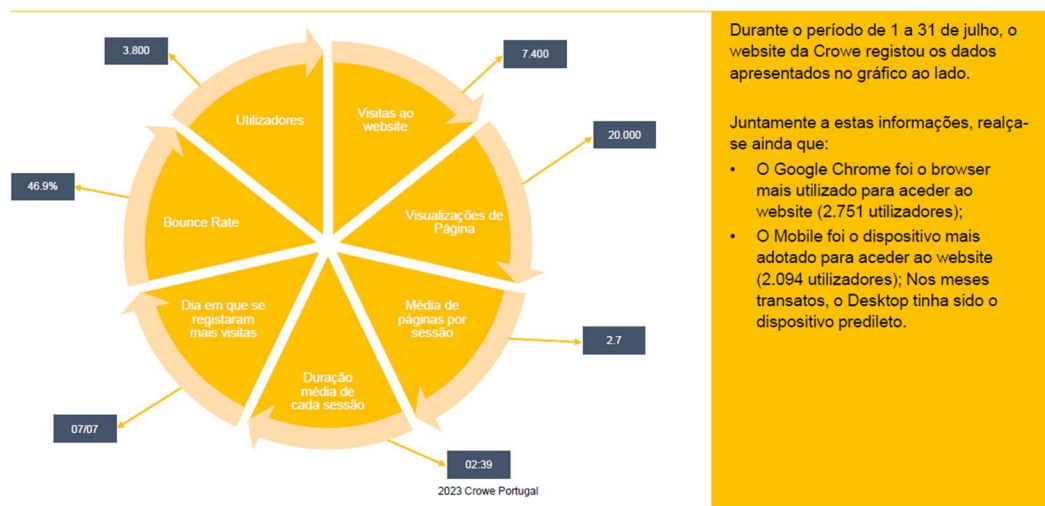


Figura 36 - Audiências do website da Crowe Portugal referentes a julho de 2023.

O número de visitas, o tempo de duração média de cada sessão e a média de páginas por sessão aumentou, o que significa que o conteúdo é apelativo para o utilizador. Apesar de ser uma melhoria visível, não é possível afirmar que estas mudanças se devem unicamente às alterações feitas durante o estágio pois ao mesmo tempo eram publicados outros conteúdos, como informações para *webinars* e notícias.

Em suma, esta análise não forneceu informação suficiente para concluir que o aumento do tráfego se deveu a uma melhoria significativa da qualidade da comunicação da empresa.

3.7 Outros

Para além do tempo passado no escritório a trabalhar, a firma tinha oportunidades de inclusão no ambiente de trabalho.

Nos dias que correm é cada vez mais comum que as empresas apostem na realização de atividades que melhorem o ambiente de trabalho, a formação dos seus colaboradores e tenham em conta a saúde física e mental dos envolvidos. Neste estágio foi possível participar em atividades em conjunto com outros colaboradores e estagiários.

Em maio foi realizada uma formação híbrida focada na inteligência artificial. Foi explicado como funcionava a ferramenta ChatGPT, as suas funcionalidades adicionais e

depois colocado em prática o que foi aprendido. O objetivo passava por instruir os participantes sobre os prós e contras da utilização deste tipo de ferramentas no ambiente de trabalho.

No mesmo mês, foi possível assistir a um *webinar* sobre a sustentabilidade nos negócios. Em formato digital, oradores de diferentes empresas falaram das práticas ambientais, sociais e de governação que adotaram e como estas se alinharam com os objetivos da sua empresa.

Em junho fui convidado a participar num torneio interno de Padel. Todos os colaboradores e estagiários dos departamentos de auditoria e consultoria foram convidados a participar. Esta atividade permitiu estar a par do ambiente e da dinâmica de grupo da firma, deixar de parte o peso do estágio e fazer um pouco de exercício físico.

Todas estas atividades influenciaram positivamente a experiência que foi estagiar na Crowe Portugal.

3.8 Dificuldades e dúvidas gerais

A pressão de entrar numa firma de renome que trabalha numa área em que tenho pouco conhecimento, e o facto de trabalhar de forma independente e fora de ambiente de sala de aula fizeram-me questionar não só se aquilo que estava a fazer era o correto, mas também se aquilo que produzia tinha qualidade suficiente para ser utilizado.

Um dos processos que suscitou muitas dúvidas foi o de traduzir para a segunda língua, que se mostrou, como esperado, muito mais complexo que traduzir para a língua nativa. As dúvidas terminológicas, que eram as que ocorriam mais vezes, eram superadas com uma procura constante em recursos online como tradutores automáticos, dicionários, glossários, e *websites* de comunidades de tradutores, como o Proz²⁴ onde é possível procurar uma grande variedade de termos e encontrar a opinião de tradutores sobre qual será o melhor correspondente na língua de chegada escolhida.

²⁴ <https://www2.proz.com/search/>

Para além da terminologia, uma das maiores questões ao longo do estágio foi para que variante do inglês deveria traduzir, sendo que o *website* continha uma mistura entre inglês britânico e inglês americano. Por exemplo, na página “Behavioural Consultancy” da Crowe Portugal à primeira vista parece que o texto está completamente em inglês britânico com a repetição da palavra “behavioural” em vários parágrafos, palavra que em inglês americano escreve-se sem a consoante “u”. Mas mais para o final já são utilizados os termos “organizations” e “utilizes” que correspondem a inglês americano (em inglês britânico troca-se o “z” pelo “s”). Esta mistura também estava presente noutras páginas.

CAPÍTULO IV – IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE DO PRODUTO FINAL

Durante o estágio foram vários os trabalhos que levantaram questões sobre a sua qualidade e importância, principalmente a localização do *website* que foi feita tendo em conta pormenores mínimos, como por exemplo o tamanho de caixas de texto e de imagens. Todas as alterações foram feitas para otimizar a experiência do utilizador, contudo, não havia possibilidade de saber se iam ao encontro daquilo que o utilizador do *website* da firma vê como ótimo. Para tentar responder a essa dúvida, criou-se um questionário, que também permitiria delinear um perfil de um utilizador de um *website*.

4.1 Metodologia

No último mês do estágio, e para posteriormente ser utilizado como base de resposta a estas dúvidas, procedeu-se à criação de um questionário com o objetivo de perceber o perfil do utilizador e de que forma é que este reage à qualidade dos *websites* que acede.

Com o questionário fechado, procedeu-se a uma análise das respostas recolhidas e chegou-se a uma conclusão sobre a importância da qualidade para os inquiridos.

O questionário apesar de ser desenvolvido durante o estágio, não foi concluído a tempo de gerar respostas úteis para a firma, apesar do contacto mantido com os orientadores da Crowe Portugal sobre o tema.

4.2 Questionário

Com o título “A Importância da Qualidade do Conteúdo dos *Websites*”, o questionário foi desenvolvido no final do estágio na ferramenta gratuita online Google Forms com o auxílio dos orientadores, e tendo em conta diferentes questionários encontrados em vários trabalhos universitários e de acordo com os processos descritos em “A Construção de um Questionário” ([Magalhães & Hill, 1998](#)).

De salientar que qualquer pessoa poderia responder ao questionário e que as respostas eram anónimas para que o inquirido tivesse total liberdade para dar as suas respostas sem se sentir pressionado ou julgado.

4.3 Finalidade das Perguntas

Inicialmente foi criado um rascunho com possíveis perguntas que depois foram passadas para a ferramenta Google Forms para se criar uma estrutura. A estrutura final conta com quatro secções e cada uma contém um tipo de perguntas diferentes.

De acordo com o trabalho “A Construção de um Questionário” ([Magalhães & Hill, 1998](#)), existem perguntas às quais o inquirido pode não se sentir à vontade para responder, e a solução pode passar por excluir a pergunta ou colocar como opção nas respostas “Prefiro não responder”. Algumas perguntas suscitaram esta dúvida, principalmente na primeira secção por serem de cariz mais pessoal. As quatro secções encontram-se divididas da seguinte forma:

1. “Informações Sociodemográficas” (9 perguntas)

Perguntas de escolha múltipla que permitem traçar o perfil do inquirido.

2. “A utilização e a usabilidade de *websites* como fonte de informação” (4 perguntas)

Perguntas de escalas ordinais em que o objetivo é que o inquirido avalie um item de acordo com uma variável. Neste caso, a variável é a frequência, com o valor mais baixo de “Nunca” e com o valor mais elevado de “Todos os dias” com o objetivo de aferir se o inquirido acede e utiliza regularmente determinados *websites*.

3. “Apresentação visual e conteúdo linguístico dos *websites*” (5 perguntas)

Perguntas de escalas ordinais em que o objetivo é que o inquirido avalie um item de acordo com uma variável. Neste caso, a variável é a concordância (opinião), com o valor mais baixo de “discordo totalmente” e com o valor mais elevado de “concordo totalmente”, e o item avaliado é a influência que a qualidade dos conteúdos visual e linguísticos tem no inquirido.

4. “A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um *website*” (3 perguntas)

Perguntas de escolha múltipla nas quais é pretendido que o inquirido escolha entre duas opções de acordo com a sua avaliação da qualidade do que é apresentado.

4.4 Conclusão, lançamento e encerramento do questionário

Antes de ser partilhado, o questionário passou por um grupo de controlo na firma que permitiu perceber se a sua estrutura era apelativa para o inquirido, se as perguntas e/ou as respostas suscitavam alguma dúvida, quer a nível textual quer a nível de compreensão, se as imagens anexadas eram de fácil acesso e compreensíveis, e analisar o tempo que precisaram para concluir o questionário. O grupo de controlo era constituído por três colaboradores do departamento de Advisory da Crowe Portugal e o *feedback* permitiu aprimorar o questionário e perceber se o tempo dedicado ao questionário era entediante, o que poderia gerar desistências durante o preenchimento.

O questionário foi lançado no primeiro dia de setembro de 2023 nas redes sociais LinkedIn, Facebook, Instagram e Twitter e esteve acessível até ao final da primeira semana do mês seguinte, obtendo 140 respostas. O objetivo de partilhar nas redes sociais passava por chegar a um maior número utilizadores de *internet* e, consequentemente, *websites*.

4.5 Delineação das opções das respostas

As opções disponibilizadas para cada resposta vão ao encontro de dados encontrados sobre o panorama nacional, sendo que o questionário foi aplicado apenas a nível nacional. Para além disso, servem para ser possível analisar os dados recolhidos de acordo com diferentes parâmetros.

As respostas disponibilizadas às perguntas da primeira secção, por ser a secção que vai traçar quase na totalidade o perfil do inquirido, são justificáveis da seguinte forma:

Nacionalidade – As opções disponibilizadas vão encontro dos dados do Centro de Informação Europeia Jacques Delors²⁵, em que cinco das dez principais nacionalidades estrangeiras residentes em Portugal, em 2020, eram: Brasileira (183 933), Inglesa (46 238), Cabo Verdiana (36 609), Romena (30 052) e Ucraniana (28 629). Acrescenta-

²⁵ <https://eurocid.mne.gov.pt/artigos/imigracao-e-emigracao-em-portugal>

se também a notícia de junho de 2023, no jornal Público²⁶, baseando-se em dados do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), onde informam que o número de estrangeiros a viver em Portugal no final do ano de 2022 eram: Brasil (239 744), Reino Unido (45 218), Cabo Verde (36 748), Índia (35 416), Itália (34 039), Angola (31 761), França (27 512), Ucrânia (25 445), Nepal (23 839) e Guiné-Bissau (23 737).

Foram apenas tidas em conta as três primeiras nacionalidades para não colocar uma lista exaustiva de opções, de forma que o questionado não perdesse tempo em opções desnecessárias já que a maioria expectada passava pelo português (a população estrangeira em Portugal representa pouco mais de 5%)²⁷. Não obstante, foi deixada a opção, caso o inquirido não se sentisse identificado nas opções disponibilizadas, de escolher “Outra” e escrever a sua nacionalidade.

Língua Nativa – As opções disponibilizadas vão ao encontro das línguas correspondentes às principais nacionalidades dos residentes de Portugal, obviamente começando pelo Português de Portugal, seguido do Português do Brasil (variante referente ao número elevado de brasileiros) e do Inglês (Britânico), deixando ainda a opção, caso o inquirido não se sinta identificado nas opções disponibilizadas, de escolher “Outra” e escrever a sua língua nativa.

Segunda Língua – As opções disponibilizadas derivam do ensino de uma segunda língua em Portugal. De acordo com o Projeto Curricular de Línguas Estrangeiras²⁸, essas opções passam por Alemão, Espanhol, Francês, Inglês, Italiano e Mandarim. Não obstante, foi deixada a opção, caso o inquirido não se sinta identificado nas opções disponibilizadas, de escolher “Outra” e escrever a sua segunda língua.

²⁶ <https://www.publico.pt/2023/06/23/sociedade/noticia/quase-800-mil-estrangeiros-vivem-portugal-30-sao-brasileiros-2054424>

²⁷ <https://eco.sapo.pt/2022/12/19/estrangeiros-ja-representam-52-da-populacao-residente-em-portugal/#:~:text=Estrangeiros%20j%C3%A1%20representam%205%2C2,popula%C3%A7%C3%A3o%20residente%20em%20Portugal%20%E2%80%93%20ECO>

²⁸ <https://www.dge.mec.pt/linguas-estrangeiras-pc>

Sexo – As opções disponibilizadas vão ao encontro da definição da palavra “sexo” de acordo com a infopédia²⁹: “conjunto de pessoas que têm morfologia idêntica relativamente ao aparelho sexual”, optando-se pela adição da opção “Prefiro não dizer” caso o inquirido não se sinta confortável para responder a esta questão.

Idade – As opções disponibilizadas foram adotadas depois de uma análise de vários questionários e optando-se por um leque de opções que permitissem tirar diferentes conclusões finais.

Habilitações Académicas – As opções disponibilizadas foram escolhidas após uma pequena análise dos dados populacionais portugueses sobre o nível de escolaridade no site Pordata³⁰.

As definições para os níveis de escolaridade podem ser encontradas no documento da rede Eurydice³¹ que descreve o sistema educativo português em diferentes níveis, sendo que cada nível tem o objetivo de oferecer diferentes características aos estudantes.

“O sistema de ensino português está dividido em educação pré-escolar (desde os 3 anos de idade até à entrada no ensino básico), ensino básico (dos 6 aos 15 anos de idade) e ensino secundário (dos 15 aos 18 anos de idade)”

1. Educação pré-escolar (CITE 0)
 - a. Abrange crianças dos 3 anos até à idade da escolaridade obrigatória (6 anos). Frequência opcional.
2. Ensino básico (CITE 1 e 2) – “universal, obrigatório e gratuito e tem a duração de nove anos” e divide-se em três ciclos:
 - a. CITE 1

²⁹ Porto Editora – sexo no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora. [consult. 2023-08-28 16:20:25]. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/sexo>

³⁰<https://www.pordata.pt/portugal/populacao+residente+com+15+e+mais+anos+segundo+os+censos+tota+l+e+por+nivel+de+escolaridade+completo+mais+elevado-3670-324779>

³¹ [https://eurydice.eacea.ec.europa.eu/pt-pt/national-education-systems/portugal/portugal#:~:text=O%20sistema%20de%20ensino%20portugu%C3%AAs,aos%2018%20anos%20de%20idade\).](https://eurydice.eacea.ec.europa.eu/pt-pt/national-education-systems/portugal/portugal#:~:text=O%20sistema%20de%20ensino%20portugu%C3%AAs,aos%2018%20anos%20de%20idade).)

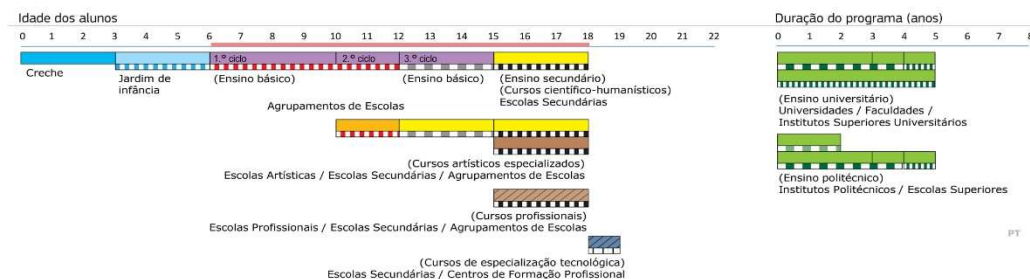
- i. 1.º ciclo – “corresponde aos primeiros 4 anos da escolaridade (1.º ao 4.º ano);”
 - ii. 2.º ciclo – “corresponde aos 2 anos seguintes (5.º e 6.º anos);”
 - b. CITE 2
 - i. 3.º ciclo – “tem a duração de 3 anos (7.º ao 9.º ano).”
- 3. Ensino Secundário (CITE 3)
 - a. Equivale aos 10.º, 11.º e 12.º anos de escolaridade.
- 4. Ensino pós-secundário não superior (CITE 4)
 - a. “obtenção de uma qualificação de nível 5 do QNQ e caracteriza-se por uma formação técnica altamente qualificada, vocacionada para a inserção no mundo do trabalho ou prosseguimento dos estudos de nível superior. Tem normalmente a duração de 1 ano e destina-se a jovens com mais de 18 anos e que completaram a escolaridade obrigatória de 12 anos.”
- 5. Ensino superior (CITE 5 – 8)
 - a. “estruturado segundo os princípios de Bolonha e visa assegurar uma sólida preparação científica e cultural, proporcionar uma formação técnica que habilite para o exercício de atividades profissionais e culturais e fomenta o desenvolvimento das capacidades de conceção, inovação e análise crítica.”
- 6. Educação e formação de adultos
 - a. Este tipo de formação está orientado “para a obtenção simultânea de um grau de escolaridade e de uma certificação profissional, ainda que, em alguns casos, só atribua um destes diplomas. O ensino recorrente dirige-se a adultos que não completaram o ensino básico ou secundário na idade normal de frequência.”

Tabela 20 - População residente com 15 e mais anos segundo os Censos: total e por nível de escolaridade completo mais elevado

Anos	Nível de escolaridade								
	Total	Semi nível de escolaridade	Básico				Secundário	Médio	Superior
			Total	1º ciclo	2º ciclo	3º ciclo			
1960	7.647.102	5.096.434	x	2.272.347	x	x	229.256	x	49.065
1981	7.324.341	2.700.398	4.123.162	2.840.840	768.572	513.750	229.301	87.507	155.284
1991	7.894.738	2.049.048	4.903.296	2.872.337	1.182.947	848.012	560.032	98.287	284.075
2001	8.699.515	1.568.250	5.246.758	2.625.865	1.203.798	1.417.095	1.159.830	66.965	657.712
2011	- 8.989.849	- 934.129	- 5.311.154	- 2.444.206	- 1.152.362	- 1.714.588	- 1.411.801	- 88.023	- 1.244.742
2021	9.011.878	528.088	4.477.240	2.008.075	864.512	1.604.653	2.119.842	103.820	1.782.888

População residente com 15 e mais anos segundo os Censos: total e por nível de escolaridade completo mais elevado
 Fontes de Dados: IBE - X, XII, XIII, XIV, XV e XVII
 Recenseamentos Gerais da População
 Fonte: PORDATA
 Última atualização: 2023-03-14

Portugal – 2022/2023



Nota: Os Agrupamentos de Escolas são unidades organizacionais que podem englobar diversas escolas e ciclos de ensino, desde o jardim de infância ao ensino secundário superior. As instituições indicadas no diagrama são exemplos de alguns dos espaços de aprendizagem em que é ministrado cada tipo de ensino; o diagrama não indica todas as instituições educativas existentes no sistema português.

- Educação pré-escolar e cuidados para a infância (que não é da responsabilidade do Ministério da Educação)
 - Educação pré-escolar e cuidados para a infância (que é da responsabilidade do Ministério da Educação)
 - Ensino primário
 - Estrutura única
 - Ensino secundário geral
 - Ensino secundário profissional
 - Ensino pós-secundário não superior
 - Ensino superior (tempo inteiro)
- Equivalência aos níveis CITE 2011
- CITE 0
 - CITE 1
 - CITE 2
 - CITE 3
 - CITE 4
 - CITE 5
 - CITE 6
 - CITE 7
- Educação/formação obrigatória a tempo inteiro
 - Educação/formação obrigatória a tempo parcial
 - Ano complementar
 - Estudos no estrangeiro
 - Programas que combinam a escola e o local de trabalho
 - -/n/- Experiência profissional obrigatória + duração
 - n ano Programa em vias de ser extinto durante (ano)

Fonte: Eurydice.

Figura 37 - Estrutura do Sistema Nacional de Educação.

Ocupação Profissional – As opções disponibilizadas foram escolhidas de acordo com pesquisas online sobre este tema de forma que não suscitasse dúvidas ao inquirido. Pelo mesmo motivo foi adicionada uma nota a explicar que caso o inquirido tenha mais que uma ocupação, para optar pela que corresponde à fonte de rendimento principal. Foi também acrescentada a opção “Outra opção” caso algum inquirido não se revisse nas disponibilizadas.

Anos de Experiência Profissional – As opções disponibilizadas visam a incluir qualquer inquirido, independentemente de possuir ou não experiência de trabalho ou se já se

encontra na reforma para que não se sinta julgado ou para que não ache que não tem o perfil indicado para responder ao questionário.

Área de Trabalho – As opções disponibilizadas advêm da análise do monitor empresarial de reputação corporativa (merco) sobre o Ranking Líderes Portugal 2022³² onde são apresentadas as empresas com melhor reputação em diversas áreas. Apesar da possibilidade de o inquirido ver que as opções são exaustivas, o objetivo era perceber se estas áreas influenciavam os tipos de *website* que acediam.

A segunda e a terceira secções, como já referido, contêm perguntas de escala ordinal, mas que por analisarem uma variável diferente, contêm opções de respostas diferentes.

Na última secção do questionário as duas opções de resposta das primeiras duas perguntas são capturas de ecrã do antes e do depois de trabalhos realizados, e na terceira pergunta encontra-se o antes e o depois de um excerto de uma descrição do *website* editada. As capturas de ecrã utilizadas não contêm conteúdo visual nem linguístico que remeta para uma empresa, produto ou serviço específico de forma a não influenciar as respostas.

4.6 Análise do Questionário

Para este questionário foram tidos em consideração dois tipos de análise de dados: a análise qualitativa e a análise quantitativa.

A análise qualitativa pode definir-se como uma análise focada na interpretação de texto (entrevistas, questionários, entre outros) e é maioritariamente utilizada em áreas como a educação e a psicologia. Por outro lado, a análise quantitativa foca-se na interpretação de números (estatísticas, amostragens, entre outros) e é maioritariamente utilizada em áreas como a economia e as finanças.

Como o objetivo do questionário é perceber o ponto de vista do consumidor no que toca à qualidade de algo, foi realizada uma análise qualitativa.

³² <https://www.merco.info/pt/actualidad/presentacion-de-resultados-merco-empresas-y-lideres-portugal-2022>

Os dados do questionário estão disponíveis no *Google Forms* onde é possível analisá-los diretamente, mas também é possível visualizá-los numa folha Excel online e posteriormente transferi-la.

4.6.1 Análise qualitativa

No *Google Forms* é possível analisar as respostas de três formas diferentes, nomeadamente:

- A primeira é em “Resumo”, na qual as respostas às perguntas de escolhas múltiplas são apresentadas num gráfico circular dividido em fatias percentuais, as de escala linear em gráfico de barras, a única em grelha de escolha múltipla apresentada em gráfico de colunas e barras e as respostas por escrito são apresentadas em texto por ordem temporal;
- A segunda forma permite escolher perguntas específicas e mostra o número de inquiridos que optou pelas diferentes opções de resposta;
- A terceira permite escolher entre o primeiro ao último inquirido e apresenta o questionário completo com as respostas dadas.

No Microsoft Excel as perguntas e as respostas encontram-se numa tabela, estando as perguntas estão ordenadas por coluna pela mesma ordem que constam no questionário, e estando as respostas dispostas cronologicamente por linhas. Existe também a possibilidade de filtrar as colunas e, assim, escolher especificamente as respostas que se pretende visualizar.

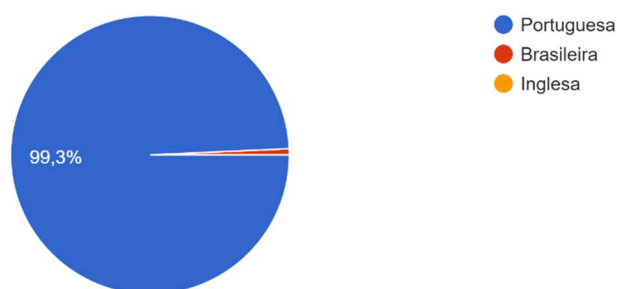
4.6.1.1 Perfil do inquirido

As questões da primeira secção permitiram traçar o perfil geral do inquirido, incluindo dados como nacionalidade, língua nativa, segunda língua, sexo, idade, habilitações académicas, ocupação profissional, anos de experiência profissional e área de trabalho. Saber o perfil do inquirido é importante para perceber se existe diversificação nas respostas obtidas e se isso permitiu perspetivas diferentes nas secções de resposta direta.

1. Nacionalidade

Dos 140 inquiridos, 139 são portugueses e 1 brasileiro, o que se deve à partilha do questionário apenas a nível nacional.

1. Nacionalidade
140 respostas



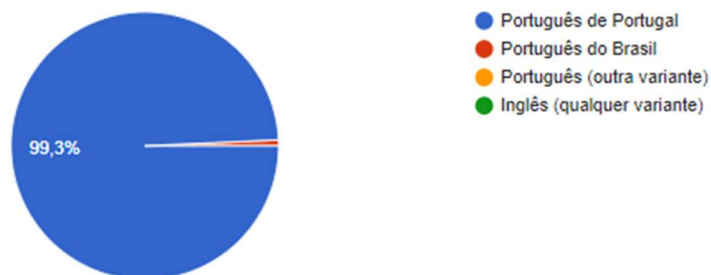
2. Língua nativa e Segunda Língua

A língua nativa de todos os inquiridos corresponde à nacionalidade escolhida, sendo que aqueles com nacionalidade portuguesa escolheram a opção “Português de Portugal” e o único inquirido com nacionalidade brasileira escolheu “Português do Brasil como língua nativa. Questionados sobre a segunda língua, 118 (a grande maioria) indicaram o inglês, nove indicaram o espanhol, cinco o português, quatro o francês, um indicou o alemão e três indicaram que não possuem uma segunda língua. Os cinco inquiridos que optaram pelo português como segunda língua referir-se-ão, crê-se, a outras variantes, visto que na questão colocada a variante não era mencionada.

2. Língua Nativa

 Copiar

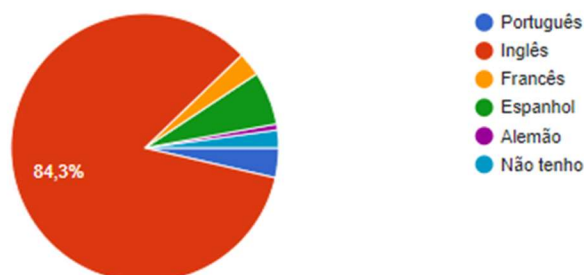
140 respostas



3. Segunda Língua

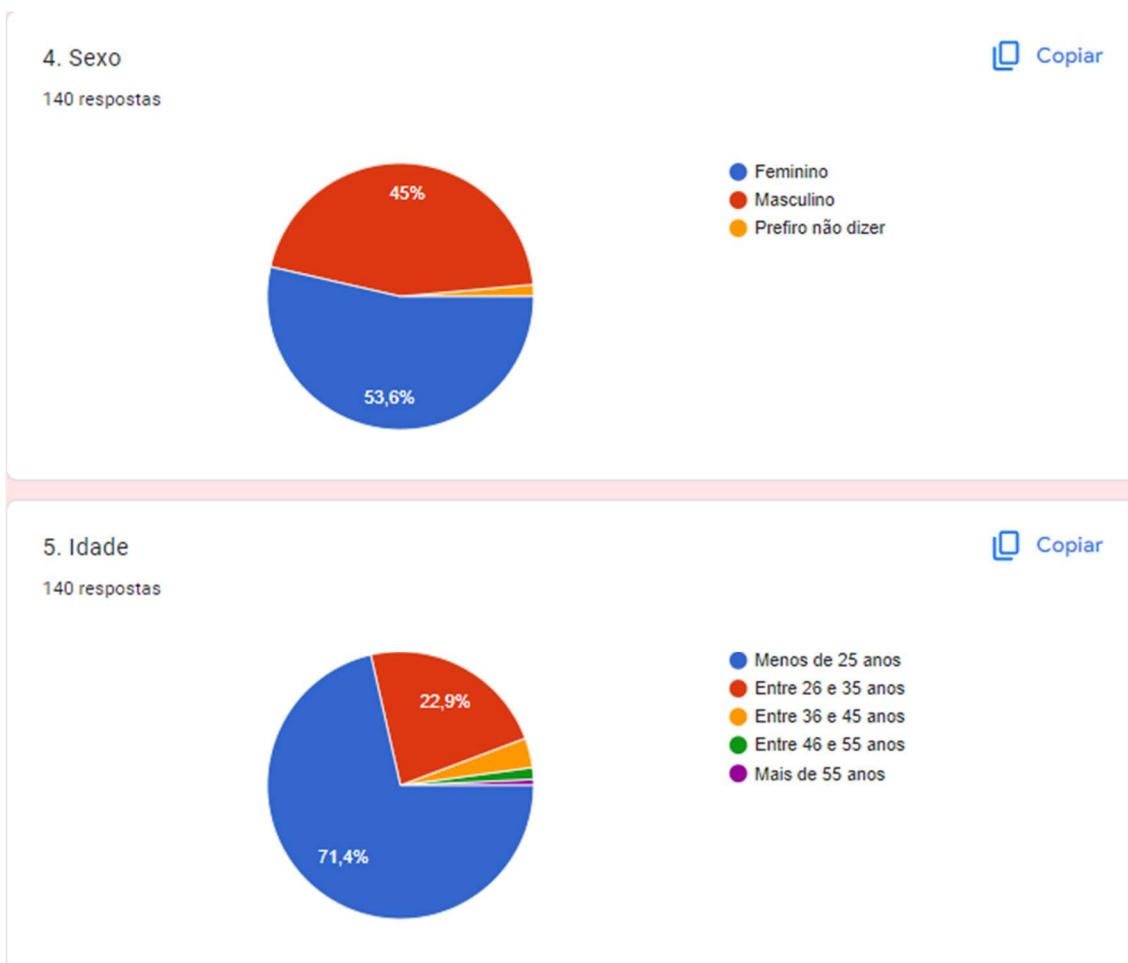
 Copiar

140 respostas



3. Sexo e Idade

O inquérito recebeu mais respostas do sexo feminino (75), apesar de não se distanciar muito do sexo masculino (63). Dois inquiridos preferiram não indicar o seu sexo. Apesar de um certo equilíbrio no sexo dos inquiridos, uma grande maioria (100) respondeu que no momento da resposta tinha menos de 25 anos, seguindo-se 32 inquiridos com idades entre os 26 e os 35 anos. Apenas cinco se encontravam entre os 36 e 45 anos, dois entre os 46 e 55 anos e um indicou ter mais de 55 anos.

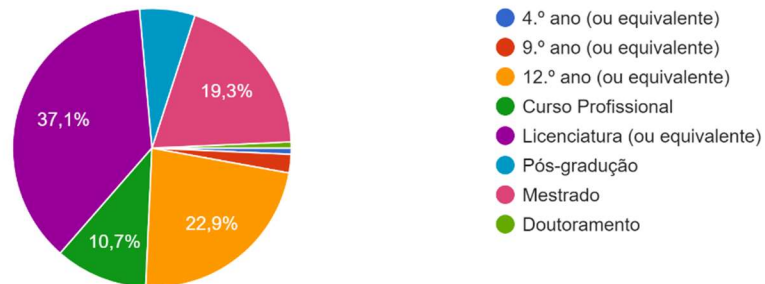


4. Habilitações Académicas

No ponto das habilitações académicas, as respostas variaram entre todas as opções disponíveis. Dos 140 inquiridos, apenas um indicou que possuía doutoramento, 27 possuíam mestrado, nove com pós-graduação, 52 com licenciatura (ou equivalente), 10 com curso profissional, 32 com o 12.º ano (ou equivalente), três com o 9.º ano (ou equivalente), e apenas um com o 4.º ano (ou equivalente)

6. Habilitações Académicas

140 respostas



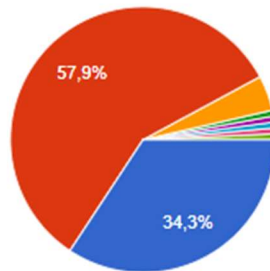
5. Ocupação Profissional e Anos de Experiência Profissional

Na sua ocupação profissional, 81 dos inquiridos encontravam-se empregado por conta de outrem, 48 referiram não ter ocupação profissional, seis referiram estar empregados por conta própria, e um referiu estar reformado. Para além destas opções, quatro inquiridos acrescentaram outra opção para o seu contexto, sendo estas: “Estudante”, “Trabalhador-estudante” (resposta dada por dois inquiridos) e “Estudante do Ensino Superior”.

7. Ocupação Profissional

140 respostas

 Copiar

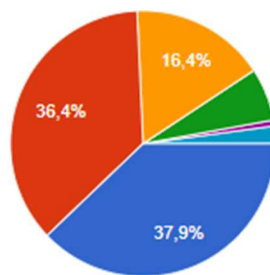


- Sem ocupação profissional
- Empregado/a por conta de outrem
- Empregado/a por conta própria
- Reformado/a
- Estudante
- Trabalhador-estudante
- Estudante de Ensino Superior
- Trabalhador estudante

8. Anos de Experiência Profissional

140 respostas

 Copiar



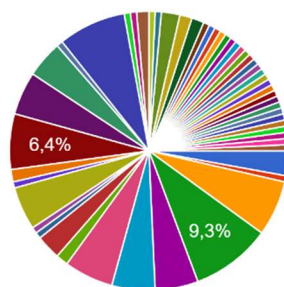
- Menos de 1 ano
- De 2 a 5 anos
- De 6 a 10 anos
- De 10 a 15 anos
- De 16 a 20 anos
- Mais de 20 anos

6. Área de Trabalho

Na área de trabalho, para além das 29 áreas especificadas, 39 inquiridos não se viram identificados nas opções disponibilizadas e acrescentaram outra opção para o seu caso.

9. Área de Trabalho

140 respostas



- Administração Pública e Defesa; Seg...
- Agricultura, produção animal, caça, flo...
- Alojamento, restauração e similares
- Atividades administrativas e dos servi...
- Atividades artísticas, de espectáculos,...
- Atividades de consultoria, científicas, t...
- Atividades de informação e de comuni...
- Atividades de saúde humana e apoio...

▲ 1/7 ▼

As respostas a esta secção permitiram perceber que apesar da delineação pormenorizada das opções, houve quem não estivesse incluído em algumas, principalmente na última questão que mesmo sendo extensa não incluída uma boa parte dos inquiridos.

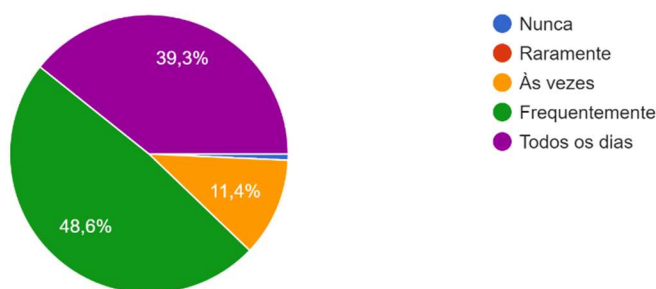
4.6.1.2 Frequência de uso/procura de *website*

As respostas às perguntas nesta secção apontam para a frequência com que o inquirido utiliza a internet para a procura de vários conteúdos, como produtos, serviços, *website* de auditoria, de entretenimento, governamentais, a redes sociais, ou outros que queiram especificar.

1. Com que frequência recorre à internet para procurar informações de produtos e/ou serviços?

Dos 140 inquiridos, 55 utilizam a internet todos os dias para procurar este tipo de informações. 68 fá-lo frequentemente, 16 às vezes e apenas 1 inquiridos afirma que nunca o faz.

1. Com que frequência recorre à internet para procurar informações de produtos e/ou serviços?
140 respostas



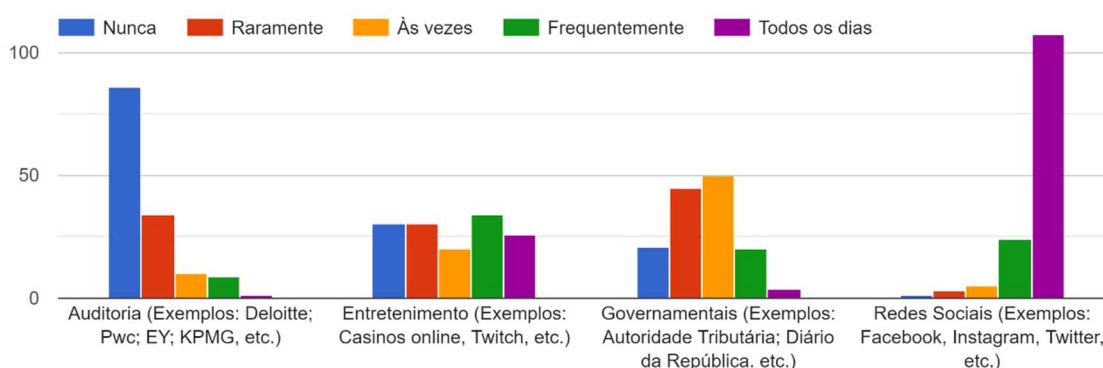
2. Com que frequência consulta os seguintes tipos de *website*?

- As opções, por ordem, eram “Nunca”, “Raramente”, “Às vezes”, “Frequentemente” e “Todos os dias”.

Nesta questão, dos quatro tipos de *website* consultados, evidenciam-se duas grandes barras. A primeira indica que 86 dos inquiridos nunca consultam *websites* de Auditoria (Exemplos: Deloitte; Pwc; EY; KPMG, etc.). Num lado completamente oposto, 107

afirmam que consultam dias Redes Sociais (Exemplos: Facebook, Instagram, Twitter, etc.) todos os dias. Os *websites* com níveis de frequência de consulta mais equilibrados são os de Entretenimento, seguidos dos Governamentais, apesar de apenas quatro inquiridos os consultarem todos os dias.

2. Com que frequência consulta os seguintes tipos de websites?

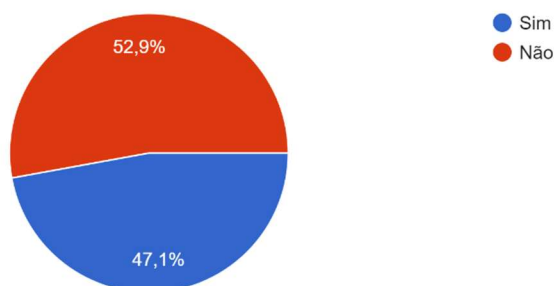


3. *Acede a outros website com alguma frequência?*

Quando questionados sobre se consultam outro tipo de *website* com alguma frequência, 66 inquiridos responderam afirmativamente e acrescentaram opções como *websites* de procura de emprego, dicionários, lojas online, jogos online, blogs, jornais, plataformas de *streaming*, etc.

3. *Acede a outros websites com alguma frequência?*

140 respostas



Com a análise desta secção, e apesar de haver sempre inquiridos indicar a opção “Nunca”, a grande maioria utiliza a Internet com alguma assiduidade, independentemente do motivo. Esta conclusão é importante pois alguém que procura informação com alguma assiduidade, para além de querer encontra-la facilmente, quer que esta informação seja perceptível.

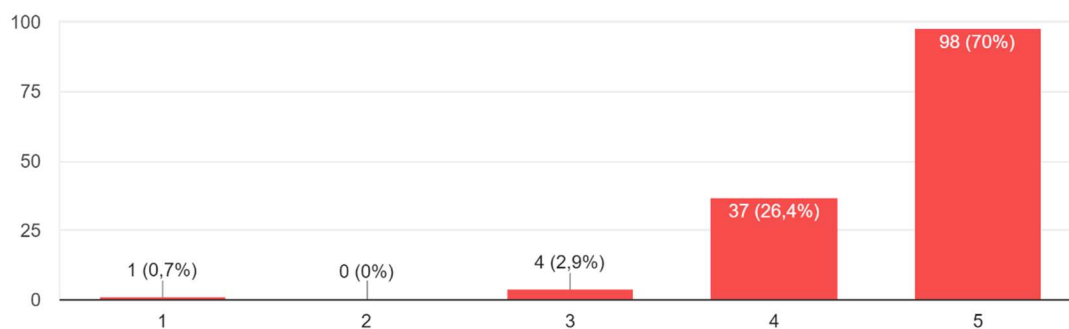
4.6.1.3 Importância do conteúdo visual e linguístico dos *websites*

Nesta secção os valores de 1 a 5 correspondem, por ordem, a: discordo totalmente, discordo parcialmente, não concordo nem discordo, concordo parcialmente e concordo totalmente.

1. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um *website* pode afetar positiva ou negativamente a credibilidade da empresa ou marca que o publica.

1. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website pode afetar positiva ou negativamente a credibilidade da empresa ou marca que o publica.

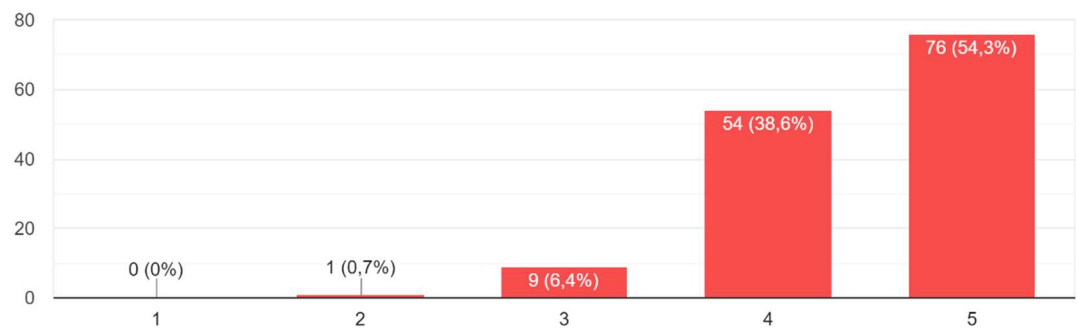
140 respostas



2. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um *website* influencia na decisão de aquisição de um bem ou serviço.

2. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website influencia na decisão de aquisição de um bem ou serviço.

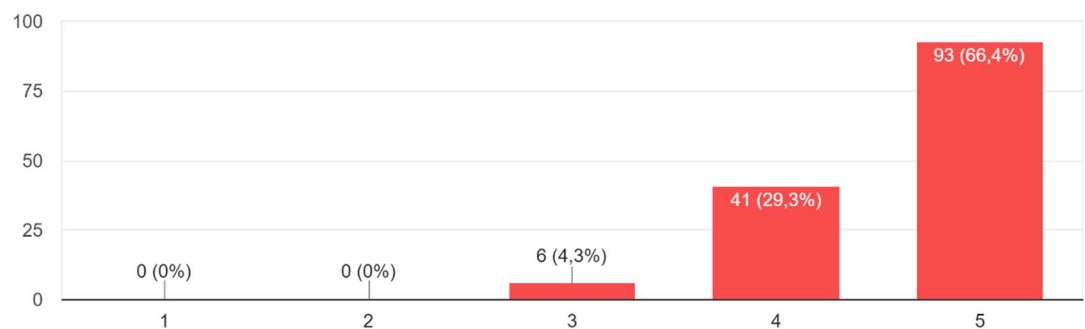
140 respostas



3. Um *website* cujo conteúdo linguístico apresente erros sintáticos e/ou ortográficos influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ou serviço e diminui a credibilidade na empresa ou marca que o publica

3. Um website cujo conteúdo linguístico apresente erros sintáticos e/ou ortográficos influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ...redibilidade na empresa ou marca que o publica.

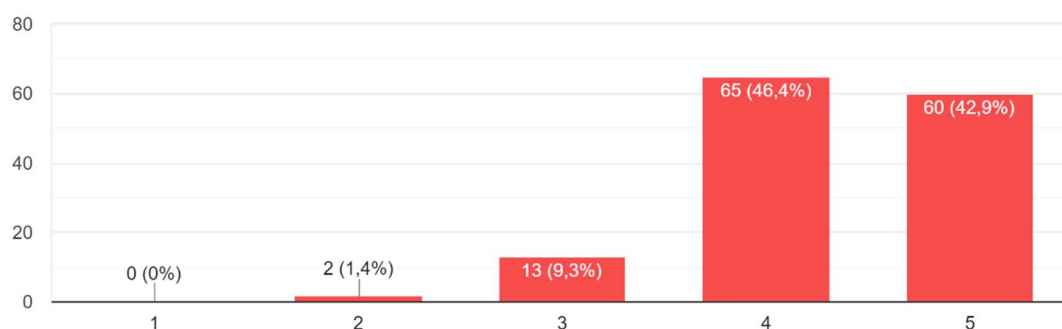
140 respostas



4. Um *website* cujo conteúdo visual seja pouco apelativo influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ou serviço e diminui a credibilidade na empresa ou marca que o publica.

4. Um website cujo conteúdo visual seja pouco apelativo influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ou serviço e diminui a credibilidade na empresa ou marca que o publica.

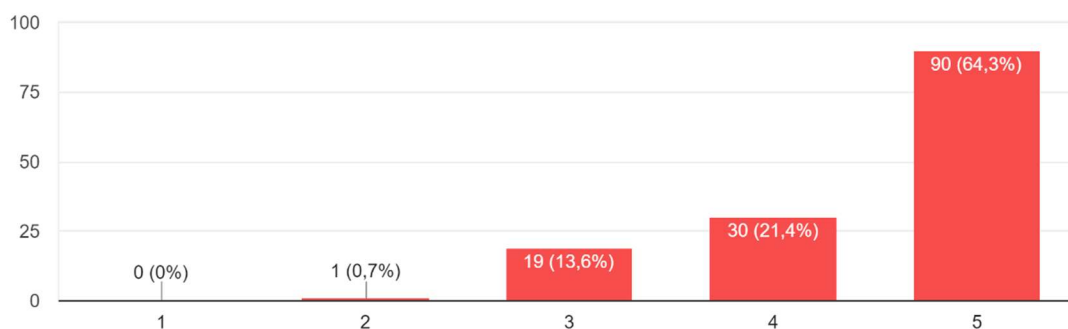
140 respostas



5. Um *website* cujo conteúdo linguístico possa ser consultado em várias línguas é mais apelativo e potencia a sua utilização recorrente por parte do utilizador.

5. Um website cujo conteúdo linguístico possa ser consultado em várias línguas é mais apelativo e potencia a sua utilização recorrente por parte do utilizador.

140 respostas



As respostas nesta secção fornecem dados que permitem concluir que os conteúdos visuais e linguísticos dos *websites* têm influência nas ações dos utilizadores.

4.6.1.4 *Website* mais agradável visualmente e linguisticamente

As questões desta secção tinham como objetivo tirar conclusões mais específicas acerca das preferências dos inquiridos no que toca ao processo de localização de um *website*. Em cada uma das duas primeiras questões foram utilizadas capturas de ecrã da página de serviços correspondes ao “antes” e ao “depois” do processo de localização dos menus de opções dessa página. Na última questão também é feita esta comparação entre o antes e o depois, mas de conteúdo textual com o propósito de complementar a secção anterior, ou seja, sabendo que o inquirido dá importância ao conteúdo visual e linguístico, o que é apelativo e o que não deve ser feito.

1. Qual das imagens apresenta uma melhor estruturação da informação?

Serviços



Figura 38– Imagem 1 – captura de ecrã da página de serviços localizada.

Serviços

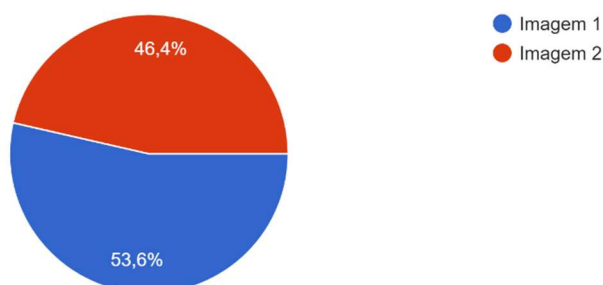


Figura 39- Imagem 2 – captura de ecrã da página de serviços original.

A figura 39 corresponde ao conteúdo localizado e a figura 40 corresponde ao conteúdo original. Foram efetuadas alterações na disposição de colunas, que passar a estar ordenadas alfabeticamente e com um menor número de caixas de texto por linha. Contudo, a imagem original continha menos uma caixa de texto, o que pode ter influenciado a escolha dos inquiridos, sendo que 65 (46,4%) preferiram o conteúdo original e 75 (53,6%) preferiram o conteúdo localizado.

1. Qual das imagens apresenta uma melhor estruturação da informação?

140 respostas



2. Qual das imagens apresenta a informação de forma simplificada?

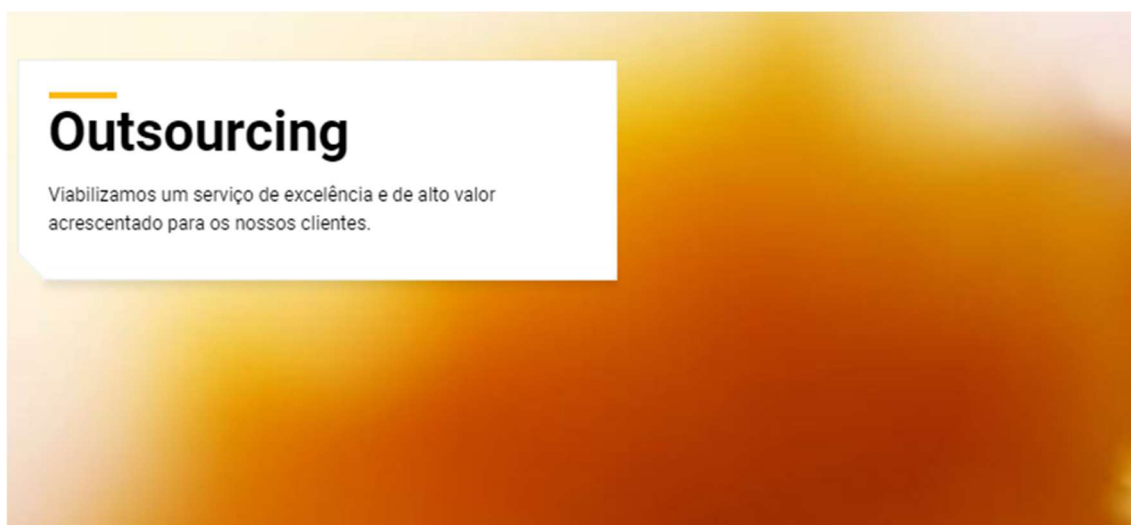


Figura 40 – Imagem 3 – captura de ecrã do texto descritivo do serviço “Outsourcing” localizado.

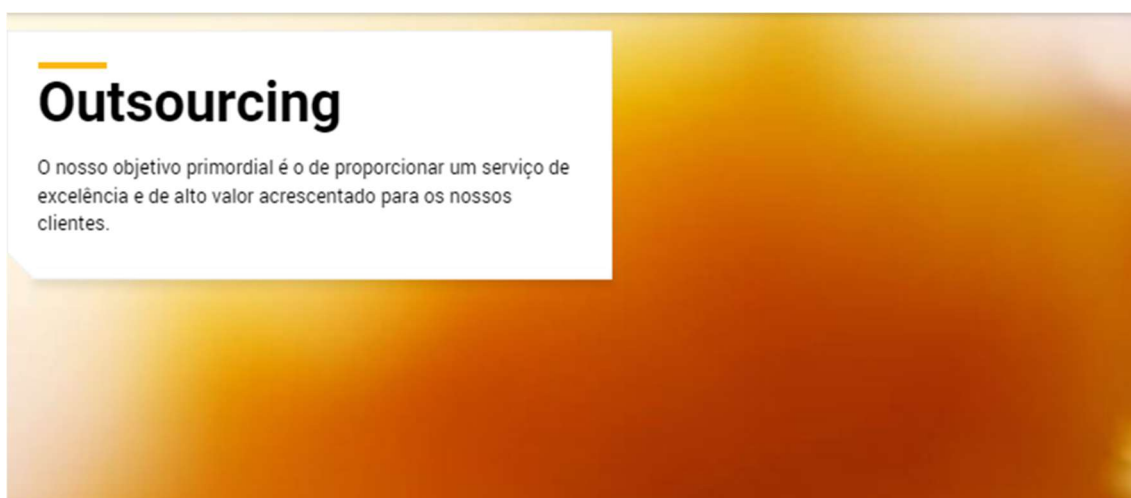
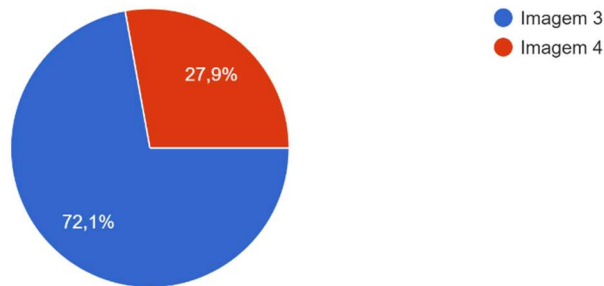


Figura 41 – Imagem 4 - captura de ecrã do texto descritivo do serviço “Outsourcing” original.

Nesta questão, 101 inquiridos indicaram a imagem que correspondia ao conteúdo localizado e 39 indicaram a imagem original. Nestas duas capturas de ecrã as diferenças passam pelo tamanho da caixa de texto e pelo conteúdo descritivo (texto).

2. Qual das imagens apresenta a informação de forma simplificada?

140 respostas

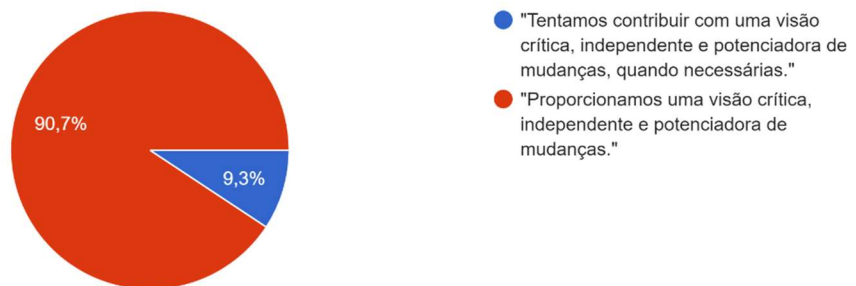


3. Na descrição de um serviço fornecido pela empresa X, qual das seguintes frases captaria mais rapidamente a sua confiança?

Na última questão da secção, os inquiridos tinham de optar pela frase que captasse mais rapidamente a sua confiança. 127 optaram pela opção que corresponde à frase alterada e 13 optaram pela frase original.

3. Na descrição de um serviço fornecido pela empresa X, qual das seguintes frases captaria mais rapidamente a sua confiança?

140 respostas



O objetivo era que o inquirido prestasse atenção unicamente ao texto, sem influências visuais, motivo pelo qual não houve auxílio de imagens. Isto é importante porque quando se faz publicidade ou marketing de um produto, é preciso ter em conta se a qualidade do serviço vai ao encontro do conteúdo textual utilizado para descrevê-lo e se esta

publicidade/marketing não contém informação enganosa, pois pode causar problemas legais à empresa.

4.7 Conclusões

Para este questionário não estava predefinido um perfil ideal para o inquirido, mas como a partilha deu-se maioritariamente nas redes sociais, era esperado que o inquirido fosse um utilizador regular da internet. De acordo com os dados expostos, para além da utilização da internet para aceder maioritariamente a redes sociais, uma grande parte dá importância à forma como os conteúdos são expostos nos *websites*, confiando mais naqueles que aparentam ter atenção a esses detalhes.

Por outro lado, foi tido em conta que poderia haver inquiridos que iam responder ao questionário sem dar muita importância às respostas, um dos motivos que levou à utilização de perguntas de escalas ordinais. É possível que o inquirido que na terceira secção optou pela resposta “Não concordo nem discordo” nas cinco perguntas seja um desses casos, ou que apenas não de muita relevância à importância da qualidade. Para além disso, este mesmo inquirido a par de outros dois, na última secção, escolheu sempre a opção oposta à que era esperada. Como o questionário foi realizado anonimamente, não foi possível apurar os motivos reais do inquirido, sendo assim tida em consideração como uma opinião verídica. Ao contrário deste, os outros dois inquiridos mencionados, mesmo optando pelas respostas não esperadas na última secção, não responderam abaixo do “concordo parcialmente” nas questões referentes à importância da qualidade de um *website*. Ambos indicaram que não concordam nem discordam com a primeira afirmação “A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website pode afetar positiva ou negativamente a credibilidade da empresa ou marca que o publica.”, sendo que concordam parcialmente com as três afirmações que seguem, e na última questão desta secção, na qual se questionava se “Um website cujo conteúdo linguístico possa ser consultado em várias línguas é mais apelativo e potencia a sua utilização recorrente por parte do utilizador.”, um dos inquiridos indicou que concorda totalmente e o outro indicou que não concorda nem discorda com essa afirmação.

Numa análise geral das respostas, é possível concluir que a qualidade visual e textual de um *website* é importante para garantir a confiança do utilizador, esteja este apenas à procura de informação ou a tentar adquirir produtos ou serviços.

CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS

5.1 Conclusões

O presente relatório é constituído não só pelo trabalho desenvolvido durante o estágio cna Crowe Portugal ao longo de quatro meses, mas também por todo o conhecimento adquirido ao longo do percurso académico que teve de ser aplicado diariamente de forma a ultrapassar várias dificuldades. Estas dificuldades resultam do facto de o conhecimento que tinha no início do estágio não ir ao encontro da área de trabalho e de estar constantemente a procurar definições terminológicas e traduções, o que atrasou vários trabalhos.

As pesquisas sobre a entidade de acolhimento (Capítulo II) e sobre o seu mercado e serviços (Capítulo III) funcionaram como óleo de motor e, a partir daí, por mais ou menos dificuldades que fossem encontradas, houve sempre a capacidade de encontrar soluções e respostas para continuar.

As capacidades de tradução foram colocadas à prova, mas tão importante como isso foi a capacidade de adaptação ao formato de trabalho híbrido, a novas ferramentas, e a uma equipa desconhecida, mas que posso descrever, no final, como altamente profissional e que gerou um ótimo ambiente de trabalho.

Tendo em conta as expetativas criadas a partir da entrevista inicial, é possível afirmar que a experiência em si não ficou aquém. O facto de ter conseguido estar a par e de trabalhar temas economicamente atuais, de ajudar no desenvolvimento da comunicação da firma e de participar em formações, *webinars* e *team buildings*, permitiram o desenvolvimento e melhoria de capacidades de trabalho, como a gestão de tempo e *stress*.

A análise do questionário permitiu perceber que o trabalho do tradutor é importante para que o produto produzido (produto final) seja de qualidade e que esteja de acordo com as expetativas do público-alvo.

Em suma, este estágio para além de permitir o desenvolvimento de conhecimento e capacidades de acordo com uma língua de especialidade, permitiu perceber a importância do papel do tradutor em várias áreas, com maior relevância na área da localização, e ainda na garantia de qualidade dos conteúdos que este tipo de firmas criam.

Apesar de não ser um conhecimento extensivo, pode ser um ponto de partida para um futuro nesta área da tradução.

5.2 Recomendações para trabalhos futuros

No futuro seria interessante analisar a gestão linguística das redes sociais das “big four” e o impacto que tem na satisfação dos diferentes utilizadores.

Tendo em conta o questionário desenvolvido para este trabalho, futuramente seria necessário desenvolver algo mais complexo e que num maior espaço de tempo permita a recolha de outro tipo de dados que demonstrem os motivos para os inquiridos darem menos ou mais importância à qualidade não só dos *website* que acedem, mas também referentes a outros trabalhos que um tradutor realize. Para além disso, poderia ser feito um questionário em formato entrevista com questões traçadas para entender o que é que o utilizador entende como qualidade, o porquê de influenciar a confiança em *website*, entre outros pontos.

Para além disso, poderia ter sido feita uma comparação entre a avaliação da qualidade de uma tradução/localização e da importância e da influência que o tradutor tem em diferentes áreas da tradução. Ou seja, perceber se a qualidade expectável de uma tradução diferencia, por exemplo, de uma localização e se há forma de avaliar, e de que forma o papel que o tradutor tem permite gerar qualidade. Esta comparação pode ser feita, por exemplo, entre um tradutor da área da literatura e um profissional da área da localização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Algeo, J. (2006). *In British or American English?: A Handbook of Word and Grammar Patterns* (Studies in English Language, pp. 1-8). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511607240.002;
- Davis, H. (2006). *Search engine optimization*". O'Reilly Media, Inc.
- Drugan, J. (2013). *Quality in professional translation: Assessment and improvement*. A&C Black;
- Esselink, Bert (2000). *A Practical Guide to Localization*. John Benjamins Publishing Company;
- Hvelplund, K. T. (2017). *Translators' Use of Digital Resources during Translation*. HERMES - Journal of Language and Communication in Business, (56), 71–87. <https://doi.org/10.7146/hjlc.v0i56.97205>;
- Hvelplund, Kristian Tangsgaard/Dragsted, Barbara (2017). *Genre familiarity and translation processing: differences and similarities between literary and LSP translators*. In Lacruz, Isabel/Jääskeläinen, Riitta (eds.), *Innovation and Expansion in Translation Process Research*;
- Kohl, John R. (2008.) *The Global English Style Guide: Writing Clear, Translatable Documentation for a Global Market*. Cary, NC: SAS Institute Inc.
- M. A. Jimenez-Crespo (2013). *Translation and Web Localization*, Routledge, England, UK. DOI: 10.4324/9780203520028-1;
- Magalhães, M., & Hill, H. (1998). *A CONSTRUÇÃO DE UM QUESTIONÁRIO*. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/469/4/DINAMIA_WP_1998-11.pdf;
- Micheaux, A.L (2011). *Managing E-Mail Advertising Frequency from the Consumer Perspective*. Journal of Advertising, 40(4) 45-66;
- Millward, C. M. (2010). Workbook to accompany “*a biography of the English language*” (3rd ed.). Boston, Mass: Thomson Wadsworth;
- Mossop, B. (2014). *Revising and Editing for Translators*. Oxfordshire; Nova Iorque: Routledge;
- N. Singh e A. Pereira (2005). *The Culturally Customized Web Site: Customizing Web Sites for the Global Marketplace*, Routledge, London, UK;

- Olvera-Lobo, M. D., Castro-Prieto, M. R., Quero-Gervilla, E., Muñoz-Martín, R., Muñoz-Raya, E., Murillo-Melero, M., ... & Domínguez-López, C. (2005). *Translator training and modern market demands*. *Perspectives: Studies in translatology*, 13(2), 132-142.
- Omar (2021). *An evaluation of the localization quality of the Arabic versions of learning management systems* *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, vol. 12, no. 2, pp. 443–449.
- Ørsted, J. (2001). *Quality and Efficiency: Incompatible Elements in Translation Practice?* *Meta*, 46(2), 438–447. <https://doi.org/10.7202/003766ar>
- Rittmayer, A. (2009). *Translation and Film: Slang, Dialects, Accents and Multiple Languages*. *Comparative Humanities Review*, 3. <https://digitalcommons.bucknell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1042&context=chr> ;
- Sakwe, G. M. (2015). *The Standard Profile of the 21st Century Translator and its Impact on Translator Training*. *International Journal of English Language & Translation Studies*. 3 (3), 86-104. Retrieved from <http://www.eltsjournal.org>;
- Sandrini, P. (2005, May). *Website localization and translation*. In EU-High-Level Scientific Conference Series MuTra (pp. 131-138). DOI: 10.5007/2175-7968.2009v2n24p255;
- Schewe, Theo (2001). *Multilingual Communication in the Global Network Economy* Eschenbach, J. & Theo Schewe (eds) *Über Grenzen gehen – Kommunikation zwischen Kulturen und Unternehmen* (Halden: Hogskolen i Ostfold). 195-209;
- Jenkins, S. (2008). *The Truth About Email Marketing*. Google Books. https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=0SIyOq9qu68C&oi=fnd&pg=PR7&dq=marketing+and+use+of+emails&ots=KIUiUNZ4Y4&sig=w47GJLEweHsLh8E96BF3dUGgR_g&redir_esc=y#v=onepage&q=marketing%20and%20use%20of%20emails&f=false
- Wang, W. Y. C., Pauleen, D. J., & Zhang, T. (2016). *How social media applications affect B2B communication and improve business performance in SMEs*. *Industrial Marketing Management*, 54, 4–14;

- Whyatt B., Olga Witzak & Ewa Tomczak (2021). *Information behaviour in bidirectional translators: focus on online resources* The Interpreter and Translator Trainer, 15:2, 154-171, DOI: 10.1080/1750399X.2020.1856023;
- Whyatt, B., & Kościuczuk, T. (2013). *Translation into a non-native language: The double life of the native-speakership axiom*. mTm Translation Journal, 5, 60-79;
- Williams, M. (2009). *Translation Quality Assessment Mutatis Mutandis*: Revista Latinoamericana de Traducción. 2;
- Zou, Y. (2015). *The Constitution of Translation Competence and Its Implications on Translator Education*. Atlantis Press. Proceedings of the 1st International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2015), 786793. <https://doi.org/10.2991/icadce-15.2015.191>;

Apêndice I – Questionário

P.PORTO

**INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO**

A Importância da Qualidade do Conteúdo dos Websites

O presente questionário é realizado como **estudo de caso** pertencente ao Relatório de Estágio para a obtenção de grau de Mestre em Tradução e Interpretação Especializadas pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP –P.Porto).

O objetivo deste estudo é aferir a opinião do utilizador sobre a qualidade dos websites, tendo em conta a sua estrutura geral e a qualidade da informação escrita.

O questionário divide-se em quatro secções de questões e tem uma duração 5 minutos. A informação recolhida será exclusivamente utilizada para fins académicos. O questionário é **anónimo e confidencial**.

As suas respostas são importantes para este trabalho, pelo que agradeço desde já a colaboração e ajuda.

Para mais informações ou qualquer questão relacionada com este estudo, poderá contactar o autor através de correio eletrónico para: 2181156@iscap.ipp.pt

Inicie sessão no [Google](#) para guardar o seu progresso. [Saiba mais](#)

Seguinte



Página 1 de 6

Limpar formulário

Secção I - Informação Sociodemográficas

As questões que se seguem pretendem recolher alguns dados sociodemográficos.

1. Nacionalidade *

- Portuguesa
- Brasileira
- Inglesa
- Outra: _____

2. Língua Nativa *

Definição: Língua que melhor fala, escreve e percebe.

- Português de Portugal
- Português do Brasil
- Português (outra variante)
- Inglês (qualquer variante)
- Outra: _____

3. Segunda Língua *

Definição: Língua estrangeira que melhor fala, escreve e percebe.

Nota: Escolha a opção independentemente da variante.

- Português
- Inglês
- Francês
- Espanhol
- Alemão
- Não tenho

4. Sexo *

- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

5. Idade *

- Menos de 25 anos
- Entre 26 e 35 anos
- Entre 36 e 45 anos
- Entre 46 e 55 anos
- Mais de 55 anos

6. Habilitações Académicas *

Maior grau de qualificação obtido

- 4.º ano (ou equivalente)
- 9.º ano (ou equivalente)
- 12.º ano (ou equivalente)
- Curso Profissional
- Licenciatura (ou equivalente)
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutoramento

7. Ocupação Profissional *

Nota: Caso tenha mais que uma ocupação, escolha a que corresponde à fonte de rendimento principal.

- Sem ocupação profissional
- Empregado/a por conta de outrem
- Empregado/a por conta própria
- Reformado/a
- Outra: _____

8. Anos de Experiência Profissional *

- Menos de 1 ano
- De 2 a 5 anos
- De 6 a 10 anos
- De 10 a 15 anos
- De 16 a 20 anos
- Mais de 20 anos


9. Área de Trabalho *

- Administração Pública e Defesa; Segurança Social Obrigatória
- Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca
- Alojamento, restauração e similares
- Atividades administrativas e dos serviços de apoio
- Atividades artísticas, de espectáculos, desportivas e recreativas
- Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares
- Atividades de informação e de comunicação
- Atividades de saúde humana e apoio social

- Atividades financeiras e de seguros
- Electricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio
- Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento gestão de resíduos e despoluição
- Construção
- Educação
- Indústrias Extractivas
- Infraestruturas e Construção
- Indústrias Transformadoras
- Informática & Software
- Meios de Comunicação
- Petróleo, Gás, Energia e Água
- Saúde
- Seguros
- Serviços de Internet
- Serviços Profissionais
- Telecomunicações
- Transporte de Mercadorias e Logística
- Transporte de Passageiros
- Transportes e armazenagem
- Outra: _____

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

 Página 2 de 6

[Limpar
formulário](#)

Secção II - A utilização e a usabilidade de websites como fonte de informação

Esta secção pretende reunir informação sobre a procura de informações online, nomeadamente no que respeita à relação entre o utilizador e o conteúdo.

Nesta secção existem três questões de escolha múltipla e uma de resposta curta.

1. Com que frequência recorre à internet para procurar informações de produtos e/ou serviços? *

- Nunca
- Raramente
- Às vezes
- Frequentemente
- Todos os dias

2. Com que frequência consulta os seguintes tipos de websites? *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Todos os dias
Auditoria (Exemplos: Deloitte; Pwc; EY; KPMG, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entretenimento (Exemplos: Casinos online, Twitch, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Governamentais (Exemplos: Autoridade Tributária; Diário da República. etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes Sociais (Exemplos: Facebook, Instagram, Twitter, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Acede a outros websites com alguma frequência? *

Sim

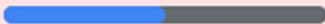
Não

3.1 Se **sim**, quais?

A sua resposta

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

 Página 3 de 6

[Limpar
formulário](#)

Secção III - Apresentação visual e conteúdo linguístico dos websites

Esta secção pretende aferir se a qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website (incluindo a estruturação da informação, bem como a sintaxe e a ortografia dos textos) influencia a confiança na empresa ou na marca que o publica.

Numa escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a discordo totalmente e 5 corresponde a concordo totalmente, indique o seu grau de concordância em relação às seguintes afirmações:

1. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website pode afetar positiva ou negativamente a credibilidade da empresa ou marca que o publica. *

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo totalmente

2. A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website influencia na decisão de aquisição de um bem ou serviço. *

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo totalmente

3. Um website cujo conteúdo linguístico apresente erros sintáticos e/ou ortográficos influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ou serviço e diminui a credibilidade na empresa ou marca que o publica. *

1 2 3 4 5

Discordo totalmente Concordo totalmente

4. Um website cujo conteúdo visual seja pouco apelativo influencia negativamente na decisão de aquisição de um bem ou serviço e diminui a credibilidade na empresa ou marca que o publica. *


1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

5. Um website cujo conteúdo linguístico possa ser consultado em várias línguas é mais apelativo e potencia a sua utilização recorrente por parte do utilizador. *

1 2 3 4 5
Discordo totalmente Concordo totalmente

[Anterior](#)

[Seguinte](#)

 Página 4 de 6

[Limpar
formulário](#)

Secção IV - A qualidade dos conteúdos visual e linguístico de um website

Esta secção pretende aferir o grau de importância da qualidade e da arquitetura da informação de um website. Seguem-se três questões de escolha múltipla entre dois itens comparáveis. Nas questões 1 e 2 são apresentadas duas imagens que pode abrir nas ligações a baixo. Na questão 3 são apresentados dois excertos de texto. Escolha a opção que mais lhe agrada.

Observe atentamente as imagens 1 e 2 e responda à questão n.º 1 tendo em conta o conteúdo visual:

[Imagem 1](#) vs [Imagem 2](#)

1. Qual das imagens apresenta uma melhor estruturação da informação? *

Imagem 1

Imagem 2

Observe atentamente as imagens 3 e 4 e responda à questão n.º 2 tendo em conta o conteúdo textual:

[Imagem 3](#) vs [Imagem 4](#)

2. Qual das imagens apresenta a informação de forma simplificada? *

Imagem 3

Imagem 4

3. Na descrição de um serviço fornecido pela empresa X, qual das seguintes frases captaria mais rapidamente a sua confiança? *

- "Tentamos contribuir com uma visão crítica, independente e potenciadora de mudanças, quando necessárias."
- "Proporcionamos uma visão crítica, independente e potenciadora de mudanças."

Anterior

Seguinte

Página 5 de 6

Limpar
formulário

Apêndice II – Glossário – Folha 1: Terminologia de serviços

english	definition	source	português	definição	fonte
accounting	recording and reporting of financial transactions, including the origination of the transaction, its recognition, processing, and summarization in the financial statements	Accounting Terminology Guide - Over 1,000 Accounting and Finance Terms. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em Nysscpa.org. https://www.nysscpa.org/professional-resources/accounting-terminology-guide	contabilidade	processo de registo, classificação e resumo de transações financeiras de forma a fornecer informação útil na tomada de decisões empresariais.	MacroConsulting.). O que é contabilidade? - Definição, Origem e Objetivos. MacroConsulting. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://macroconsulting.pt/o-que-e-contabilidade/

advisory	service that aims to give suggestions and help to people or organizations, especially about a particular subject or area of activity.	Team, T. What is Business Advisory? Cipaa.com.au; Cornell Irving Partners. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.cipaa.com.au/blog-posts/what-is-business-advisory	consultoria	aconselhamento especializado sobre determinada matéria (financeira, jurídica, etc.)	Porto Editora – consultoria no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora. [consult. 2023-12-19 17:29:36]. Disponível em https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/consultoria
audit	professional examination of a company's financial statement by a professional accountant or group to determine that the statement has been presented fairly and prepared using generally accepted accounting	Accounting Terminology Guide - Over 1,000 Accounting and Finance Terms. Nysscpa.org. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em	auditoria	avaliação independente das demonstrações financeiras para fornecer uma opinião sobre sua precisão e imparcialidade.	O que é auditoria financeira e qual sua importância para uma empres. Welinkaccountants.pt. [Acedido pela última vez a 12-

	principles (gaap).	https://www.nysscpa.org/professional-resources/accounting-terminology-guide			19-2023] em https://www.welinkaccountants.pt/blog/auditoria-financeira-contabilidade
behavioral consultancy	indirect problem-solving services provided to an individual or organization by a specialized consultant utilizing behavior theory	Behavior Consultant Definition Law Insider. (2013). Law Insider; Law Insider. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.lawinsider.com/dictionary/behavior-consultant	consultoria comportamental	Avaliar, Diagnosticar e Intervir nas forças e vulnerabilidades da sua empresa com a integração de programas sustentados cientificamente e à medida Realizar consultorias comportamentais e atividades de coaching (Performance, Executive e Personal)	Consultoria em Gestão Comportamental e Gestão de Recursos Humanos - Isabel Portugal. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://isabelportugal.com/consultoria-em-gestao-comportamental-e-gestao-de-recursos-humanos/

corporate finance	designates the activity and the department within an entity providing advisory services to clients in relation with the sale, purchase and merger of companies, but also their listing and overall financial strategy	Corporate Finance Definition and Activities. Investopedia. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.investopedia.com/terms/c/corporate-finance.asp	financiamento das empresas	processo de angariação de capital para poder, futuramente, investir	Estrutura de financiamento das empresas Banco de Portugal. (2019). Bportugal.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.bportugal.pt/paper/estrutura-de-financiamento-das-empresas
cybersecurity	practice of protecting critical systems and sensitive information from digital attacks	What is Cybersecurity? IBM. (2020). ibm.com. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.ibm.com/id-en/topics/cybersecurity	cibersegurança	prática de proteger informações digitais, dispositivos e recursos.	O que é a cibersegurança? - Suporte da Microsoft. (2023). Microsoft.com. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em

					https://support.microsoft.com/pt-pt/topic/o-que-%C3%A9-a-ciberseguran%C3%A7a-8b6efd59-41ff-4743-87c8-0850a352a390
due diligence	investigation, audit, or review performed to confirm facts or details of a matter under consideration. In the financial world, due diligence requires an examination of financial records before entering into a proposed transaction with another party.	Due Diligence. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em Investopedia. https://www.investopedia.com/terms/d/duediligence.asp	dever de diligência	análise exaustiva da situação económica, financeira, contabilística e jurídica de uma empresa, bem como do seu potencial de desenvolvimento, por parte de uma entidade independente, antes de se proceder a determinada transação (fusão, aquisição, etc.).	Dever de diligência explicada. Mercado Interno, Indústria, Empreendedorismo E PME. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/raw-materials/due-

					diligence - ready/du e- diligence - explaine d_pt
enterprise risk management	methodology that looks at risk management strategically from the perspective of the entire firm or organization	risk, E. Enterprise risk management Crowe LLP. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/services/consulting/enterprise-risk-management	Gestão de Riscos Corporativos	análise e aplicação de medidas que diminuem o risco que uma empresa pode correr	PricewaterhouseCoopers. (2016). Gestão de riscos corporativos Cursos Portfólios Formação PwC Portugal. PwC. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.pwc.pt/pt/formacao/portefolios/curso-cg/lisboa/gestao-de-riscos-corporativos.html
financial advisory	set of services such as mergers and acquisitions, valuations, financial due	Financial Advisory Deloitte Portugal Global	consultoria financeira	conjunto de serviços como fusões e aquisições, avaliações,	Consultoria Financeira BDO Portugal.

	diligence, and restructuring	financial advisory, services, reports, and insights. (2022). Deloitte Portugal. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www2.deloitte.com/pt/en/services/financial-advisory.html		auditoria financeira e reestruturação.	(2022). Wwww.bdo.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.bdo.pt/pt-pt/servicos/advisory/consultoria-financieira
financial analysis	use of economic and accounting information to discover a company's real situation.	Financial planning and analysis FP&A software Crowe LLP. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/services/consulting/financial-planning-analysis-software	análise financeira	observação da informação financeira e contabilística da empresa de forma a perceber a sua saúde financeira	Seara.com, & Seara.com. (2018). APOTEC -- Análise Financeira. Apotec.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.apotec.pt/formacao/analise-

					financeira/
it consulting	advise clients on technology-related matters, including system implementation, cybersecurity, and digital transformation.	Definition of IT Consulting - Gartner Information Technology Glossary. (2021). Gartner. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/it-consulting	consultoria de ti	aconselhamento de clientes em assuntos relacionados à tecnologia, incluindo implementação de sistemas, cibersegurança e transformação digital.	Empresa de Consultoria de TI - Especializada em Outsourcing. (2020, September). Fyld. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.fyld.pt/
outsourcing	business practice of hiring a party outside a company to perform services or create goods that were traditionally performed in-house by the company's own employees and staff	de, S. (2023). Serviços de Outsourcing Crowe Portugal. Crowe. https://www.crowe.com/pt/servicos/outsourcing	terceirização; <i>outsourcing</i>	Contratação, feita por uma empresa, de serviços secundários relativamente à atividade principal da empresa	Pricewaterhouse Coopers. (2018). Sourcing de TI Tecnologia Consulting Advisory Serviços PwC Portugal. PwC. https://www.pw

					c.pt/pt/servicos/advisory/consulting/technology/sourcing-ti.html
risk consulting	assessing and managing risks faced by organizations and providing strategies to mitigate them	Risk. Risk Consulting Crowe UK. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/uk/services/advisory/risk-consulting	consultoria de risco	avaliação e gestão de riscos que as empresas podem enfrentar fornecendo estratégias para mitigá-los	Serviços de Consultoria de Risco. (2022). Ey.com. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.ey.com/pt-pt/consulting/risk-consulting-services
tax advisory	providing guidance and advice to clients on various tax-related matters	Dorland, A. What is tax advisory? Tax & Accounting Blog Posts by Thomson Reuters. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://tax.thomsonr	assessoria fiscal	orientação e aconselhamento de clientes sobre diversas questões relacionadas com impostos	Tax Advisory // Assessoria Fiscal - BBS. (2018). BBS . [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://bbs.pt/services/tax

		euters.com/blog/what-is-tax-advisory/			- advisory-assessoria-fiscal/
--	--	---------------------------------------	--	--	-------------------------------

Apêndice III – Glossário – Folha 2: “Terminologia económica”

english	definition	Source	português	Definição	fonte
acquisitions	when one company purchases most or all of another company's shares to gain control of that company and may occur with the target company's approval, or in spite of its disapproval	New Era Merger & Acquisition Strategies. (2023, March 31). Deloitte ; Deloitte. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.deloitte.com/global/en/issues/resilience/gx-charting-new-horizons.html	aquisição	processo em que uma empresa assume outra empresa e se estabelece como novo proprietário, fazendo com que a segunda deixe de existir.	Teoria, D., Bernardo, P., Fernandes, M., & Ferreira, M. (n.d.). Processo de Fusões e Aquisições. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/34997/1/202749118.pdf
chief executive officer	officer of a firm principally responsible for	Baer, M. (2021). Mark	diretor executivo	responsável pela implementação das decisões	ProZ.com Translati

	the activities of a company	Baer Chief Executive Officer Crowe LLP. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/about-us/our-people/mark-baer		estratégicas do conselho de administração (ou órgão equivalente) de uma organização	on Services. (2020). Translation services, translation jobs, and freelance translators. Prozo.com. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.prozo.com/kudoz/english-to-portuguese/business-commerce-general/727330-chairman-president-and-ceo.html
corporate governance	corporate governance attempts to regulate the decision-making power of executives to	We. (2021). We Need To Talk About Growth	governança da empresa	sistema de regras, práticas e processos pelos quais uma empresa é dirigida e controlada. A	iate. (2023). Europa.eu. [Acedido pela última

	ensure that they do not serve their own vested interests to the detriment mainly of shareholders, but also of creditors, employees and the company in general.	Metrics - What Does Success Mean? Crowe Global. Crowe. https://www.proudoz.com/kudoz/english-to-portuguese/business-commerce-general/727330-chairman-president-and-ceo.htm%20 https://www.crowe.com/global/insights/why-we-need-to-talk-about-growth-metrics--what-does-success-mean		governança empresarial envolve essencialmente o equilíbrio dos interesses dos muitos intervenientes de uma empresa, tais como accionistas, executivos de alta gestão, clientes, fornecedores, financiadores, governo e comunidade.	vez a 12-19-2023] em https://iate.europa.eu/entry/result/895838/all
equity	value of your company after deducting your liabilities from your assets	Crowe. (2023). Corporate Finance Crowe	capital próprio	proveito residual nos ativos de uma entidade após abatimento de	Capital Próprio Glossário CRN-Contabilidade.

		Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/en-us/services/advisory/corporate_finance		todos os seus passivos	(2019). Crncontabilidade.pt; [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crncontabilidade.pt/glossario/capital-proprio
financial reporting	process of producing financial statements that disclose an organization's financial status to stakeholders, including management, investors, creditors and regulatory agencies.	Crowe. (2017). Crowe Horwath Reporting Insights — 2017 — Issue 1 Crowe Global. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/global/insights/crowe-horwath-reporting-insights--	relato financeiro	conjunto de processos que visa a produção de um relatório financeiro da empresa para acionistas, bancos e restantes stakeholders.	Pereira, J. (n.d.). Relatório de Estágio do Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade de Empresarial Visabeira -PRO-Gestão de Serviços Partilhados, SA Relatório Financeiro Visão Atual e Futura. https://comum.rcaap.pt/bi

		-2017--- issue-1			tstream/ 10400.2 6/14562 /1/Jessic a_Pereir a.pdf
general agreed accounting principles (gaap)	accounting roles in a specific country	Crowe. (2017). Crowe Horwath Reportin g Insights — 2017 — Issue 4 Crowe Global. Crowe. [Acedido pela última vez a 12- 19-2023] em https:// www.cro we.com/ global/in sights/cr owe- horwath - reportin g- insights-- -2017--- issue-4	Princípios Contabilísticos	conjunto de regras básicas a que deve obedecer a sua contabilidade, sendo essas regras conhecidas por princípios contabilísticos. O objetivo fundamental destes é zelar pela obtenção através da contabilidade da correta e exata imagem da situação das empresas, designadamente no que concerne ao seu património num determinado momento e aos seus fluxos económicos e monetários num determinado período de tempo.	Infopédi a. princípio s contabilí sticos - Infopédi a. Infopedi a.pt - Porto Editora. https:// www.inf opedia.p t/apoio/ artigos/\$ princípio s- contabili sticos
general data protection regulation (gdpr)	european union regulation about a set of privacy and security laws.	Risk. (2023). Risk Crowe Portugal. Crowe. https:// www.cro we.com/	regulamento geral de proteção de dados (rgpd)	regulamento do direito europeu sobre privacidade e proteção de dados pessoais, aplicável a todos os indivíduos na União Europeia	Secretari a-Geral da Presidên cia do Conselh o de Ministro s.

		pt/en-us/services/risk		e Espaço Económico Europeu que foi criado em 2018	(2016). Pcm.gov.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.sg.pcm.gov.pt/sobre-nos/regulamento-geral-de-prote%C3%A7%C3%A3o-dados.aspx
gross domestic product (gdp)	total market value of all final goods and services produces within the country in a given period of time (usually a calendar year).	Pacific, A. (2017). Crowe Horwath grows 13% across Asia Pacific region to reclaim 6th Crowe Global. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com	produto interno bruto (pib)	conjunto de todos os bens e serviços, que geram valor por parte de empresas nacionais, ou estrangeiras, num determinado país	da, C. (2020, January 9). O que é o PIB? Doutor Finanças - Cuidamos Da Sua Saúde Financeira. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.doutorfinancas.pt/iteracia-

		we.com/global/news/crowe-horwath-grows-13-percent-across-asia-pacific-region-to-reclaim-6th-position			financeira/o-que-e-o-pib-e-como-calcular/ /
key performance indicator (kpi)	indicators that help measure the value drivers of the company. Can be either operating or strategic measures, for example in: pharmaceutical companies: R&D pipeline; - packaged food division: Market share; -retailers: number of stores opened in a given year or number of new product categories introduced.	Crowe. (2023). Outsourcing Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/en-us/services/outsourcing	Indicador-chave de desempenho	medidas ou números utilizados para medir o desenvolvimento de uma empresa	O que são KPIs e que tipos de KPIs existem? (2023, January 30). APD Portugal. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.apd.pt/o-que-sao-kpis-e-que-tipos-de-kpis-existem/
leverage	investment strategy of using borrowed money—specifically, the	Do You Still Have Leverage in the	alavancagem	estratégia de investimento com recurso a capitais próprios e alheios para	Comunicado do Banco de Portugal

	use of various financial instruments or borrowed capital—to increase the potential return of an investment	Job Market? Depends on Your Industry. Investopedia. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.investopedia.com/do-you-still-have-leverage-in-the-job-market-depends-on-your-industry-7963738 (potencialmente ampliar os ganhos.	sobre o Relatório de Estabilidade Financeira de dezembro de 2017 Banco de Portugal. (2017). Bportugal.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.bportugal.pt/comunicado/comunicado-do-banco-de-portugal-sobre-o-relatorio-de-estabilidade-financeira-de-3
leveraged buy-out (LBO)	acquisition of a controlling interest in a company in a transaction financed by the issuance of debt instruments by	Financial Times. (2015). @FinancialTimes. [Acedido pela última	leveraged buy-out (LBO)	técnica de aquisição de sociedades, ou de uma participação de controlo , cujo traço principal reside na	Bernardo, S. (2019). O leveraged buyout e o princípio

	the acquired entity.	vez a 12-19-2023] em https://www.ft.com/content/78f60830-57a2-4671-b3dd-d3c3fed8c24f		transferência do custo da aquisição para a própria sociedade adquirida, que fica responsável pela liquidação da dívida contraída pelo terceiro investidor	da proibição de assistência financeira. Repositório.ucp.pt. http://hdl.handle.net/10400.14/28648
liability	something a person or company owes, usually a sum of money. Liabilities are settled over time through the transfer of economic benefits including money, goods, or services.	The, R. (2021). Supply-Chain Revolution: The Need For Visibility And Sustainability Crowe Global. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/global/insights/the-need-for-visibility-and-sustainability	passivo	obrigação presente de uma empresa, proveniente de acontecimentos passados, cuja liquidação se espera que resulte num exfluxo de recursos da empresa que incorporam benefícios económicos.	Europa.eu. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/HTML/?uri=CELEX:02008R1126-20201013

listing	listing is the process and rules to be complied with if a security is to be traded on an exchange	Jolly, J. (2023, August 22). UK chip designer Arm starts US listing process after snubbing London. The Guardian ; The Guardian . [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.theguardian.com/business/2023/aug/22/uk-chip-designer-arm-us-listing-nasdaq-ipo	admissão à cotação	um título é admitido à cotação quando passa a poder ser transaccionado numa bolsa de valores, em conformidade com as regras desta, onde lhe é atribuída uma cotação de valor que varia em função da procura e a oferta de mercado	(2023). DIF Broker; DIF Broker. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.difbroker.com/pt/glossario/
management buy-in (MBI)	a corporate action in which an outside manager or management team purchases a controlling ownership stake in an outside company and	Management Buy-In: Everything to Know About MBI. Investopedia.	aquisição por entidade exterior	Compra de uma empresa por administradores e quadros vindos de fora da empresa.	AdC - Pesquisa AdC. (2023). Concorrença.pt. [Acedido pela última vez a 12-

	replaces its existing management team	[Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.investopedia.com/terms/m/mbi.asp			19-2023] em https://extranet.concorrenca.pt/pesquisAdC/CCENT.aspx?Ref=CCENT_2007_55&isEnglish=False;%20https://www.hmbo.pt/management-buy-out-mbo-vs-management-buy-in-mbi/
management buy-out (MBO)	financial transaction where someone from corporate management or the team purchases the business from the owner(s)	What Is Management Buyout (MBO)? Definition, Reasons, and Example. Investopedia. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.investopedia.com/terms/m/mbi.asp	aquisição pelos próprios quadros	ocorrem quando um gestor ou equipa de gestão de uma empresa adquire parte ou mesmo a totalidade do capital da empresa aos atuais sócios	AdC - Pesquisa dC. Concorrenca.pt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://extranet.concorrenca.pt/pesquisAdC/CCENT.aspx?Ref=CCENT_2007_55&isEnglish=False;%20https://www.hmbo.pt/management-buy-out-mbo-vs-management-buy-in-mbi/

		rms/m/ mbo.asp			s://www .hmbo.pt /manage ment- buy-out- mbo-vs- manage ment- buy-in- mbi/
merger	combining two or more companies, generally by offering the shareholders of one company securities of the other company in exchange for the surrender of their shares.	Cowe. (2023). Corporate Finance Cowe Portugal Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/en-us/corporate-finance	fusão	operação pela qual uma ou várias sociedades, por meio de uma dissolução sem liquidação, transferem para outra ou para sociedade por elas a constituir, todo o seu património ativo e passivo, mediante a atribuição aos acionistas da ou das sociedades incorporadas de ações da sociedade incorporante	Isabel, H., Soares, S., & Fusões. (n.d.). INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO POLITÉCNICO DO PORTO MESTRADO DE CONTABILIDADE E FINANÇAS. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://reecipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/15121/1/H

					elena_Soares_MC F_2019%20%280000003%29.pdf
mergers and acquisitions (M&A)	consolidation of companies or their major business assets through financial transactions between companies. A company may purchase and absorb another company outright, merge with it to create a new company, acquire some or all of its major assets, make a tender offer for its stock, or stage a hostile takeover	Cowe. (2023). Corporate Finance Cowe Portugal Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/en-us/corporate-finance#anchor	Fusões e Aquisições (F&A)	consolidação de empresas ou ativos através de vários tipos de transações financeiras	Teoria, D., Bernardo, P., Fernandes, M., & Ferreira, M. (n.d.). Processo de Fusões e Aquisições. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/34997/1/202749118.pdf
purchase price allocation	process of assigning a fair value to all the assets and liabilities associated with an acquired company, also known as the target	Biedron, R. (2021, November 10). Purchase Price Allocation (PPA): Definition and Example	alocação do preço de compra	processo de determinação de um valor justo para todos os ativos e passivos associados a uma empresa adquirida.	Eduardo. (2018, February 20). Purchase Price Allocation (PPA): implicações contabilí

		<p>s Planergy Software</p> <p>· Planergy Software</p> <p>· [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://planergy.com/blog/purchase-price-allocation/</p>			<p>sticas nos processos de M&A. Gesvalt. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://gesvalt.pt/blog/purchase-price-allocation-ppa-implicacoes-contabilisticas-nos-processos-de-ma/</p>
security	fungible, negotiable financial instrument that holds some type of monetary value	<p>What are Financial Securities? Examples, Types, Regulation, and Importance. Investopedia. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://</p>	garantia	título	<p>ProZ.com Translation Services. (2020). Security inglês para português Finanças (geral). ProZ.com Freelance Translators and</p>

		www.investopedia.com/terms/s/security.asp			Interpreters. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.proz.com/kudoz/english-to-portuguese/finance-general/2133808-security.html?set_site_language=por
squeeze-out	forced sale of stock owned by minority shareholders in a joint-stock company, usually in the context of an acquisition.	EDF. (2023, June 8). Implementation of the squeeze-out procedure in respect of the equities of EDF. Yahoo Finance; Yahoo Finance. [Acedido pela última vez a 12-	aquisição Potestativa	processo pelo qual os accionistas maioritários, em determinadas circunstâncias e segundo regras definidas, impõem aos accionistas minoritários a cessão dos seus títulos. Em Portugal este processo está regulado pelo Código das Sociedades Comerciais (art. 490º) e pelo Código dos Valores Mobiliários	de, R. (2014). Revista de Direito Comercial. Revista de Direito Comercial. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.revistadireitocomercial.co

		19-2023] em https://finance.yahoo.com/news/implementation-squeeze-procedure-respect-equity-170600113.html?guccounter=1		(artigos 194º e 195º).	m/aquisiçao-estativa-versus-alienaçao-estativa
tax year	arrangement in which allowable tax deductions or exclusions result in the deferral of tax on income that would otherwise be payable currently.	Tax Years Internal Revenue Service. (2017). Irs.gov. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.irs.gov/businesses/small-businesses-self-employed/tax-years	ano fiscal	período de tempo onde se faz a demonstração de resultados contabilísticos de uma empresa. O ano fiscal pode ou não coincidir com o ano civil (365 dias) ou com um ano comercial (360 dias)	Economias. (2016, October 4). Ano fiscal: o que é e quando é? Economias; Economias. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.economias.pt/ano-fiscal/
transfer pricing	price charged by individual entities in a multi-entity corporation on	Crowe. (2021). Review of transfer	preços de transferência	preços praticados na compra e venda de produtos e serviços entre	Lúcia, V., & Soares De Almeida, S.

	transactions among themselves; also termed transfercos	pricing regulation Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/en-us/news/revisao-da-regulamentacao-dos-precos-de-transferencia		empresas relacionadas	(n.d.). Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro. Retrieved September 1, 2023, from https://ria.ua.pt/bitstream/10773/8876/1/6264.pdf
--	--	---	--	-----------------------	--

Apêndice IV – Glossário- Folha 3: “Outra terminologia”

english	definition	source	portuguese	definição	fonte
absenteeism	absenteeism refers to the habitual non-presence of an employee at their job. Habitual non-presence extends beyond what is deemed to be within an acceptable realm of days away from the office for	silicon. (2023, May 4). How this CEO is helping companies support the wellbeing of employees. Silicon	absentismo	hábito de estar ausente	no, A. (2021). Absentismo no trabalho Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://

	legitimate causes such as scheduled vacations, occasional illness, and family emergencies.	Republic ; Silicon Republic . [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.siliconrepublic.com/business/karac-connectthorbjorg-helgaviggfusdo ttir			www.crowe.com/pt/insights/absentismo-laboral
environmental, social and governance (esg)	framework used to assess an organization's business practices and performance on various sustainability and ethical issues	for, R. (2023). Resources for your ESG strategy Crowe LLP. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/insights/issues/esg-strategy	ambiente, social e governança	abordagem estratégica e de análise muito utilizada por analistas e investidores institucionais para avaliar o desempenho em sustentabilidade	ECO. (2022, July 8). ESG. Governança e social pedem mais ação das empresas. ECO; Eco. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://eco.sapo.pt/2022/07/08/sustentabilidade-e-prioridad

					e-para- as- empresa s-mas- vertente -social-e- de- governan- ca- pedem- mais- acao/
presenteeism	lost productivity that occurs when employees are not fully functioning in the workplace because of an illness, injury, or other condition. Even though the employee may be physically at work, they may not be able to fully perform their duties and are more likely to make mistakes on the job	silicon. (2023, May 4). How this CEO is helping companies support the wellbeing of employees. Silicon Republic ; Silicon Republic . [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.siliconrepublic.com/business/karac-connect-thorbjorg-helga-	presentismo	prática do trabalhador que, geralmente movido por um sentimento de insegurança quanto ao seu posto de trabalho, marca presença no local de trabalho por mais horas do que o necessário ou exigido	dos, I. (2022). Impacto dos Riscos Psicossociais nas Empresas Crowe Portugal. Crowe. [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www.crowe.com/pt/insights/impacto-dos-riscos-psicossociais-nas-empresas

		vigfusdo ttir			
robotic process automation	software technology that makes it easy to build, deploy, and manage software robots that emulate humans actions interacting with digital systems and software.	Robotic Process Automation What Is RPA Technology? Deloitte UK. (2018). Deloitte United Kingdom . [Acedido pela última vez a 12-19-2023] em https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/innovation/solutions/robotic-process-automation.html	Automatização Robótica de Processos	conjunto de processos robóticos que têm como objetivo agilizar processos e reduzir a carga de trabalho que recai nos humanos	Alberto, C., & Lopes, R. (n.d.). AUTOMATIZAÇÃO ROBÓTICA DE PROCESSOS FINANCEIROS. https://run.unl.pt/bitstream/10362/110809/1/TGI0370.pdf

Anexo I – Grelha de Avaliação do Estágio



INSTITUTO
SUPERIOR
DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO
DO PORTO
POLITÉCNICO
DO PORTO

GEE

GABINETE DE ESTÁGIOS E EMPREGABILIDADE
GRELHA DE AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO
ESTUDANTE Nº - 2181156

Mestrado em Tradução e Interpretação Especializadas

Licenciatura/Mestrado

Estagiário

Celso Eduardo Freitas Moura

Nome:

Empresa

Crowe Portugal

Nome:

Nicolau de Almeida Barreto da Costa Monteiro

Tutor:

CLASSIFICAÇÃO

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1 - ASSIDUIDADE E PONTUALIDADE

a - Assiduidade

b - Pontualidade

				X
				X

2 - AMBIENTE ORGANIZACIONAL

a - Adaptação ao meio (desempenho do Estagiário)

b - Capacidade de integração

c - Capacidade de iniciativa

d - Capacidade de investigação técnica

e - Capacidade de organização

f - Capacidade de trabalhar em equipa

g - Utilização de material informático

h - Aplicação de conhecimentos

i - _____

				X
				X
				X
				X
				X
				X
				X
				X

3 - PLANO DE ESTÁGIO

a - Progressão durante o estágio

b - Componente científica

c - Componente prática

d - Cumprimento do plano de estágio proposto

e - Projeto de Intervenção desenvolvido ^(a)

f - _____

				X
				X
				X
				X

*Nota: para efeitos de classificação considerar: 1 – Mau; 2 – Fraco; 3 – Suficiente; 4 – Bom; 5 – Muito bom

(a) Caso se aplique
ESTUDANTE Nº - 2181156

4 - POSTURA

- a - Aptidão técnico-profissional
- b - Idoneidade ética e deontológica
- c - _____

1	2	3	4	5
				X
				X

5 - OBSERVAÇÕES A REPORTAR AO ISCAP

Gostaríamos de indicar que a colaboração do aluno Celso Moura foi preciosa durante os meses em que esteve na Crowe. Os contributos foram, sem dúvida, valiosos e úteis para uma melhoria dos conteúdos da marca. A sua disponibilidade, entrega e entreatajuda foram louváveis muito valorizadas.

__08 / _09_ / 2023__

Assinatura da entidade de acolhimento: *Nicolas Monteiro*

ESTUDANTE Nº - 2181156,

ISCAP-GEE-MOD013.v15