

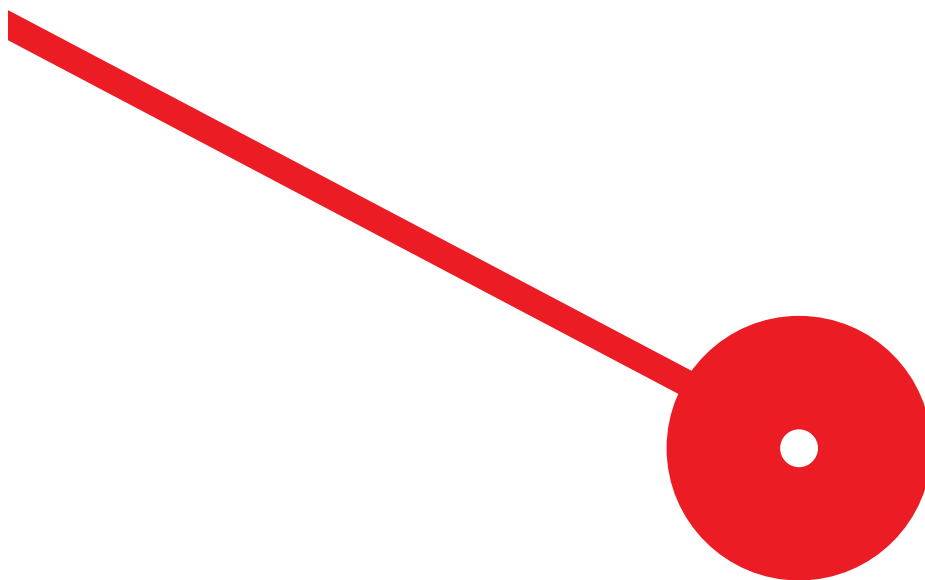


Fatores inibidores da prática contabilidade criativa e seu impacto no desempenho e reputação das empresas

Diogo Emanuel Ferreira de Almeida

10/2023

VERSÃO FINAL





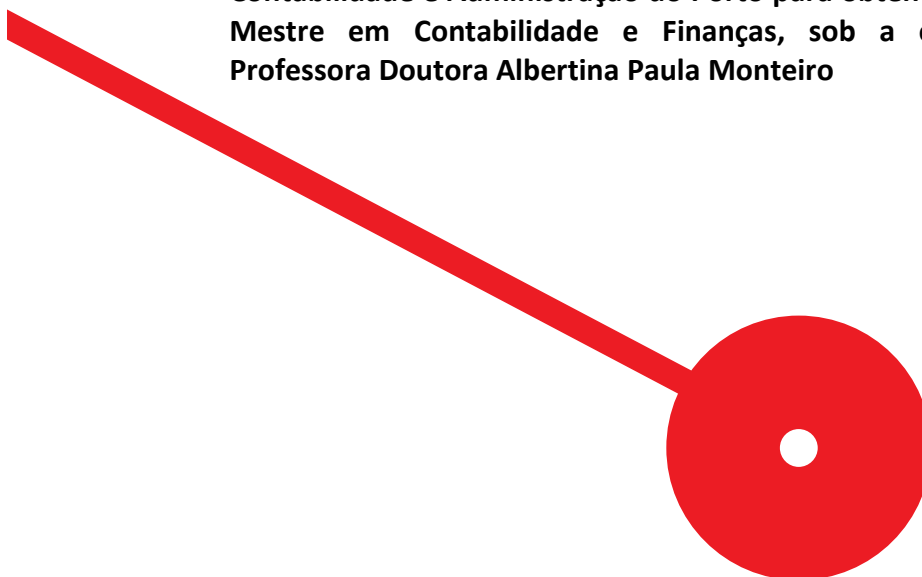
Fatores inibidores da prática contabilidade criativa e seu impacto no desempenho e reputação das empresas

Diogo Emanuel Ferreira de Almeida

Dissertação de Mestrado apresentada no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Finanças, sob a orientação de Professora Doutora Albertina Paula Monteiro

Diogo Emanuel Ferreira de Almeida. O impacto da contabilidade criativa no desempenho e reputação de uma empresa.

10/2023



Agradecimentos

Uma vez disseram-me que para realizar grandes sonhos é preciso sonhar em grande. Com esta dissertação realizo o sonho de obter o grau de mestre, não foi fácil desenvolver, mas com motivação e apoio tudo é possível.

Agradeço em especial à minha orientadora, à Professora Doutora Albertina Monteiro pela orientação sábia e pela paciência ao longo da pesquisa e redação desta dissertação.

Aos gestores e contabilistas certificados portugueses, pelo tempo dispensado no preenchimento do inquérito desta dissertação, pois só assim obtive a amostra necessária para desenvolver o seu estudo.

À Ordem dos Contabilistas Certificados pela divulgação do inquérito na sua plataforma oficial, ajudando a que este chegasse a um maior número de profissionais.

Aos meus pais pelo incentivo e pelo exemplo inspirador de determinação e perseverança. Pela confiança que sempre depositaram em mim e por acreditarem no meu potencial. Por me terem dado colo e conforto nos momentos mais difíceis.

Aos meus familiares e amigos pelo apoio e motivação nos momentos mais difíceis. Em especial, à minha irmã, à Ana, à Luísa, ao João, ao Pedro e à Vanessa por nunca terem deixado que eu desistisse, por terem sempre a palavra certa e principalmente pela força, companhia e paciência ao longo deste processo.

E por fim, a todos que mesmo de uma forma indireta cruzaram-se comigo e ajudaram a tornar a realização desta dissertação possível.

Resumo:

A contabilidade desempenha um papel fundamental na preparação de informação financeira da empresa e na sua divulgação aos seus *stakeholders* para que estes possam tomar decisões informadas. No entanto, num ambiente cada vez mais competitivo e exigente, algumas empresas desenvolvem práticas de contabilidade criativa para apresentarem um melhor desempenho e/ou uma posição financeira mais favorável à mesmas. Neste contexto, a presente investigação tem como objetivo desenvolver e avaliar um modelo com o propósito de analisar, na perspetiva dos contabilistas certificados e gestores, os fatores inibidores da prática de contabilidade criativa e o impacto da não adoção destas práticas na reputação e no desempenho de empresas portuguesas.

A metodologia utilizada é de natureza quantitativa. O modelo conceptual foi avaliado com recurso ao modelo de equações estruturais.

Os resultados indicam que a atitude ética dos profissionais e o envolvimento das empresas em ações de responsabilidade social são fatores que inibem o desenvolvimento de práticas de contabilidade criativa. As evidências empíricas também indicam que as empresas de maior dimensão são menos propensas à adoção dessas práticas. Quanto ao impacto, os resultados mostram que empresas menos propensas ao desenvolvimento de contabilidade criativa apresentam um desempenho financeiro inferior, mas possuem uma melhor reputação no mercado.

Estas evidências empíricas contribuem para a uma melhor compreensão dos fatores atenuantes da prática de contabilidade criativa e o seu impacto na reputação e sucesso empresarial. Os resultados obtidos podem ser úteis para gestores, contabilistas certificados, auditores, entidades normalizadoras e investigadores interessados em entender os fatores determinantes e as consequências associados a estas práticas contabilísticas inovadoras.

Palavras chave: Contabilidade; Práticas de Contabilidade Criativa; Gestão de Resultados; Reputação; Desempenho, Ética, Responsabilidade Social Empresarial.

Abstract:

Accounting plays a fundamental role in preparing a company's financial information and disclosing it to its stakeholders so that they can make informed decisions. However, in an increasingly competitive and demanding environment, some companies develop creative accounting practices in order to present a better performance and/or a more favorable financial position. In this context, this research aims to develop and evaluate a model to analyze, from the perspective of certified accountants and managers, the factors that inhibit the practice of creative accounting and the impact of not adopting these practices on the reputation and performance of Portuguese companies.

The methodology used is quantitative. The conceptual model was evaluated using a structural equation model.

The results indicate that the ethical attitude of professionals and the involvement of companies in social responsibility actions are factors that inhibit creative accounting practices. Empirical evidence also indicates that larger companies are less likely to adopt these practices. In terms of impact, the results show that companies less prone to developing creative accounting practices have a lower financial performance, but a better reputation in the market.

This empirical evidence contributes to a better understanding of the mitigating factors of creative accounting practices and their impact on corporate reputation and success. The results obtained can be useful for managers, certified accountants, auditors, standard setters, and researchers interested in understanding the determinants and consequences associated with these innovative accounting practices.

Key words: Accounting; Creative Accounting Practices; Earnings Management; Reputation; Performance, Ethics, Corporate Social Responsibility.

Índice geral

Índice de figura	viii
Índice de tabelas	ix
Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos.....	xi
Capítulo I - Introdução	1
1.1 Contextualização e justificação do tema	2
1.2 Problemática do estudo.....	3
1.3 Objetivos e metodologia do estudo	4
1.4 Estrutura do estudo	5
Capítulo I I – Fundamentação teórica.....	6
2.1 Origem e desenvolvimento da contabilidade criativa.....	7
2.2 Definições de contabilidade criativa e conceitos relacionados	9
2.3 Relação dos princípios contabilísticos e normas internacionais com PCC	11
2.4 Práticas de contabilidade criativa	13
2.5 Teoria da agência, institucional e das partes interessadas	15
2.6 Agentes na prática de contabilidade criativa	16
2.7 Motivações e fins da contabilidade criativa	17
2.8 Fatores que inibem a práticas de contabilidade criativa.....	19
2.8.1 Atitude ética.....	19
2.8.2 Responsabilidade social.....	20
2.8.3 Auditoria.....	22
2.8.4 Dimensão	23
2.9 Desempenho empresarial.....	23
2.10Reputação empresarial.....	25
Capítulo III – Objetivos e hipóteses de estudo.....	27
3.1 Objetivos do estudo	28
3.2 Modelo conceptual	28

Capítulo IV – Metodologia	33
4.1 Instrumentos de medida.....	34
4.2 Pré-teste	34
4.3 Estrutura questionário.....	35
4.4 Recolha de dados	39
4.5 Análise de dados.....	40
4.5.1 Avaliação do modelo de medida	40
Capítulo V– Análise e discussão dos resultados.....	45
5.1 Análise preliminar dos dados	46
5.1.1 Dados em falta	46
5.1.2 Dimensão da amostra.....	46
5.1.3 Caracterização da amostra	47
5.2 Avaliação modelo medida	51
5.3 Avaliação modelo estrutural	54
5.3.1 Avaliação modelo estrutural inicial	54
5.3.2 Avaliação modelo estrutural revisto	56
5.3.3 Avaliação direto, indireto e total	58
5.4 Discussão dos resultados	59
Capítulo VI– Conclusão	63
6.1 Conclusões do estudo	64
6.2 Contribuições deste estudo	65
6.3 Limitações do estudo	66
6.4 Linhas para futuras investigações.....	66
Referências bibliográficas.....	68
Apêndices.....	77

Índice de figura

Figura 1 – Modelo conceptual.....	29
Figura 2 - Género dos inqueridos	47
Figura 3 - Idade dos inquiridos.....	47
Figura 4 – Habilitações académicas inqueridos	48
Figura 5 - Experiência profissional dos inqueridos.....	48
Figura 6 - Função dos inquiridos na empresa.....	49
Figura 7 - Dimensão das empresas que os inqueridos representa	49
Figura 8 - Empresas auditadas.....	50
Figura 9 - Empresas cotadas.....	50
Figura 10 - Relatório sustentabilidade.....	51
Figura 11 - Código ética.....	51
Figura 12 – Resultados do modelo estrutural inicial alterado	55
Figura 13 - Modelo teórico revisto.....	56

Índice de tabelas

Tabela 1 - Cronologia das IASB.....	11
Tabela 2 - Potenciais ganhos e perdas das partes envolvidas na PCC.....	17
Tabela 3 - Categorias BPM	25
Tabela 4 - Síntese das hipóteses	32
Tabela 5 - Características individuais do profissional (CIP).....	35
Tabela 6 - Características da empresa (CE)	36
Tabela 7 - Práticas de contabilidade criativa (PCC).....	36
Tabela 8 - Atitude ética do profissional (AEP)	37
Tabela 9 - responsabilidade social empresarial (RSE)	38
Tabela 10 - Desempenho empresarial (DE).....	39
Tabela 11 - Reputação empresarial (RE).....	39
Tabela 12 - Símbolos usados na representação gráfica do MEE.....	41
Tabela 13 - Medidas e valores de ajustamento MEE	42
Tabela 14 - Medidas de ajustamento inicial dos construtos	52
Tabela 15 - Itens retidos e itens eliminados com base na base análise fatorial confirmatória	52
Tabela 16 - Resultados do modelo de medida	53
Tabela 17 - Medidas de ajustamento global do modelo estrutural inicial	55
Tabela 18 - Medidas de ajustamento global do modelo estrutural inicial	57
Tabela 19 - Resultados da avaliação do modelo estrutural revisto.....	57

Tabela 20 - Efeitos diretos, indiretos e totais 58

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

AE – Atitude Ética

AEP - Atitude Ética do Profissional

CC – Contabilidade Criativa

CE - Caraterísticas da Empresa

CIP -Caraterísticas Individuais do Profissional

DE - Desempenho Empresarial

DF – Demonstrações Financeiras

IASB - *International Accounting Standards Board*

IFAC - *International Federation of Accountants*

IFRS - Normas Internacionais de Relato Financeiro

MEE - Modelo de Equações Estruturais

MVE - Média da Variância Extraída

PCC – Prática de Contabilidade Criativa

PCC – Práticas de Contabilidade Criativa

RE - Reputação Empresarial

ROC – Revisor Oficial de Contas

RS – Responsabilidade Social

RSE - Responsabilidade Social Empresarial

UE – União Europeia

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

Neste primeiro capítulo, após a contextualização do tema, são apresentados os principais objetivos de investigação e a metodologia seguida neste estudo. O capítulo termina com apresentação da estrutura da dissertação.

1.1 Contextualização e justificação do tema

No mercado atual, as empresas são colocadas à prova diariamente para cumprirem objetivos financeiros e não financeiros, para obterem o melhor desempenho, a reputação desejada e destacarem-se dos seus concorrentes. Esse cenário coloca os gestores diante de uma vasta quantidade de dados, o que realça a importância de transformar os dados em informações de alto valor para orientar a tomada de decisões (Monteiro et al., 2022a).

As demonstrações financeiras (DF) são a principal fonte de informação dos *stakeholders* da empresa, as quais apresentando informação sobre o desempenho, a posição financeira da empresa e as alterações da posição financeira. Assim sendo, a qualidade do relato financeiro é fundamental para a tomada de decisões bem-sucedida por parte dos *stakeholders* (Bhasin, 2016).

Nos últimos 30 anos, as Práticas de Contabilidade Criativa (PCC) têm vindo a crescer, independentemente das razões que têm levado as empresas a desenvolver essas mesmas práticas (Arnis, Karamanis & Koliass, 2019). No entanto, recorrer a estas mesmas práticas coloca em causa a fiabilidade das DF (Arnis et al., 2019).

Para proceder à manipulação de dados financeiros, os gestores podem recorrer às diferentes opções existentes no normativo. Por exemplo, relativamente aos inventários, os gestores podem, em função do objetivo que pretendem alcançar, optar pela política contabilística que for mais favorável, assim como escolher o método de depreciação de ativos que for mais conveniente (Sun & Rath, 2010).

Esta prática, designada de Contabilidade Criativa (CC) é uma tentativa deliberada de obter vantagens indevidas para as empresas (Bhasin, 2016) ou para os gestores. Numa visão mais académica, a CC é vista como a transformação dos números da contabilidade financeira para os números que realmente são desejados pelas empresas, aproveitando-se da flexibilidade das normas contabilísticas (Jawad, 2015).

A literatura existente identifica alguns fatores como inibidores das PCC. Alguns desses fatores são a ética empresarial, a dimensão da empresa, a Responsabilidade Social (RS), a auditoria, o mercado de capitais e o controlo interno (Kim, Liu & Rhee, 2003; Jin, Drozdenko & Deloughy, 2012; Momani, 2013).

O Desempenho Empresarial (DE) é considerado uma elemento-chave para a gestão (Forza e Salvador, 2000). A reputação é um ativo intangível muito importante para as empresas, sendo imprescindível que as mesmas preservem e fortaleçam a sua reputação (Keshta, Talla, Shobaki & Naser, 2020). Segundo os estudos de Cohen e Zarowin (2010), Stacks, Dood e Men (2013) e Bhasin (2016), tanto a reputação como o desempenho podem ser impactados pelas PCC.

No decorrer das últimas décadas, houve um crescente interesse pelas técnicas de CC. Esse interesse, teve origem no aumento e exposição significativa de casos de falências e crises financeiras em grandes empresas (Mulford & Comiskey, 2015). No entanto, o desenvolvimento de PCC afeta a precisão da informação e, a longo prazo, afeta o desempenho das empresas (Bhasin, 2016).

O desenvolvimento de PCC pode ter efeitos nefastos para as empresas. Por isso, a investigação sobre este assunto é necessária para uma melhor compreensão dos fatores que podem atenuar o desenvolvimento destas práticas contabilísticas, assim como os efeitos da sua não adoção no sucesso empresarial.

1.2 Problemática do estudo

Para as empresas conseguirem atingir o bom desempenho é necessário basear as suas decisões em informação financeira de qualidade (Monteiro et al., 2021). Além do desempenho ser visto como um fator de elevada importância no que diz respeito à avaliação da atividade de uma empresa, a reputação também é um fator com um elevado peso na credibilidade das empresas. A reputação de uma empresa pode ser definida por um vasto número de aspetos, passando desde o ambiente de trabalho até aos resultados apresentados nas DF (Diana & Beatrice, 2010). A perda da reputação pode deixar as empresas em situações difíceis e sem credibilidade no mercado, e a PCC é uma variável que pode levar a tal perda (Tassadaq & Malik, 2015).

Apesar da existência de estudos na literatura sobre as PCC, a mesma ainda não se encontra consolidada relativamente aos fatores que inibem essas práticas, existindo alguns fatores, como o envolvimento em RSE, que não foram suficientemente estudados na sua relação com as PCC. O mesmo acontece com os impactos das PCC, uma vez que se verifica escassez de estudos focados no desempenho financeiro e reputação da empresa. Com base no exposto surge a seguinte questão de partida: Que fatores inibem o desenvolvimento de PCC e quais os efeitos da não adoção destas práticas no desempenho e reputação das empresas portuguesas?

Assim, esta investigação tem como objetivo desenvolver e avaliar um modelo que (1) avalie se empresas de maior dimensão, com Atitude Ética (AE), socialmente responsáveis e auditadas são as menos propensas a desenvolverem PCC e (2) se estas empresas são as que alcançam melhor desempenho e obtêm uma melhor reputação no mercado.

1.3 Objetivos e metodologia do estudo

O objetivo deste estudo é investigar os fatores que inibem as PCC, assim como o seu impacto no desempenho e reputação das empresas. De um modo mais concreto, pretende-se estudar se a AE, o envolvimento em RS, a auditoria e a dimensão das empresas atenua o desenvolvimento de PCC e se, por conseguinte, a menor propensão para o desenvolvimento de PCC tem impacto no DE e na Reputação Empresarial (RE).

Para alcançar os objetivos estabelecidos, será realizada uma investigação quantitativa através da aplicação de um inquérito online. O inquérito é destinado a gestores, uma vez que estes são os principais atores no que diz respeito às PCC (Monteiro, Rua, Pereira, Figueira, 2022b), e aos contabilísticas certificados, uma vez que para além de serem aqueles que melhor percebem do tema, são também os que preparam a informação financeira.

Na análise dos dados será utilizado o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), para analisar preliminarmente os dados e, posteriormente, o software AMOS, para a avaliar o modelo teórico proposto.

1.4 Estrutura do estudo

Este estudo está dividido em 6 capítulos. O primeiro capítulo apresenta a introdução. No segundo capítulo é realizada a fundamentação teórica, onde consta a respectiva revisão de literatura que suporta o presente estudo. Por sua vez, o terceiro capítulo é dedicado aos objetivos e hipóteses de estudo, sendo nele apresentado o modelo conceptual. No quarto capítulo são apresentadas a metodologia e a estrutura do instrumento de medida. No quinto capítulo são expostos os resultados da avaliação do modelo inicial e revisto, assim como a sua discussão. Por último é apresentado o capítulo da conclusão, onde constam as principais conclusões, assim como as suas limitações, contribuições e sugestões para estudos futuros.

CAPÍTULO II – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Origem e desenvolvimento da contabilidade criativa

O conceito de contabilidade surge, no ano 6000 antes de cristo, da necessidade de o ser humano controlar os seus bens, e à medida que o património aumentava, crescia também essa necessidade de controlo (Botelho & Nunes, 1999). Ao longo dos anos, o conceito sofreu alterações e a contabilidade passou a ser vista como a ciência que estuda os acontecimentos que ocorrem no âmbito do património das empresas para preparar e divulgar informação financeira, informação essa que é essencial para a tomada de decisões (Constante, 2010).

As DF são a principal fonte de informação para a tomada de decisões empresariais, que para além de fornecerem informações sobre a situação financeira e o desempenho das empresas, ajudam também os utilizadores: (1) a perceberem as práticas de contabilidade utilizadas pela entidade, (2) a avaliarem a empresa e (3) a escolherem o caminho mais adequado a seguir (Balaciu & Gherai, 2011).

A profissão de contabilista, a qual se rege por normas e princípios contabilísticos, esteve associada, durante um longo período de tempo, a uma profissão tradicional (Gulin, Hlaika & Valenta, 2019). Contudo, o mundo evoluiu, surgindo, assim, a globalização dos negócios, a inovação e regulamentações mais rigorosas. Os contabilistas tiveram de se adaptar rapidamente a esta nova realidade (Gulin et al., 2019). Estes autores enumeraram os desafios enfrentados ou a enfrentar pelos contabilistas:

- A utilização da *big data* na contabilidade e relatórios;
- Uso de nuvens (*cloud computing*) para armazenar informação;
- Inteligência artificial;
- Tecnologia *blockchain*.

Gulin et al. (2019) referem ainda que as novas tecnologias da informação mudaram a atividade dos contabilistas, assim como as expetativas dos clientes. As novas tecnologias da informação permitiram reduzir a carga de trabalho dos contabilistas, tornando algumas tarefas mais fáceis e rápidas, chegando mesmo a ser das profissões que mais sofreram alterações e que pode vir a tornar-se uma das profissões mais automatizadas e digitalizadas num futuro próximo (Gulin et al., 2019). Jawad e Xia (2015) sugerem que a inovação constitui uma parte fundamental das práticas de gestão de resultados.

A informação contábilística revela-se primordial para a tomada de decisões empresariais. A este respeito, a literatura sugere que a informação contábilística, quando de qualidade, contribui para o sucesso da tomada de decisões (Monteiro, Vale e Silva, 2021). Contudo, investigação prévia também revela que a qualidade da informação financeira pode ser colocada em causa quando as empresas desenvolvem PCC (Monteiro, Vale e Silva, 2021).

O tema CC, ou gestão de resultados, como é conhecida nos Estados Unidos da América, surge em meados dos anos 70 (Susmus & Demirhan, 2019). No seu início, a CC era realizada através do ato de rasurar os livros escriturados, de forma a não permitir a nitidez dos números (Susmus & Demirhan, 2019). A CC pode ser associada a um termo antigo e moderno em simultâneo. Antigo, pois deriva da existência da contabilidade anglo-saxónica, e moderno pois, dado que está relacionada com o desenvolvimento da contabilidade, em especial, com surgimento das normas internacionais de contabilidade (Jawad, 2015), as quais têm subjacente alguma flexibilidade no tratamento contábilístico das operações de uma empresa.

A CC está associada à manipulação de números. De acordo com Comiskey (2005), a manipulação dos números financeiros manifesta-se em variados termos e assume diversas formas, sendo conduzida por estratégias que visam criar a impressão desejada juntos dos *stakeholders*.

Ao longo das últimas décadas, houve um crescente interesse pelas técnicas de CC, também conhecida como contabilidade inovadora. Esse interesse foi impulsionado pelo aumento significativo de casos de falências e crises financeiras em grandes empresas (Mulford et al., 2015). Esses incidentes colocaram em causa a qualidade de informação financeira (Abed, Hussin, Ali, Nikkeh & Mohammed, 2020). Com a exposição pública destes acontecimentos, a CC começou a ser motivo de diversas pesquisas, as quais questionam as suas razões e motivações, identificam os principais autores, assim como as suas consequências, como, por exemplo, na divulgação da informação contábilística (Monteiro et al., 2021; Balaciu & Gherai, 2011). O termo CC é comparado a fraude e manipulação, colocando em causa a ética dos profissionais que a praticam (Balaciu & Gherai, 2011).

Assim sendo, os escândalos observados em grandes empresas, derivados do uso excessivo de PCC mancharam/afetaram a eficácia no sistema de liderança empresarial e

colocaram em causa a qualidade e a transparência dos relatórios financeiros, bem como a credibilidade dos contabilistas e auditores (Bhasin, 2016).

Cardoso, Silva, Lopes, Azevedo e Guedes (2018) referem os seguintes escândalos associados à CC:

- **Eron** – Desvios de dívida para empresas associadas e sobrestimação de lucros;
- **Wordcom** – Reconhecimento indevido de gastos;
- **Merck** – Manipulação de rendimentos e gastos;
- **Parmalat** – Reconhecimento de ativos inexistentes;
- **Banco Santos** – Manipulação de demonstrações contabilísticas para não apresentar prejuízos.

Embora os impactos sejam mais enfatizados na América, Portugal não está imune a esses escândalos, especialmente no que diz respeito ao setor bancário (Montenegro & Rodrigues, 2020).

Para uma melhor perceção do tema, de seguida são apresentadas as definições de CC e conceitos relacionados com a mesma.

2.2 Definições de contabilidade criativa e conceitos relacionados

Na literatura existem diversos termos para descrever CC, como manipulação contabilística, contabilidade inovadora, gestão de resultados, truques contabilísticos, contabilidade agressiva, suavização de resultados, entre outros (Comiskey, 2002; Silva & Cravo, 2009; Yadav, 2014).

A CC pode também ser igualada à gestão da informação financeira divulgada, no sentido de ser uma intervenção direcionada ao processo de elaboração do relatório financeiro que será divulgado (Jawad, 2015). Abed et al. (2020) entendem a CC como uma ferramenta que visa recorrer à flexibilidade existente nas normas contabilísticas, nomeadamente na preparação das DF, de modo a ir ao interesse dos gestores em vez de servir os utilizadores. Os autores afirmam ainda que a CC é uma prática que é considerada injusta para com os utilizadores, além de ser antiética. No entanto, reconhecem que essas mesmas práticas não são ilegais pois as mesmas não violam as regras, o que coloca a CC num dilema moral e ético, que não se baseia apenas numa questão de legislação. Já Yadav

(2014) compara a CC a uma “arma” e afirma que o seu resultado varia consoante o seu uso, podendo causar benefícios ou danos. Afirma também que a CC ajudou mais empresas a sair da crise do que a colocá-las nessa situação. O autor refere ainda que a CC é inocente e que a falha surge do utilizador.

Segundo Niyama et al. (2015, p.71), a CC “poderá envolver dois entendimentos bem diferenciados”, ou seja (1) consistir na manipulação da informação financeira desenvolvida no âmbito do normativo contabilístico ou (2) ser equipara a fraude. “A primeira destas visões envolve a adoção de medidas e decisões tomadas pelos gestores das empresas para influenciar conscientemente a posição financeira ou os resultados de uma sociedade ou de um grupo de sociedades” (Niyama et al., 2015, p.71).

Para Bashin (2016), a PCC é considerada uma tentativa deliberada de obter vantagens indevidas para os contabilistas, gestores e empresas e deve ser considerada um crime e severamente punida, pois considera as mesmas antiéticas.

A existência destas práticas estimulou o desenvolvimento de investigação e, logo de seguida, comparações, nomeadamente entre a CC e a fraude, sendo que há quem defenda que CC é fraude (Balaciu & Gherai, 2011). Todavia, a fraude ao contrário da CC é um ato ilegal e que foi deliberada com o objetivo de obter uma vantagem ilegal e desleal, a qual pode consistir na alteração, falsificação ou destruição de documentos (Balaciu & Gherai, 2011).

Além de ser comparada a fraude, a CC coloca, muitas das vezes, em causa a ética e postura social das empresas. No que diz a este assunto, Shafer (2015) argumenta que o interesse público e o cumprimento de regras e regulamentos profissionais são as variáveis com mais impacto na ética e RS. Trata-se de variáveis que poderão ter efeito atenuador das PCC.

De acordo com Stowy e Breton (2004), as PCC enquadram-se nos limites legais, através do aproveitamento das várias opções, subjetividade e das lacunas existentes nos normativos contabilísticos. Desta forma, os mesmos autores indicam que a CC, quando é desenvolvida no âmbito do normativo contabilístico, não são conectadas a fraude.

2.3 Relação dos princípios contabilísticos e normas internacionais com PCC

Segundo Shah, Butt e Tariq (2011), o grande problema da CC está na intenção de como é usada e não propriamente no seu uso. Os autores defendem que a CC quando bem utilizada, de forma ética e legal, que não viola nenhum das regras ou princípios contabilísticos, pode ser útil e gerar benefícios tanto para a sociedade como para os próprios *stakeholders*.

Bhasin (2016) defende que os atuais *Generally Accepted Accounting Principles* (GAAP) criam lacunas que podem incentivar o desenvolvimento de PCC. Por outro lado, defendem que as Normas Internacionais de Relato Financeiro (IFRS) contribuem para reduzir a PCC.

Jawad (2015) afirma que as normas internacionais de contabilidade emitidas *pele International Accounting Standards Board* (IASB) têm como principal objetivo fornecer normas de contabilidade de alta qualidade e fáceis de entender e que sejam de aplicação a nível internacional para tornar o reconhecimento, a mensuração e a divulgação da informação contabilística uniformes a nível global. A tabela 1 apresenta a cronologia das IASB e como as mesmas foram criadas e implementadas ao longo dos anos.

Tabela 1 - Cronologia das IASB

As normas de contabilidade internacional foram desenvolvidas em cinco períodos:		
Estabelecimento	1973 a 1989	Período onde foram emitidas as normas básicas de contabilidade, como a norma de inventários, políticas contabilísticas e de divulgação financeira. Neste período existiam diversas alternativas não existindo comité de interpretação nem motorização do cumprimento.
Desenvolvimento	1989 a 1995	Período onde o projeto estava implementando o desenvolvimento e a comparabilidade das normas. Para existir uma aceitação do mecanismo que supervisionava os mercados financeiros,

		houve alterações que visavam a redução das alternativas contabilísticas existentes em vários normativos contabilísticos.
Abrangente de normas básicas	Concluído em 1999	Pacto com o organismo mundial de supervisão dos mercados financeiros que levou à emissão de um vasto número de normas. Foram implementadas normas universais sobre instrumentos financeiros, imposto sobre o rendimento, ativos fixos tangíveis, imparidade de ativos e outras contas agrícolas.
Reestruturação	Concluído em 2001	Revisão da infraestrutura do IASC. Este processo incluiu a reestruturação da infraestrutura, incluindo diretores, conselho, formação do conselho executivo para normas, comité de registo como organização sem fins lucrativos e uma nova constituição. Foi neste período que se obteve o consentimento do órgão mundial que supervisiona mercados financeiros para aceitar DF preparadas de acordo com as normas internacionais. Foi também neste período, que se aprovou a divulgação de informação adicional. O nome de IASC foi também alterado para IASB,
Prazo das normas de relato financeiro	2002 a 2005	Período onde o nome das normas internacionais de contabilidade foi alterado para normas internacionais de relato financeiro, mas as normas internacionais de contabilidade permaneceram em vigor até serem alteradas ou retiradas.

Fonte: Jawad (2015, p. 63 e 64)

Como mostra a tabela acima, os esforços desenvolvidos no âmbito da normalização internacional reduziram as alternativas de contabilização das operações a nível internacional, contudo, o atual normativo prevê, propositadamente, diferentes alternativas de contabilização dos factos patrimoniais para que as empresas possam optar pela que melhor se adequa à sua realidade.

2.4 Práticas de contabilidade criativa

No que diz respeito a escolhas contabilísticas, os gestores tendem a escolher as políticas contabilísticas que conduzam à maximização da sua riqueza pessoal, principalmente, se existir um incentivo associado ao seu plano de remunerações (Hagerman & Zmijewski, 1979), ou seja, recorrem às PCC para alcançar o resultado desejado. Os gestores das empresas também recorrem às PCC para atrair investidores e aumentar a confiança das partes interessadas (Lukman & Irisha, 2020). Quando a gestão recorre a estas práticas, está a oscilar os registos contabilísticos, podendo assim tornar as DF equivocadas, prejudicando a qualidade dos relatórios financeiros (Lukman & Irisha, 2020).

Os contabilistas podem ter um papel crucial no que diz respeito ao desenvolvimento de PCC, pois são os que preparam as DF. Geralmente, os contabilistas desenvolvem PCC porque são pressionados ou estimulados pela administração ou gestão da empresa para melhorar o desempenho e/ou a posição financeira da mesma. Todavia, também existem casos em que devido ao seu vasto conhecimento do normativo contabilístico, são os contabilistas que sugerem a PCC para ajudar o gestor a alcançar o seu objetivo em termos de resultados (Monteiro et al., 2022b).

Duarte e Ribeiro (2007) apresentam 3 fatores que levam os gestores a recorrer às PCC:

- **Estabilizar resultados** – As empresas querem refletir um crescimento contínuo e parecer estáveis. Isto é feito através do reconhecimento de provisões, através do aumento das mesmas nos anos bons ou da sua diminuição em anos maus;

- **Manter ou aumentar o preço das ações** – As PCC são desenvolvidas para reduzir os níveis de endividamento e criar uma tendência favorável de resultados para atrair novos investidores;
- **Atrasar a chegada de informação ao mercado** – Os gestores obtêm informação privilegiada que pode diferir da informação divulgada no exterior, caso seja um benefício para a empresa.

Para Monteiro et al. (2022b), existem três grupos que podem influenciar o desenvolvimento das PCC:

- **Mercado** (Investidores e intermediários);
- **Entidade** (Gestores, empregados e outros interessados);
- **Sociedade** (Estado, organizações públicas e poder local).

Não ficando por aqui, Monteiro et al. (2022b) apresentam ainda um conjunto de pontos que a PCC permite manipular, sendo eles:

- Itens de financiamento no balanço;
- Mudança de métodos de depreciação;
- Mudança de políticas contabilísticas;
- Manipulação de itens relacionados com rendimentos e gastos;
- Alteração do justo valor;
- Sobrestimação de rendimentos através de registo de vendas fictícias;
- Manipulação do reconhecimento de provisões.

Sun e Rath (2010) apresentam um conjunto de práticas de CC, sendo elas:

- Manipulação através de transações reais, como a aceleração das vendas, seja por meio de descontos ou aumento das condições de pagamento. Com o aumento das vendas, aumentará também o rendimento do período corrente. Além do aumento das vendas, a manipulação do custo de produção pode também ser uma hipótese para manusear dados financeiros, através do aumento de custos de distribuição indiretos fixos, reduzindo assim o custo por unidade produzida. Assim sendo, ao diminuir os custos dos produtos vendidos, a empresa pode relatar margens brutas mais altas. Neste caso, é mais difícil detetar a utilização de PCC porque não existe uma referência para determinar se as ações tomadas pelos gestores são as corretas;

- Manipulação através da alteração do valor da provisão. No setor de seguros é muito frequente o reconhecimento de provisões por perdas em sinistros, dado que implica valores elevados de perdas, já no setor bancário é muito importante o reconhecimento de provisões para perdas e empréstimos. Há evidências que as seguradoras e os bancos usam essas provisões para gerir resultados. A PCC podem ser detetadas através da análise de uma conta de provisão específica, dependendo do setor de atividade da empresa;
- Suavização do rendimento. Trata-se de uma prática recorrente em matéria de CC, na medida que visa reduzir a volatilidade temporal dos rendimentos e produzir um fluxo de crescimento constante dos lucros da empresa.

Sun e Rath (2010) ainda concluem que as PCC nem sempre estão relacionadas com a alteração das políticas contabilísticas, pois os gestores podem simplesmente acelerar vendas (descontos, condições de pagamento), sem recorrer a nenhuma mudança na política. Assim sendo, percebe-se que a gestão de resultados vai muito mais além do que a simples escolha de uma política contabilística.

2.5 Teoria da agência, institucional e das partes interessadas

A teoria da agência é uma teoria económica que explora a discrepância nos incentivos entre os *shareholder* e a administração (Li & Thibodeau, 2019). Lukman e Irisha (2020) descrevem a teoria da agência como um contrato entre o gestor (agente) e o proprietário ou investidor (principal), estando este relacionado com a delegação de autoridade na tomada de decisão.

Os conflitos da agência ocorrem entre agente e principal, uma vez gestores (agente) tendem a priorizar o seu interesse em detrimento do interesse do principal (aumentar o valor da empresa) (Lukman & Irisha, 2020).

Bebchuck e Fried (2003), assim como Pereira, Monteiro, Silva e Lima (2023) examinaram a interligação entre a compensação dos executivos e o problema de agência, sugerindo que desenvolver um adequado plano detalhado da remuneração constitui um elemento central na solução deste desafio. Dado que diversas atividades da gestão são de difícil observação ou avaliação por parte do conselho de administração, acionistas e outras partes interessadas, a empresa precisa vincular a remuneração dos executivos a métricas

de desempenho mais acessíveis e desta forma atenuar o desenvolvimento de PCC (Pereira et al., 2023).

A teoria institucional defende que as práticas administrativas são formadas por pressões dos normativos e das leis. De acordo com esta teoria, a empresa é projetada para atender as expectativas sociais (Lukman & Irisha, 2020). A implementação desta teoria dá origem à liderança empresarial, sendo que essa mesma liderança surge da perspectiva da teoria da agência para supervisionar a gestão e defender os acionistas. A liderança empresarial consiste na transparência, preparação de contas, responsabilidade, justiça e igualdade que são necessárias para alcançar a sustentabilidade do negócio. Uma liderança forte pode influenciar a PCC (Lukman & Irisha, 2020).

A teoria dos *stakeholders* visa mostrar a relação entre os gestores, proprietários e partes interessadas (credores, investidores, clientes, entre outros), discutindo a moral e a ética na gestão da empresa. Os *stakeholders* podem influenciar as operações da empresa, pois têm interesse na atividade e nas ações da mesma. Esta teoria é relevante em campos como ética, moral, direito e liderança empresarial (Lukman & Irisha, 2020).

2.6 Agentes na prática de contabilidade criativa

Como anteriormente referido, a CC é bastante impactada pela teoria da agência. Esta teoria tem origem quando o principal confia os seus bens e património a outra parte (agente) que detém competências e conhecimentos que na grande parte dos casos a parte principal não detém (Bebchuck & Fried, 2003; Diana & Beatrice, 2010; Lukman & Irisha, 2020).

Diana e Beatrice (2010), abordam este conflito de interesses como sendo a principal razão para a existência de CC e que são várias as partes interessadas nas PCC. De acordo com as autoras, o gestor quer pagar menos impostos, o acionista quer receber mais dividendos, os órgãos fiscais querem receber mais impostos e os funcionários querem um salário melhor.

A tabela 2 apresenta as partes interessadas nas PCC, assim como os potenciais ganhos e perdas para as mesmas.

Tabela 2 - Potenciais ganhos e perdas das partes envolvidas na PCC

Parte Interessada	Potenciais Ganhos	Potenciais Perdas
Gestores	Manter o emprego Aumentar remuneração Melhorar relação com credores Obter vantagens fiscais	Perda do trabalho Perda da reputação
Acionistas	Aumentar valor das ações Reduzir o custo de capital Diminuir reclamações Reduzir transações	Perda da confiança do mercado
Detentores de títulos	Aumentar o valor dos títulos	Transferir riqueza para os acionistas
Funcionários	Manter empregos Aumentar remuneração	Precaver de uma falência súbita
Fornecedores	Manter o cliente	Perda de dinheiro após falência inesperada
Clientes	Serviços contínuos Garantia respeitada	Serviços descontinuados Garantia não honrada
Estado	Impostos a recolher Empregos para pessoas	Não ter impostos Pessoas desempregadas
Banqueiros	Reembolso dos empréstimos	Perda de dinheiro por falência
Sociedade	Produção de riqueza Manutenção e criação de empregos	Empregos perdidos Recursos desperdiçados

Fonte: Diana e Beatrice (2010)

2.7 Motivações e fins da contabilidade criativa

Para Arnis et al. (2019), os gestores de empresas que se encontram com dificuldades financeira e com elevado risco de falência tendem a recorrer à CC, pois visam aumentar a vida económica da empresa, na esperança de obter ambiente económico

melhor no futuro. Os motivos que levam as empresas em crise a recorrer a PCC, alterando os seus números para embelezar as DF, são os seguintes:

- Estabelecer a confiança dos bancos, principalmente para obter novos financiamentos e tentar ultrapassar a liquidez;
- Não afetar a relação com os clientes e fornecedores;
- Aumentar a vida útil da empresa, tentando recolher benefícios antes da falência;
- Procura de benefícios, por parte dos gestores, ligados ao desempenho da empresa;
- Manter o preço das ações no mercado;
- Criar condições favoráveis para a venda da empresa ou defesa contra tentativas de aquisição;
- Ocultar erros cometidos pela gestão.

A crise económica, que são períodos difíceis que as empresas enfrentam, quer durante a crise, quer após a mesma, é um motivo que leva às PCC. As crises económicas dão abertura às empresas para utilizarem a sua criatividade, em termos contabilísticos, com o propósito de conseguir sobreviver no mercado (Balaciu & Gherai, 2011). Para conseguirem sobreviver, as empresas distorcem a sua verdadeira imagem, “*true and fair view*”, seja para enganar investidores ou até mesmo para conseguir crédito por parte das instituições financeiras (Balaciu & Gherai, 2011).

Os impostos e a carga fiscal, que têm por base os resultados das empresas, são também vistos como uma das muitas motivações das PCC, uma vez que as empresas tendem sempre a querer pagar o mínimo de impostos possíveis (Amat, 2004).

Para empresas que realizam transações nos mercados de capitais, a CC pode ser aliciante no que diz respeito à suavização de resultados, principalmente quando existe uma diferença entre as expectativas dos analistas e o real resultado da empresa (Amat, 2004).

As expectativas podem também ser consideradas motivações para desenvolver CC e estas podem ser divididas em internas e externas (Shah et al., 2011). As primeiras dizem respeito à realização de objetivos estabelecidos pela gestão que geralmente estão associadas a números relacionados com vendas, lucros e preços de ações. Já as segundas

estão mais associadas aos olhares externos, como clientes, que têm interesse em que a empresa se mantenha no mercado, e fornecedores, que querem os seus serviços pagos. Quanto aos acionistas, estes estão preocupados com os seus dividendos e a empresa preocupada em mostrar-se estável para manter ou aumentar o preço das suas ações. São este tipo de expectativas que podem colocar pressão e levar a empresa a recorrer à CC (Shah et al., 2011).

A CC pode ainda ter um papel importante no valor das ações das empresas presentes nos mercados de capitais, pois pode ser um motivo para ajudar a manter o preço das ações ou até mesmo a aumentá-lo. Isto acontece através da manipulação dos níveis de empréstimo, apresentando assim uma imagem onde a empresa não apresenta tanto risco de empréstimos e que tem uma boa estimativa de lucros futuros (Amat, 2004).

2.8 Fatores que inibem a práticas de contabilidade criativa

As PCC são influenciadas por uma série de fatores que abrangem dimensões como a ética, a RSE, a eficácia da auditoria e a dimensão da empresa. Cada um desses elementos desempenha um papel fundamental na determinação do grau de aceitação e implementação desta prática contabilística inovadora. Neste contexto, é essencial explorar como esses fatores interagem e, por vezes, se chocam, moldando assim o cenário em que a CC é empregada.

2.8.1 Atitude ética

Atualmente, a dimensão ética das empresas é cada vez mais um foco dos investigadores e empresários (Achim, Borlea & Mare, 2015).

A ética é conhecida como uma teoria racional que versa sobre o discernimento entre o certo e o errado, uma contemplação prévia sobre os valores que são organizados pela moral (Omurgonulsen, 2009). O autor defende que a presença de um código de ética numa organização pode servir como guia para os indivíduos. Os princípios éticos fornecem diretrizes claras para lidar com as questões éticas associadas à PCC.

Além da comparação com fraude, a CC coloca muitas das vezes em causa a ética e postura social das empresas. No que diz a este assunto, Shafer (2015) argumenta que o

interesse público relativamente ao cumprimento de regras e regulamentos profissionais têm ganho cada vez mais impacto. O autor defende também que o cumprimento dos regulamentos e normas pode desmotivar a PCC.

Os contabilistas são regidos por padrões de ética emitidos por órgãos e intuições profissionais de contabilidade, quer localmente, quer globalmente. Globalmente, a ética contabilística é regulamentada por um código da *International Federation of Accountants* (IFAC) (Lukman & Irisha, 2020). Este código de ética deve incluir informação sobre a integridade, objetividade, competência profissional, confidencialidade e comportamento profissional. Este tipo de código rege os seres humanos e não os registos ou padrões de relatórios, fazendo com que a implementação deste código dependa altamente do comportamento do próprio contabilista. A escolha do método e a interpretação pouco clara das normas contabilísticas torna-se uma decisão comportamental e moral do próprio contabilista (Lukman & Irisha, 2020).

As PCC fazem com que a ética dos contabilistas seja colocada em causa. No entanto, ao longo dos últimos anos têm sido feitas várias pesquisas que diferenciem a CC de fraude e que procuram estudar o impacto destas práticas nas informações divulgadas (Cardoso et al., 2018).

A globalização e o desenvolvimento sustentável exigem novos padrões de atuação que não se focam apenas em objetivos económicos, passando também a ter preocupações socioambientais.

2.8.2 Responsabilidade social

Nas últimas décadas, surgiram vários estudos que ligam a RS e ética à eficácia organizacional. As empresas avaliam o impacto destas variáveis com base em fatores como é o caso da probabilidade, na conveniência das consequências percebidas e na importância para as partes interessadas (Singhapakdi et al., 1996).

RSE é a cidadania das empresas para com a preocupação ambiental, social e uma liderança corporativa (Mutuc, Lee & Tsai, 2019). O comportamento social das empresas influencia positivamente a sua imagem face aos *stakeholders*. O Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (*World Business Council For Sustainable Development*) descreve a RSE como um comprometimento constante das empresas em

manter um comportamento ético com vista a contribuir não só para o desenvolvimento económico, mas também para uma melhor qualidade de vida dos trabalhadores e respetivas famílias, bem como de toda a comunidade, seja esta, local ou global (Mutuc et al., 2019). A RS também pode ser vista como um conjunto de ideias e ações levadas a cabo pelas empresas que visam facilitar o relacionamento com as partes interessadas, melhorar o bem-estar social e ajudar no aumento de uma vantagem competitiva (Valentim & Fleischman, 2007).

De acordo com os autores Mutuc et al. (2019), a sustentabilidade tem vindo a ganhar cada vez a atenção dos *stakeholders* devido à elevada preocupação com o mercado, os recursos naturais, o meio ambiente e a sociedade. As empresas fortemente envolvidas com ações de sustentabilidade estão menos envolvidas em PCC, uma vez a maioria das mesmas as consideram antiéticas (Mutuc et al., 2019).

Além da atenção dos *stakeholders*, a sustentabilidade é um fator, que com o passar do tempo, tem vindo a ganhar mais peso, uma vez que os clientes, cada vez mais, optam por empresas responsáveis e por produtos amigos do ambiente (Keshta et al., 2020).

A literatura sugere que empresas que são mais responsáveis socialmente são no geral empresas mais éticas e reflexivas moralmente (Jin, et al., 2012).

Os valores fundamentais das empresas influenciam de forma significativamente a ética empresarial, a RS e o desempenho financeiro. Jin et al. (2012) indicam que as empresas que atuam no setor financeiro devem avançar na implementação de medidas mais éticas e socialmente responsáveis, fundamentadas em valores orgânicos, valores esses que são democráticos, empreendedores, criativos e estimulantes, em vez de valores mecanicistas (estruturados, regulamentados, autoritário, fechado e insensível). Essa adoção de valores orgânicos origina um aumento da ética, RS e desempenho financeiro (Jin et al., 2012).

Mackey et al. (2007), defendem que as empresas devem adotar medidas sustentáveis mesmo que isso tenha um impacto negativo nos seus fluxos de caixa. No caso de empresas que estão inseridas no mercado de capitais, estas medidas podem vir a resultar num aumento do valor da empresa, mesmo tendo um custo de implementação para a empresa. Kurucz et al. (2008), acrescentam que as empresas podem melhorar o seu desempenho através da implementação de medidas de RSE, sendo elas:

- Redução de custos e riscos;
- Melhoria da legitimidade e da reputação;
- Contruir uma vantagem competitiva;
- Criar situação de ganhos através de criação de valor sinérgico.

No entanto, Wood (1991) defende que é indispensável verificar o grau de compromisso das empresas com os seus princípios de RS e perceber o que motiva a empresa a promover as suas ações socialmente responsáveis, em que grau a empresa utiliza os seus princípios e se existe uma política sustentável. A RSE pode ser utilizada para melhorar a ética dos seus colaboradores e aprimorar não apenas a sua ética profissional, mas também a sua ética individual enquanto cidadão. Singhapakdi et al. (1996) concluem no seu estudo que atitudes socialmente responsáveis e éticas são fatores importantes para determinar a rendibilidade de uma empresa.

O estudo de Zhichuan e Caleb (2019) mostra que os contratos de RSE são utilizados várias vezes para melhorar o desempenho social das organizações. Todavia, os mesmos atenuam a questão da gestão de resultados, podendo assim afirmar-se que a RS ajuda a combater as PCC.

2.8.3 Auditoria

A auditoria está também relacionada à PCC, pois a existência de um padrão de auditoria na empresa inibe o desenvolvimento PCC.

Os auditores devem fornecer uma informação transparente e fidedigna aos seus clientes e aos acionistas das empresas, verificando transações e questionando a gestão, no caso de uma conta suspeita ou transação duvidosa (Yadav, 2014). Os auditores são responsáveis por detetar irregularidades e dar o seu parecer de forma independente, responsável socialmente e de forma ética tendo em conta a relevância das DF para os seus utilizadores (Monteiro et al., 2020). Os Revisores Oficiais de Contas (ROC) têm um papel de avaliar se as DF estão de acordo com as normas contabilísticas, podendo assim detetar o uso de CC. Assim, a auditoria é um dos principais instrumentos na deteção e combate ao desenvolvimento de PCC (Tassadaq & Malik, 2015; Monteiro et al., 2021).

2.8.4 Dimensão

Mulford e Cosmikey (2005), afirmam que empresas de maior dimensão enfrentam uma maior visibilidade dos mercados e que os seus impostos tendem a ser maiores. Por isso, Scott (2003) refere que é de esperar que as empresas de maior dimensão tenham uma relação fraca com as PCC (Scott, 2003).

Türegün (2018) defende que os conselhos de administração mais pequenos, que se encontram geralmente nas pequenas empresas, são mais eficazes na deteção de comportamento antiético. Na mesma linha de pensamento, os autores Beiner et al., (2004) argumentam que quanto maior os conselhos, maior a probabilidade de existirem problemas da agência, no que diz respeito aos interesses dos gestores com os dos investidores. Kim et al., (2003) afirmam também que as pequenas empresas têm mais tendência para se envolver com PCC. Todavia, defendem também que as médias e grandes empresas se envolvem de forma mais agressiva com as PCC, principalmente para reportar lucros menores.

2.9 Desempenho empresarial

As escolhas feitas pelos gestores têm um impacto direto no desempenho e na prosperidade da empresa (Pravitasari, 2018). De acordo com Phornlapha e Trachakorn (2019), a implementação de decisões eficazes e eficientes terá um impacto benéfico sobre a rentabilidade da empresa, refletindo-se, assim, em um melhor desempenho financeiro.

As DF representam a fonte primordial de informação, pelo facto de as partes interessadas procurarem nelas informações sobre o desempenho e a saúde financeira da empresa (Bhasin, 2016). Portanto, a precisão dessas demonstrações é de extrema importância para orientar as decisões de todos os envolvidos (Bhasin, 2016).

Nos dias de hoje é cada vez mais importante a informação contabilística, mas é importante que essa informação seja transparente e fidedigna. No entanto, algumas empresas desejam apresentar resultados positivos e parecerem melhores que os seus concorrentes. Para tal, algumas empresas manipulam as DF, umas recorrem a fraudes, outras optam pela gestão de resultados ou por outras palavras recorrem à CC (Cardoso et al., 2018) e praticam a mesma no âmbito do normativo contabilístico.

A CC pode ser vista como uma estratégia das empresas para melhorar alguns indicadores financeiros (Berinde et al., 2012). Um desses indicadores financeiros estratégicos é o desempenho das empresas. A medição do desempenho financeiro da empresa fornece informação sobre a atividade da empresa no passado, permite avaliar o presente e fazer previsões para o futuro (Forza & Salvador, 2000).

No caso dos gestores, muitas vezes a sua remuneração está diretamente associada aos lucros corporativos ou a métricas de desempenho vinculadas aos ganhos. Portanto, não é de se espantar que a gestão recorra a CC, que surge como uma ferramenta notavelmente eficaz para gestores que procuram aumentar o desempenho financeiro das empresas e assim conseguirem remunerações maiores (Li & Thibodeau, 2019).

A exigência de transparência na informação coloca os gestores sob considerável pressão no que respeita aos assuntos relacionados ao negócio e à necessidade de atender às expectativas das partes interessadas, ao mesmo tempo em que procuram otimizar o desempenho (Mutuc et al., 2019).

Para que os gestores consigam tomar as melhores decisões para que a empresa atinja o seu melhor desempenho, quer seja financeiro ou não financeiro, é necessário que os mesmos possuam uma visão geral da empresa. Sendo que para atingir esse bom desempenho é necessária informação financeira de qualidade, assim como um sistema de controlo interno de qualidade (Monteiro et al., 2021).

Monteiro et al. (2021), afirmam ainda que empresas que obtêm uma má qualidade no seu sistema de controlo interno tendem a apresentar uma informação financeira com menos qualidade. Assim sendo, existe um maior risco de controlo e a uma diminuição da transparência da informação, levando posteriormente a que as partes interessadas confiem menos nas DF.

A recorrência continua a PCC afeta assim a precisão de avaliação das partes interessadas e que no longo prazo afeta o desempenho das empresas (Bhasin, 2016). Afeta também a qualidade dos relatórios financeiros, onde se encontram as DF, os quais são utilizados pelas partes interessadas para avaliar o desempenho da empresa (Lukman & Irisha, 2020).

Quando o assunto é a medição de desempenho, na literatura é usado o termo Sistemas de Medição de Desempenho (*Business Process Management* - BPM). Franco-

Santos et al. (2007) propõem cinco categorias de sistemas de BPM, nomeadamente as apresentadas na tabela 3:

Tabela 3 - Categorias BPM

Categorias	Descrição
Medir o desempenho	Monitorizar o processo e medir/avaliar o desempenho;
Gestão de estratégias	Planear, formular e implementar as estratégias
Comunicação	Comunicação interna e externa
Influenciar Comportamentos	Recompensar ou compensar comportamentos, passando por gerir relações e controlo
Aprendizagem e melhoria	Feedback e melhoria do desempenho

Fonte Franco-Santos, et al. (2007)

2.10 Reputação empresarial

A reputação tem vindo a tornar-se num dos focos mais importantes das empresas, principalmente para se destacarem dos seus concorrentes. Os pontos chave da reputação são a imagem e identidade da empresa (Chun, 2005). A reputação influencia vários aspetos como, por exemplo, a satisfação, a lealdade do cliente e a própria permanência dos funcionários na empresa. Além disso, a reputação pode influenciar os investidores na tomada de decisão quanto a avançar com um investimento ou não (Chun, 2005).

A reputação pode ser vista como um julgamento coletivo que é feito por expectadores que têm como base a avaliação dos seguintes impactos: financeiros, sociais e ambientais (Clard, 2012). Diana e Beatrice (2010) elucidam que a reputação de uma empresa pode ser definida por um vasto número de aspetos, passando desde o ambiente de trabalho até as DF.

Keshta et al. (2020), consideram que a reputação é um dos ativos intangíveis mais cruciais que uma empresa pode possuir. Além disso, é imprescindível que a empresa esteja constantemente a preservar e fortalecer a sua reputação, tanto internamente quanto externamente, uma vez que essa é uma das principais variáveis para o êxito da organização. Essa sólida reputação não só atrai e fideliza clientes, mas também diferencia a empresa de seus concorrentes.

Uma reputação negativa pode causar vários prejuízos para as empresas. Para Keshta et al. (2020), um desses prejuízos passam pelo aumento das perdas e diminuição da quota de mercado. Os autores defendem, que para se precaverem destas situações, as empresas devem ter o seu foco nos clientes e demais partes interessadas para obter uma reputação boa e distinta no mercado. Os autores ainda classificam a reputação como uma estratégia indispensável para obter uma vantagem estratégica e para a criação de valor, apresentando as seguintes vantagens de uma boa reputação:

- Atração de novos clientes;
- Fidelidade dos atuais clientes;
- Aumento do valor da empresa;
- Satisfação por parte dos colaboradores;
- Fortalecimento de relações empresariais;
- Maior facilidade em atrair investidores;
- Maior facilidade de atrair mão de obra qualificada.

Para evitar uma reputação negativa, o ser humano, neste caso os gestores, tentam proteger-se a si mesmo e à empresa de comentários que possam afetar a reputação de ambos negativamente (Gross & De Dreu, 2019). Os autores ainda concluem que em consequência desta tentativa de evitar comentários, surgem grupos cooperativos o que torna mais difícil a cooperação global (Gross & De Dre, 2019) afirmam ainda que a reputação pode ter como base experiências e vivências passadas. No entanto, os mesmos autores levantam também a hipótese que a reputação pode ser baseada numa amizade e que este facto pode dificultar a relação e cooperação com empresas externas.

Segundo o estudo de Bhasin (2016), o efeito da manipulação contabilística pode ser desastroso e pode levar a que a empresa perca totalmente a sua reputação e integridade no mercado. Na mesma linha, Tassadaq e Malik (2015) afirmam que os principais lesados dos efeitos das PCC são as empresas pois as mesmas perdem a sua reputação e credibilidade no mercado.

CAPÍTULO III – OBJETIVOS E HIPÓTESES DE ESTUDO

No terceiro capítulo desta investigação encontram-se os objetivos, o modelo conceptual e as hipóteses de investigação.

3.1 Objetivos do estudo

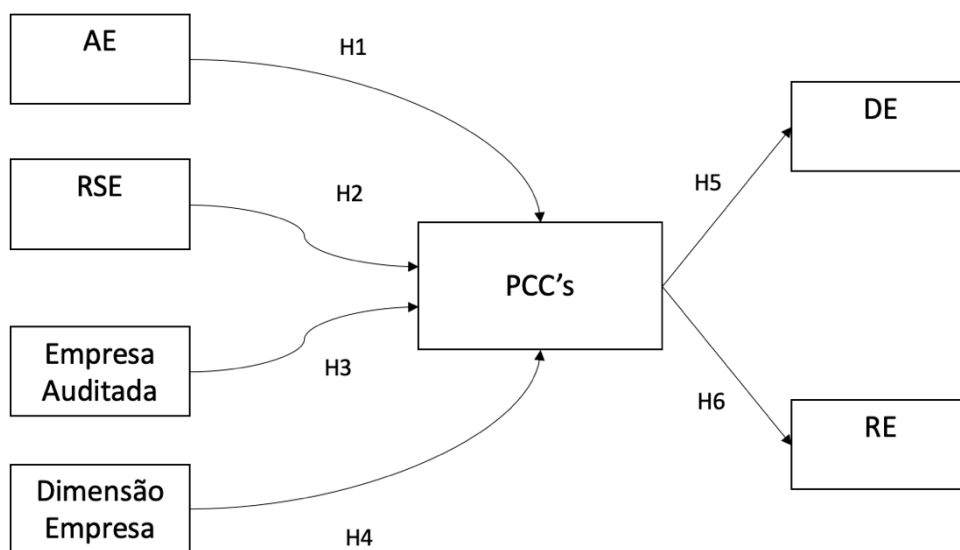
O principal objetivo desta investigação é analisar os fatores atenuantes das Práticas de Contabilidade Criativa e o seu impacto no desempenho e reputação da empresa. Em concreto, a investigação tem como objetivo desenvolver e avaliar um modelo que (1) avalie se empresas de menor dimensão, com atitude ética, socialmente responsáveis e auditadas são as menos propensas a desenvolverem práticas de contabilidade criativa e (2) se estas empresas são as que alcançam melhor desempenho e obtêm uma melhor reputação no mercado. Mais especificamente, é objetivo deste estudo avaliar se:

1. A Atitude Ética é um fator inibidor das Práticas de Contabilidade Criativa;
2. A Responsabilidade Social Empresarial é um fator inibidor das Práticas de Contabilidade Criativa;
3. As empresas auditadas são menos propensas a desenvolverem Práticas de Contabilidade Criativa;
4. A Dimensão é um fator inibidor das Práticas de Contabilidade Criativa;
5. As Práticas de Contabilidade Criativa influenciam diretamente o Desempenho Empresarial;
6. As Práticas de Contabilidade Criativa influenciam diretamente a Reputação Empresarial.

3.2 Modelo conceptual

Os objetivos de investigação estão refletidos no modelo conceptual apresentado na Figura 1. Como pode-se observar, os objetivos acima descritos dão lugar a 6 hipóteses de investigação.

Figura 1 – Modelo conceptual



Legenda: AE – Atitude Ética; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; PCC – Práticas de Contabilidade Criativa; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial.

As hipóteses formuladas neste estudo têm como base a revisão de literatura.

Como referido anteriormente, Shah et al. (2011) defendem que o grande problema da CC está na intenção de como é usada e não propriamente no seu uso. Assim sendo, se a CC for bem utilizada, de forma ética e legal, e não violar nenhum dos princípios ou regras contabilísticas, pode ser útil e gerar benefícios para as empresas.

A ética é um elemento-chave tanto na sociedade como na conduta dos profissionais (Santos & Grateron, 2003). Camargo et al (2014) consideram que as administrações das empresas aliciam os profissionais a ajustar resultados indo assim contra a ética profissional.

Lemos (2017), afirma que a PCC não se encontra em conformidade com os princípios deontológicos dos contabilistas, uma vez que essas mesmas práticas contribuem para manipular as DF e, conseqüentemente, apresentar uma imagem infiel e alterada das empresas.

Cardoso et al. (2018) afirmam que as PCC colocam em causa a AE dos contabilistas. Montenegro e Rodrigues (2020, p. 301), no seu estudo, relacionam a ética e as PCC e verificam que “os antigos alunos de contabilidade apresentam atitudes éticas mais fortes em relação à gestão dos resultados contabilísticos do que os estudantes de contabilidade”. Neste contexto, surge a primeira hipótese de investigação do presente estudo:

***H1:** Empresas com profissionais que percecionam as PCC com antiéticas são menos propensas ao desenvolvimento de PCC.*

No mesmo sentido que a ética, Shafer (2015) defende que os mercados também estão a dar cada vez mais importância a causas sociais e a empresas socialmente responsáveis. O autor conclui que com toda a ênfase existente do mercado na RSE, esta pode ajudar a diminuir a motivação para recorrer a PCC. Nesse sentido, Ji et al. (2012) chegam à conclusão de que empresas que são mais responsáveis socialmente são, no geral, empresas mais éticas e reflexivas moralmente.

Velayutham (2018) defende que os gestores que estão envolvidos em causas sociais e, assim, sendo considerados responsáveis socialmente, são menos propensos a desenvolverem PCC. Mutuc et al. (2019) afirmam que empresas que têm uma forte relação com políticas sustentáveis estão menos relacionadas com PCC. Face ao exposto, neste estudo é formulada a segunda hipótese desta investigação:

***H2:** As empresas envolvidas em ações de RS são menos propensas ao desenvolvimento de PCC.*

Dias, Cunha, Sales e Bezerra (2016) concluem que as normas e as leis devem ser seguidas rigorosamente. Neste estudo, onde uma grande parte dos inquiridos são auditores, indicou que o que não é proibido por lei é então permitido pela mesma. Além de que, também achou plausível que a administração pudesse gerir alguns resultados. Já na perspetiva do auditor, se for dado um parecer de auditoria favorável, o mesmo está a alegar que todas as divulgações contabilísticas da empresa estão a cumprir os normativos contabilísticos e também com a lei. Nesta mesma investigação, realizada por Dias et al.

(2016), alguns contabilistas concordaram com a hipótese de procurar lacunas nos normativos e nas leis que permitam recorrer às PCC.

Momani (2013) defende que os auditores têm um papel fundamental no que diz respeito a acrescentar credibilidade as DF. O autor refere que os auditores estão preparados e qualificados para detetar PCC, uma vez que possuem um vasto conhecimento sobre contabilidade e auditoria. O mesmo estudo revelou que os auditores que seguem as regras éticas da sua profissão é, possivelmente, o melhor método para a deteção de PCC, além de que podem não só detetar, mas arranjar soluções para evitar o uso dessas práticas, dado que a profissão de auditor a vê como negativa (Momani, 2013).

A auditoria está, então, relacionada à PCC, pois se houver um padrão de auditoria na empresa há menos CC (Yadav, 2014). Deste modo, surge a terceira hipótese desta investigação que é perceber se o facto de uma empresa ser auditada influencia o recurso ou não a práticas de CC.

H3: Empresas auditadas são menos propensas à PCC

Abed et al. (2020) e Oliveira e Linhares (2007) referem que os grandes escândalos relacionados com o uso da CC chamaram a atenção para as PCC. Todos esses escândalos foram associados a grandes empresas.

Kim et al. (2003), afirmam que as médias e grandes empresas se envolvem de forma mais agressiva com as PCC, principalmente, para reportar lucros menores. Esses escândalos foram registados em grandes empresas, surgindo assim a quarta hipótese do atual estudo:

H4: As empresas de menor dimensão são as menos propensas a desenvolver PCC

O foco desta investigação é analisar se recorrer a PCC influencia o DE e a RE.

O DE é considerado um elemento-chave para a gestão e tem vários fatores em consideração na sua avaliação, segundo Forza e Salvador (2000).

Cohen e Zarowin (2010) defendem, no seu estudo, que a PCC afeta negativamente o desempenho real das empresas a longo prazo. Por sua vez, a reputação é também uma peça chave para as empresas, chegando Stacks et al. (2013) a indicar a mesma como um

dos fatores que pode impulsionar o sucesso ou fracasso das empresas. Bhasin (2016) conclui que o efeito da manipulação contábilística pode ser desastroso, pois a mesma pode levar a uma perda da RE. No mesmo sentido, os autores Tassadaq e Malik (2015) afirmam que os principais lesados com as PCC são as empresas, uma vez que com a descoberta da utilização destas práticas as mesmas perdem a sua reputação e a credibilidade no mercado.

Assim, neste estudo são formuladas as seguintes hipóteses de investigação:

H5: *Empresas mais reticentes à PCC apresentam melhor desempenho.*

H6: *Empresas mais reticentes à PCC são as que têm melhor reputação no mercado.*

Para uma interpretação mais clara dos fundamentos das hipóteses deste estudo, a tabela 5 apresenta as hipóteses assim como a sua fundamentação teórica.

Tabela 4 - Síntese das hipóteses

Hipóteses	Relação	Autores
H1	AE – PCC	Santos & Grateron (2003); Shah et al. (2011); Camargo et al (2014); Shafer, 2015; Lemos (2017); Cardoso et al (2018).
H2	RSE – PCC	Jin et al. (2012); Shafer (2015); Velayutham (2018); Mutuc et al. (2019).
H3	Empresa Auditada – PCC	Rabin (2005); Momani (2013); Yadav (2014); Dias et al (2016);
H4	Dimensão da Empresa – PCC	Kim et al. (2003); Oliveira & Linhares (2007); Abed et al (2020).
H5	PCC - DE	Forza e Salvador (2000); Cohen e Zarowin (2010)
H6	PCC - RE	Stacks et al. (2013); Tassadaq e Malik (2015); Bhasin (2016).

Legenda: AE – Atitude Ética; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; PCC– Práticas de Contabilidade Criativa; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação

Após a apresentação dos objetivos desta investigação, assim como do modelo conceptual e das hipóteses de investigação, o presente capítulo descreve a metodologia de investigação seguida neste estudo.

4.1 Instrumentos de medida

A abordagem metodológica utilizada nesta investigação é quantitativa, implementada através da aplicação de um inquérito por questionário. O inquérito, elaborado no software *LimeSurvey*, foi aplicado aos gestores e aos contabilistas certificados de empresas portuguesas.

A seleção das empresas foi realizada, no dia 5 de julho de 2023, na base de dados SABI, onde foram aplicados os seguintes filtros: (1) empresas ativas, (2) empresas com email e (3) empresas com um número de trabalhadores igual ou superior a 40. Com estes filtros o SABI gerou uma listagem com 9 572 empresas.

O filtro foi aplicado para empresas com mais de 40 trabalhadores uma vez que as empresas não necessitam de ter obrigatoriamente mais de 50 colaboradores para se considerarem pequenas empresas.

O público-alvo deste estudo são gestores e contabilistas certificados de empresas portuguesas, o que torna o risco de obter poucas respostas elevado. Assim sendo, o link ao inquérito foi enviado, por email, às 9 572 empresas (ao cuidado do público-alvo deste estudo).

4.2 Pré-teste

Numa fase inicial, o inquérito foi sujeito a um pré-teste. Este consistiu no envio do link ao questionário a 3 gestores e 3 contabilistas certificados para que analisassem o inquérito e as questões do mesmo. Com base neste pré-teste foi exequível clarificar algumas questões do inquérito e acrescentar outras.

4.3 Estrutura questionário

O inquérito encontra-se dividido em 8 partes (apêndice 1). A primeira parte está relacionada com as características individuais do profissional, a segunda parte diz respeito às características da empresa, a terceira às PCC e a quarta parte está relacionada com a AE. A quinta, sexta e sétima parte inclui questões sobre a RSE, o DE e a RE, respetivamente. A escala de 5 pontos de *Likert* foi utilizada para avaliar cada variável latente do modelo conceptual proposto.

A tabela 5 apresenta dados do inquérito que permitem avaliar as características individuais do profissional (CIP) (Montenegro & Rodrigues, 2020; Figueiras et al., 2021; Silva, 2021).

Tabela 5 - Características individuais do profissional (CIP)

Código	Item	Opções de Resposta	Autores
CIP1	Género	<input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Outros	Figueiras et al. (2021)
CIP2	Idade	Resposta Aberta	Adaptado de Montenegro e Rodrigues (2020)
CIP3	Habilitações Académicas	<input type="checkbox"/> 12º ano <input type="checkbox"/> Bacharelado <input type="checkbox"/> Licenciatura <input type="checkbox"/> Mestrado <input type="checkbox"/> Doutoramento	Adaptado de Silva (2021)
CIP4	Área de Formação	<input type="checkbox"/> Contabilidade <input type="checkbox"/> Contabilidade e Administração/Gestão <input type="checkbox"/> Gestão <input type="checkbox"/> Economia <input type="checkbox"/> Auditoria <input type="checkbox"/> Fiscalidade <input type="checkbox"/> Outros _____	
CIP5	Experiência Profissional	<input type="checkbox"/> < a 2 anos <input type="checkbox"/> Entre 2 a 5 anos <input type="checkbox"/> > a 5 anos	Adaptado de Montenegro e Rodrigues (2020)
CIP6	Função na empresa	<input type="checkbox"/> Gestor <input type="checkbox"/> Gestor proprietário <input type="checkbox"/> Contabilista Certificado	
CIP7	Exerce Funções em mais que uma empresa?	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	

A tabela 6 permite avaliar as Características da Empresa (CE). Como este estudo aplica-se a pequenas, médias e grandes empresas, optou-se por colocar micro entidades para ser possível a identificação e posterior eliminação das observações não abrangidas neste estudo.

Tabela 6 - Características da empresa (CE)

Código	Item	Opções de Resposta	Nota
CE1	Dimensão	<input type="checkbox"/> Microempresa <input type="checkbox"/> Pequena Empresa <input type="checkbox"/> Média Empresa <input type="checkbox"/> Grande Empresa	
CE2	Empresa auditada	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	
CE3	Empresa Cotada	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	
CE4	Elabora relatórios de sustentabilidade	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	
CE5	Contém um código de ética	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	

A tabela 7 permite avaliar a frequência com que as empresas recorrem a PCC. As PCC apresentadas foram adaptadas de Silva (2020), que por sua vez realizou uma adaptação de Figueira (2017) e Remenarić et al. (2018).

Tabela 7 - Praticas de contabilidade criativa (PCC)

Código	Item	Autores
Indique a frequência com que a empresa utiliza as seguintes PCC para alcançar um determinado resultado contabilístico?		
PCC01	Seleção/alteração do método, vida útil e valor residual dos ativos para reconhecer gastos de depreciações e amortizações mais vantajosos para a empresa.	Adaptado de José Figueira (2017);
PCC02	Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de produção.	
PCC03	Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de aquisição de ativos.	
PCC04	Capitalizar as despesas com investigação e desenvolvimento no custo do ativo sem certeza de que o ativo proporcionará benefícios económicos futuros para a entidade.	
PCC05	Alteração do critério valorimétrico dos inventários.	
PCC06	Antecipar/adiar o reconhecimento de gastos com provisões.	

PCC07	Aumentar/reduzir o valor das provisões.	Remenarić <i>et al.</i> (2018)
PCC08	Adiar/antecipar o reconhecimento de rendimentos ou gastos.	
PCC09	Alienação de um ativo e aquisição, imediatamente a seguir, de um ativo idêntico em locação financeira ou operacional.	
PCC10	Compensar ativos com passivos e rendimentos com gastos.	
PCC11	Prática de preços diferentes aos de mercado em transações Intra grupo.	
PCC12	Preferência em emitir obrigações convertíveis (uma vez que podem ser reconhecidas no capital próprio e no passivo).	
PCC13	Adiar/Antecipar o reconhecimento de perdas por imparidade ou contabilizar o ativo por valores superiores ou inferiores ao de mercado.	
Escala de <i>Likert</i> : 1. Nunca; 2. Raramente; 3. Ocasionalmente; 4. Frequentemente e 5. Muito frequente		

Fonte: Silva (2021)

Aquando da análise preliminar dos dados, a escala de *Likert* utilizada para avaliar as PCC será invertida para: 1 – Muito Frequente, 2 – Frequente, 3 – Ocasionalmente, 4 – Raramente e 5 – Nunca.

A tabela 8 apresenta a escala de medida que permite avaliar a percepção sobre a ética profissional relativamente às PCC, a qual foi adaptada de Silva (2021), José Figueira (2017) e Remenarić *et al.* (2018).

Tabela 8 - Atitude ética do profissional (AEP)

Código	Item	Autores
Indique a sua opinião sobre a ética das seguintes PCC?		
AEP01	Seleção/alteração do método, vida útil e valor residual dos ativos para reconhecer gastos de depreciações e amortizações mais vantajosos para a empresa.	Adaptado de Figueira (2017); Remenarić <i>et al.</i> (2018)
AEP02	Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de produção.	
AEO03	Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de aquisição de ativos.	
AEP04	Capitalizar as despesas com investigação e desenvolvimento no custo do ativo sem certeza de que o ativo proporcionará benefícios económicos futuros para a entidade.	
AEP05	Alteração do critério valorimétrico dos inventários.	
AEO06	Antecipar/adiar o reconhecimento de gastos com provisões	

AEO07	Alienação de um ativo e aquisição, imediatamente a seguir, de um ativo idêntico em locação financeira ou operacional.	
AEP08	Compensar ativos com passivos e rendimentos com gastos.	
AEP09	Prática de preços diferentes aos de mercado em transações Intra grupo.	
AEP10	Preferência em emitir obrigações convertíveis (uma vez que podem ser reconhecidas no capital próprio e no passivo).	
AEP11	Adiar/Antecipar o reconhecimento de perdas por imparidade ou contabilizar o ativo por valores superiores ou inferiores ao de mercado.	
Escala de <i>Likert</i> : 1. Totalmente ético; 2. Ético; 3. Neutro; 4. Não ético e 5. Totalmente antiético		

Fonte Silva (2021)

Aquando da análise preliminar dos dados, a escala de *Likert* aplicada à variável AEP será invertida para: 1 – Totalmente Antiético, 2 – Não Ético, 3 – Neutro, 4 – Ético e 5 – Totalmente Ético.

A escala de medida apresentada na tabela 9 está relacionada com o construto RSE. Trata-se de uma escala de *likert* de 5 pontos, a qual avalia a concordância com os itens desenvolvidos por Jin et al. (2013), Bianchi e Bruno (2019), Glavas e Kelley (2014), Dicon e Ennew (1996), Bianchie Bruno (2019) e Vercic e Corié (2018).

Tabela 9 - responsabilidade social empresarial (RSE)

Código	Item	Autores
Indique o seu grau de concordância em relação as seguintes afirmações de responsabilidade social		
RSE1	A empresa tem um forte compromisso com a responsabilidade social além dos interesses dos acionistas	Jin et al. (2013)
RSE2	A empresa incentiva os funcionários a participar em projetos e atividades de serviço comunitário	Jin et al. (2013)
RSE3	A empresa integra contribuições filantrópicas nas suas atividades empresariais	Bianchi e Bruno (2019)
RSE4	A empresa alcança os seus objetivos enquanto está focada nos seus impactos ambientais e sociais	Adaptado de Glavas & Kelley (2014)
RSE5	A empresa preocupa-se com a saúde, segurança e bem-estar dos funcionários	Adaptação de Dicon e Ennew (1996))
RSE6	A empresa preocupa-se com questões ambientais	Bianchi & Bruno (2019)
RSE7	A empresa atua de forma honesta com os seus clientes/fornecedores	Adaptado de Bianchi e Bruno (2019)
RSE8	A empresa respeita a regulamentação e a lei	Bianchi e Bruno (2019)
RSE9	A empresa esta preocupada com a melhoria do bem-estar da sociedade	Vercic e Corié (2018)
RSE10	Em geral, a empresa é socialmente responsável	Bianchi e Bruno (2019)
Escala de <i>Likert</i> : 1. Discordo Totalmente; 2. Não Concordo; 3. Neutro; 4. Concordo e 5. Concordo Totalmente		

A tabela 10 avalia o DE, sendo na sua maioria baseada nos estudos de Monteiro et al. (2022), apenas um item é baseado de Jin et al. (2013). O último item resultou do pré-teste.

Tabela 10 - Desempenho empresarial (DE)

Código	Item	Autores
Qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações?		
DE1	Os padrões éticos e as diretrizes da empresa influenciam positivamente o seu DE.	Adaptação Jin, et al. (2013)
DE2	A empresa tem melhorado o seu serviço ao cliente	Monteiro et al. (2022)
DE3	A empresa tem melhorado as condições do trabalho independentemente da função do empregado	Monteiro et al. (2022)
DE4	A empresa tem melhorado o seu desempenho em termos de responsabilidade social	Monteiro et al. (2022)
DE5	A empresa tem melhorado os seus rácios de retenção dos empregados	Monteiro et al. (2022)
DE6	Em termos gerais a empresa tem obtido um bom desempenho	
Escala de <i>Likert</i> : 1. Discordo Totalmente; 2. Não Concordo; 3. Neutro; 4. Concordo e 5. Concordo Totalmente		

A escala apresentada na tabela 11 permite avaliar a RE, a qual é composta por seis itens baseados nos estudos de Gonçalves et al. (2009) e Bianchi e Bruno (2019).

Tabela 11 - Reputação empresarial (RE)

Código	Item	Autores
Qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações?		
RE1	A empresa oferece produtos e serviços de alta qualidade	Gonçalves et al. (2009)
RE2	A empresa tem fortes perspectivas de crescimento no futuro	Gonçalves et al. (2009)
RE3	A empresa tende a destacar-se dos seus concorrentes	Adaptado de Gonçalves et al. (2009)
RE4	A empresa, em geral, tem uma boa reputação no mercado	Bianchi e Bruno (2019)
RE5	A empresa é respeitada no mercado	Bianchi e Bruno (2019)
RE6	A empresa é uma das melhores no seu setor de atividade	Bianchi e Bruno (2019)
Escala de <i>Likert</i> : 1. Discordo Totalmente; 2. Não Concordo; 3. Neutro; 4. Concordo e 5. Concordo Totalmente		

4.4 Recolha de dados

Como anteriormente referido, o inquérito foi elaborado na plataforma *LimeSurvey* e a divulgação do mesmo foi realizada via email, sendo o mesmo dirigido a gestores e a contabilistas certificados, como é visível no apêndice 2. A divisão dos emails por

contabilistas certificados e gestores foi feita de forma aleatória, sendo enviados 4 786 email a gestores e 4 786 emails a contabilistas certificados. Sendo que houve 346 emails devolvidos.

Durante o estudo obteve-se 259 observações.

4.5 Análise de dados

A análise dos dados começa com uma análise preliminar dos dados, após a exportação dos mesmos da plataforma *LimeSurvey*, em formato *Excel*. O passo seguinte foi codificar os itens do inquérito para facilitar o tratamento e interpretação dos dados. Posteriormente, os dados serão importados para o software estatístico SPSS.

Todos os processos de Filtragem de dados serão executados no software SPSS, e incluem quatro etapas: (1) tratamento dos dados ausentes, (2) avaliação de dados extremos, (3) análise da tendência central e normalidade e (4) avaliação da dimensão da amostra. Após a preparação adequada dos dados, segue-se para a caracterização e análise da amostra.

Foram exclusas 20 observações uma vez que as mesmas não se enquadravam neste estudo, pois as profissões dos inqueridos não era nem gestores nem contabilista certificado, ficando a amostra representada por 239 observações. Dado o elevado número de gestores e contabilistas certificados, este estudo utiliza uma amostra de conveniência e não probabilística.

4.5.1 Avaliação do modelo de medida

Este estudo aplica como técnica estatística o Modelo de Equações Estruturais (MEE). A avaliação do modelo de medida é conduzida no software estatístico AMOS.

A Análise Fatorial Exploratória é utilizada em pesquisas onde inicialmente não se possui informações sobre a correlação entre as variáveis em estudo. Em contrapartida, a análise fatorial confirmatória é utilizada em investigações onde já existe uma previsão da correlação das variáveis, sendo apenas necessário validar a estrutura fatorial (Marôco, 2010). Dessa forma, a análise fatorial confirmatória representa o primeiro passo na

avaliação de um MEE, que inclui tanto o modelo de medida quanto o modelo causal (Marôco, 2010).

Hancock e Mueller (2001) distinguem dois tipos de análises fatoriais (exploratória e confirmatória), ressaltando que a análise fatorial confirmatória é um método valioso que abrange a conceção do modelo, a identificação das estimativas dos parâmetros, bem como a avaliação do ajustamento e possíveis modificações do modelo. Segundo Marôco (2010, p. 172), a análise fatorial confirmatória é o primeiro passo na avaliação de um MEE (modelo de medida + modelo causal).

A escolha da matriz de entrada e da técnica de estimação é um aspeto crítico. Ainur et al. (2017) destacam métodos como máxima verossimilhança, mínimo quadrado generalizado, mínimo quadrado ponderado e distribuição assintótica para estimar os parâmetros do MEE. Entretanto, o método da máxima verossimilhança é considerado o método padrão em diversos *softwares* estatísticos, como o AMOS (Byrne, 2001).

O MEE é composto por dois submodelos: o submodelo de medida e o submodelo estrutural (Marôco, 2010). Foram utilizados símbolos específicos para representar esses submodelos, conforme demonstrado na Tabela 12.

Tabela 12 - Símbolos usados na representação gráfica do MEE

Símbolo	Significado
□	Variável manifesta ou variável observada
○	Variável latente (fatores ou erros)
→	Relação causal (de causa para efeito)
↔	Relação recursiva ou de feedback
↔	Relação correlacional

Fonte: Vale (2020)

A análise de modelos estatísticos envolve a distinção entre variáveis manifestas e latentes. As variáveis manifestas são diretamente observáveis, enquanto as variáveis latentes são inferidas a partir das manifestas e não são observáveis por si só (Neves, 2018). Além disso, ao avaliar a adequação do modelo, é crucial considerar três aspetos essenciais: a viabilidade das estimativas dos parâmetros, os erros padrões e a significância estatística das estimativas dos parâmetros (Byrne, 2001).

Para aferir a qualidade de ajuste do modelo é necessário recorrer a índices e valores de referência específicos, os quais são apresentados na tabela 13. Estes indicadores são fundamentais para a avaliação das medidas de ajustamento, tanto para o modelo de medida quanto para o modelo estrutural, fornecendo uma visão abrangente da validade e eficácia do modelo proposto (; Hair et al., 1998; Rohani, Yusof & Mohamad, 2009; Marôco, 2010).

A tabela 13 revela quais as medidas e os valores de referência a considerar na avaliação do ajustamento do modelo de medida e estrutural, mostrando quais são os não aceitáveis, os aceitáveis ou razoáveis e os valores indicadores de um modelo com ajustamento bom.

Tabela 13 - Medidas e valores de ajustamento MEE

	Índice	Explicação	Valores de referência
Medidas Absolutas	$\chi^2/g.l.$ Normed Chisquare	– Valor de qui- quadrado obtido em relação aos graus de liberdade	Aproximadamente 1; ajustamento muito bom. Entre 2 e 3; bom ajustamento. Até 5; ajustamento aceitável.
	RMSEA – Root Mean Square Error of Approximation	Considerando os níveis de liberdade, quantifica a diferença entre o modelo teórico e o modelo observado.	Menor a 0,05; bom ajustamento. Entre 0,05 e 0,08; ajustamento razoável. Entre 0,08 e 0,09; ajustamento aceitável.
	GFI – Goodness	Avalia o nível de concordância global ao comparar os quadrados dos resíduos entre os valores previstos e os dados da amostra.	Menor a 0.80; mau ajustamento. Iguala 0; ajustamento pobre. Entre 0,80 e 0,90; ajustamento aceitável. Entre 0,90 e 0,95; bom ajustamento. Igual 1; ajustamento perfeito.

Medidas Incrementais	AGFI – Adjusted Goodness-of-Fit Index	Similar ao índice NFI, leva em consideração a dimensão da amostra.	Entre 0,80 (valor mínimo para ser aceitável) e 0,90; ajustamento aceitável. Acima 0.90; bom ajustamento.
	NFI – Normed Fit Index	Contrapõe o modelo sugerido ao modelo nulo.	Inferior a 0,8; mau ajustamento Entre 0.83 (valor para ser considerado aceitável) e 0,90; ajustamento aceitável. Acima 0.90; bom ajustamento.
	CFI – Comparative Fit Index	Similar ao índice NFI, foi desenvolvido para considerar a dimensão da amostra, corrigindo as restrições do NFI.	Inferior a 0,80; ajustamento fraco. Entre 0,80 e 0,90; ajustamento aceitável. Entre 0,90 e 0,95; bom ajustamento. Entre 0,95 e 1; ajustamento muito bom. Igual a 1; ajustamento perfeito.
Medidas Parcimoniosas	PNFI – Parsimonious Normed Fit Index	Adapta o NFI com base nos níveis de liberdade	Inferior a 0,60; mau ajustamento Entre 0,60 e 0,80; bom ajustamento; Superior a 0,8; muito bom ajustamento.
	PGFI – Parsimonious Goodness-OF-Fit Index	Adapta o GFI com base nos níveis de liberdade	Inferior a 0,60; mau ajustamento. Entre 0,60 e 0,80; bom ajustamento razoável. Acima de 0,80; muito bom ajustamento.

Fontes: Adaptado de Hair et al. (1998), Marôco (2010) e Sedera et al. (2004)

Embora o modelo de medida possa apresentar um ajustamento global satisfatório, é essencial avaliar a unidimensionalidade, a fiabilidade e a validade dos construtos (Marôco, 2010).

A fiabilidade é determinada pelos *scores* das medições das variáveis observadas, refletindo o grau de consistência de cada construto (Bilich, Silva & Ramos, 2006). Marôco (2010, p. 172) afirma que a *Compositive Reliability* serve para medir a fiabilidade dos construtos, devendo os mesmos apresentar um valor superior a 0,70.

A validação dos construtos implica a análise da validade convergente e discriminante. A validade convergente é confirmada quando o comportamento dos construtos é explicado pelo fator em estudo, enquanto a validade discriminante é estabelecida quando os fatores não apresentam correlação entre si (Marôco, 2010). A validade convergente é verificada quando os coeficientes estandardizados são superiores a 0,5. Para se verificar a validade discriminante, que é analisada pela média da variância extraída, é necessário que a mesma seja superior a 0,5 (Hair et al., 1998; Marôco, 2010).

Após a verificação da adequação do modelo de medida, estão reunidas as condições para avançar para a terceira fase, que consiste na avaliação do modelo estrutural.

CAPÍTULO V – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este capítulo é dedicado à análise dos dados e discussão dos resultados. Com o intuito de avaliar o modelo teórico proposto, a análise de dados envolve: (1) a análise preliminar dos dados e caracterização da amostra, (2) a avaliação do modelo de medida e (3) a análise do modelo estrutural. Neste capítulo realiza-se ainda a discussão dos resultados.

5.1 Análise preliminar dos dados

5.1.1 Dados em falta

Quando um participante do inquérito opta por não responder a uma questão do questionário, considera-se essa ausência de resposta como um dado ausente (Grung & Manne, 1998). No entanto, no estudo em questão, não resultou dados em falta.

5.1.2 Dimensão da amostra

Lakatos e Marconi (1999) afirmam que a amostra representa uma porção do universo, escolhida de forma adequada.

Hair et al. (1998) recomendam que ao utilizar o método da máxima verossimilhança para estimar o modelo, é essencial ter uma amostra entre 100 e 150 observações. De acordo com esses autores, uma amostra ideal deve variar entre 100 e 200 observações, devendo ultrapassar 200 quando se verifica uma das seguintes condições: quando o modelo possui muitas variáveis, quando os dados não seguem uma distribuição normal. Por sua vez, Monteiro et al. (2012), afirmam que não é possível quantificar a dimensão exata de uma amostra necessária. Já Pilali e Laros (2007) defendem que amostras entre os 200 e 500 são funcionais quando se utiliza o método máxima verossimilhança e o de quadros mínimos ponderados.

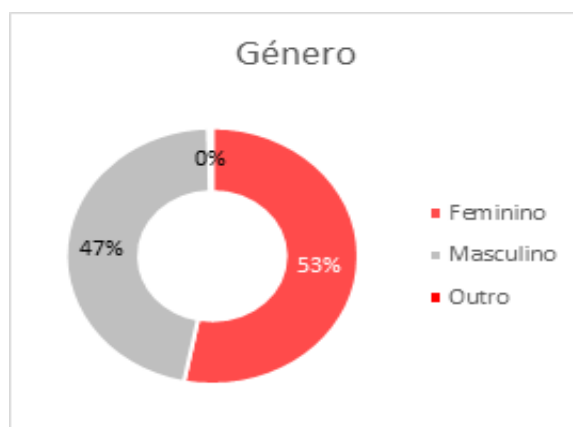
5.1.3 Caracterização da amostra

Neste subponto, apresenta-se o perfil dos inquiridos, bem como o das empresas que eles representam.

5.1.3.1 Caracterização inqueridos

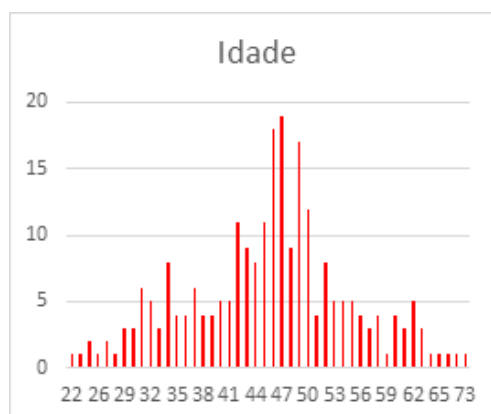
Relativamente ao género dos inquiridos, 126 (53%) respondentes são do género feminino e 112 (47%) respondentes são do género masculino. Um dos inquiridos não se identifica nem o género feminino, nem masculino, optando pela opção outro. (Figura 2).

Figura 2 - Género dos inqueridos



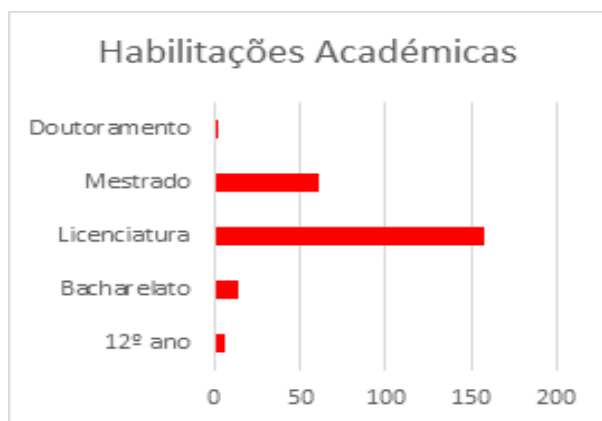
Quanto à idade dos respondentes deste inquérito, a grande maioria encontra-se entre os 42 e 50 anos, sendo que a idade com mais inqueridos é a de 47 anos, somando um total de 19 inqueridos (Figura 3).

Figura 3 - Idade dos inqueridos



No que diz respeito às habilitações académicas dos inqueridos, a maioria possui a Licenciatura, mais precisamente 156, ficando assim com uma percentagem de 65,6%. Logo de seguida, com mestrado são 61 inqueridos (25,3%). Nas restantes habilitações, encontram-se 6 (2,5%) inqueridos com o 12º ano, 14 (5,8%) com bacharelato e 2 (0,8%) com doutoramento (Figura 4).

Figura 4 – Habilitações académicas inqueridos



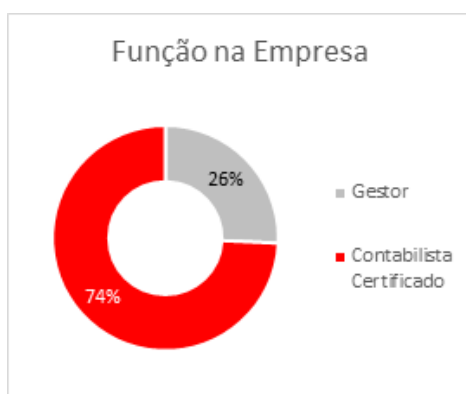
Dos 239 inqueridos, 227 (95%) apresentam uma experiência profissional superior a 5 anos experiência, 11 (4,6%) inquiridos apresentam entre 2 e 5 anos de experiência e apenas 1 inquerido tem menos de dois anos de experiência profissional. (Figura 5).

Figura 5 - Experiência profissional dos inqueridos



Quanto à função que cada inquerido assume na empresa, existem 177 (74,3%) contabilistas certificados, formando assim cerca de um terço da nossa amostra, e 62 gestores (25,7%) (Figura 6).

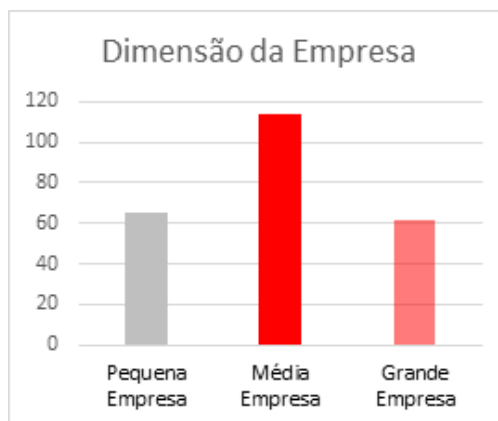
Figura 6 - Função dos inquiridos na empresa



5.1.3.2 Caracterização empresa

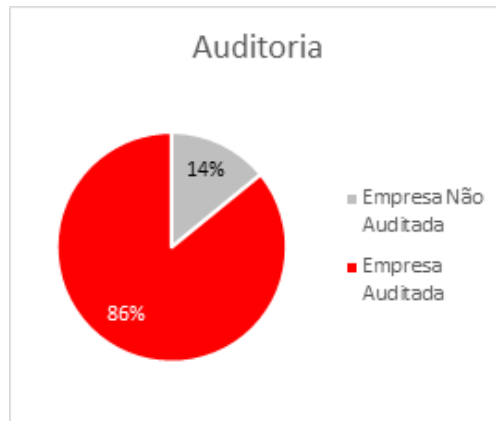
Relativamente à dimensão das empresas que os inqueridos representam, 112 (47,3%) empresas são consideradas médias empresas. De seguida, encontra-se uma percentagem muito próxima entre pequenas e grandes empresas, sendo 65 (27%) pequenas empresas e 62 (25,7%) grandes empresas (Figura 7).

Figura 7 - Dimensão das empresas que os inqueridos representa



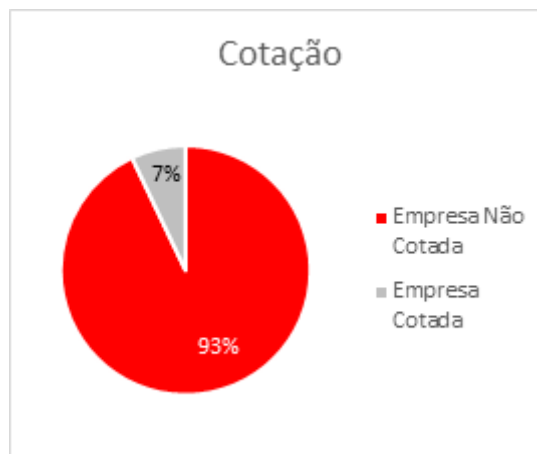
No campo da auditoria, mais de metade das empresas que os inqueridos representam, ou seja, 205 (86%), são empresas auditadas. Assim sendo, apenas 34 (14%) das empresas da amostra não são empresas auditadas (Figura 8).

Figura 8 - Empresas auditadas



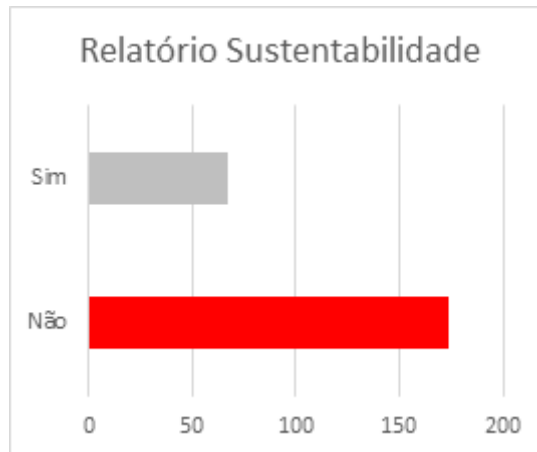
Quanto à cotação, 222 (93%) empresas que os inqueridos representam são empresas não cotadas em bolsa e apenas 17 (7%) empresas são empresas cotadas (Figura 9).

Figura 9 - Empresas cotadas



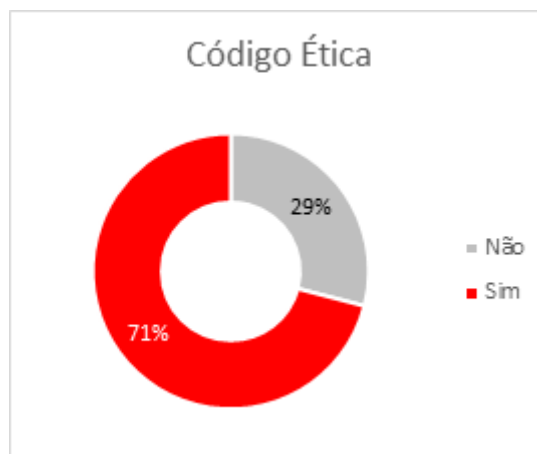
Relativamente à elaboração de RS por parte das empresas, 172 (72,2%) não elaboram RS e apenas 67 (27,8%) elaboram o mesmo (Figura 10).

Figura 10 - Relatório sustentabilidade



Quanto à existência de um código de ética, 169 (71%) empresas do presente estudo afirmaram ter um código de ética e 70 (29%) afirmaram não possuir o mesmo (Figura 11).

Figura 11 - Código ética



Uma vez concluída a análise descritiva dos dados, avança-se para a análise do modelo de medida.

5.2 Avaliação modelo medida

A verificação do modelo de medida envolve uma análise individual de cada um dos construtos. Essa análise é conduzida através do *software* AMOS, e quaisquer arredondamentos são executados automaticamente pelo programa mencionado

A tabela 14 apresenta os valores de ajustamento do modelo de medida iniciais para as dimensões PCC, AEP, RSE e DE. Sendo que a mesma não apresenta valores para as Dimensão e Empresa Auditada, uma vez que as mesmas são representadas por um único item (variáveis diretamente observáveis).

Tabela 14 - Medidas de ajustamento inicial dos construtos

	Medidas Absolutas			Medidas Incrementais			Medidas Parcimoniosas	
	X ² /gl	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	CFI	PNFI	PGFI
PCC	7,322	0,163	0,747	0,645	0,785	0,807	0,654	0,533
AEP	9,862	0,193	0,719	0,606	0,813	0,829	0,677	0,513
RSE	8,938	0,183	0,755	0,615	0,789	0,807	0,614	0,480
DE	3,659	0,106	0,958	0,903	0,947	0,961	0,568	0,411
RE	11,622	0,211	0,857	0,667	0,899	0,906	0,539	0,367

Uma vez que é necessário melhorar o ajustamento do modelo de medida, devido ao facto de o mesmo não apresentar bons parâmetros, será necessário eliminar alguns itens dos construtos.

A tabela 15 apresenta os itens que foram retidos assim como aqueles que foram eliminados, tendo por base a análise fatorial confirmatória.

Tabela 15 - Itens retidos e itens eliminados com base na análise fatorial confirmatória

Construto	Itens Retidos	Itens Eliminados
PCC	PCC01; PCC06; PCC08 e PCC013	PCC02; PCC03; PCC04; PCC05; PCC07; PCC09; PCC10; PCC11 e PCC12
AEP	AEP01; AEP05; AEP10; AEP12 e AEP13	AEP02; AEP03; AEP04; AEP07; AEP08; AEP09 e AEP11
RSE	RSE01; RSE05; RSE06; RSE09 e RSE10	RSE02; RSE03; RSE04; RSE7 e RSE08
DE	DE01; DE02; DE03; DE05 e DE06	DE04;
RE	RE01; RE03; RE04 e RE06	RE02 e RE06

Legenda: AEP – Atitude Ética Profissional; PCC– Práticas de Contabilidade Criativa; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial

Posteriormente, realizou-se a análise da fiabilidade, da unidimensionalidade e validade dos construtos considerando apenas os itens retidos. A tabela 16 evidencia os resultados:

Tabela 16 - Resultados do modelo de medida

Construtos	c.e
PCC (Práticas de Contabilidade Criativa) (CR= 0,914 e MVE= 0,611)	
PCC01	0,673
PCC06	0,890
PCC08	0,862
PCC13	0,674
AEP (Atitude Ética Profissional) (CR= 0,954 e MVE= 0,870)	
AEP01	0,752
AEP05	0,870
AEP10	0,845
AEP12	0,832
AEP13	0,866
RSE (Responsabilidade Social Empresarial) (CR= 0,815 e MVE= 0,943)	
RSE01	0,711
RSE05	0,751
RSE06	0,780
RSE09	0,880
RSE10	0,899
DE (Desempenho Empresarial) (CR= 0,926 e MVE= 0,738)	
DE01	0,627
DE02	0,83
DE03	0,823
DE05	0,75
DE06	0,699
RE (Reputação Empresarial) (CR= 0,906 e MVE= 0,582)	

RE01	0,697
RE03	0,716
RE04	0,829
RE06	0,802

Legenda: c.e.: coeficiente estandardizado; CR: *Composite Reliability*; MVE: Média da Variância Extraída

Os cálculos da *Composite Reliability* e da Média da Variância Extraída (MVE) encontram-se disponíveis dos apêndices 5 ao 9.

Para avaliar a adequação das escalas de medida, analisa-se a unidimensionalidade das medidas, a validade (convergente e discriminante) e a confiabilidade dos construtos integrados no modelo teórico proposto (Marôco, 2010).

A *Composite Reliability* mede a fiabilidade do construto e com valores de *Composite Reliability* superiores a 0.70 em cada um dos construtos, está comprovada a fiabilidade dos modelos de medida (Marôco, 2010)

Dado que os valores dos coeficientes estandardizados de cada construto excedem 0,50, confere-se a validade convergente e a unidimensionalidade das medidas. Adicionalmente, a validade discriminante também é verificada, uma vez que a MVE de cada construto é superior a 0,50 (Steenkamp & van Trijp, 1991).

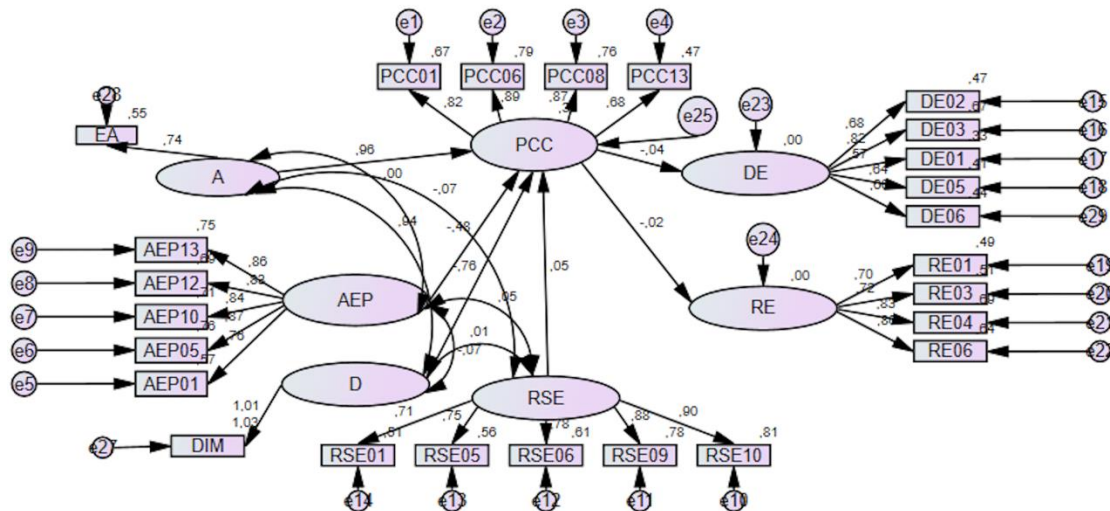
5.3 Avaliação modelo estrutural

Uma vez finalizada a avaliação do modelo de medida, o próximo passo é dedicado à avaliação do modelo estrutural. De seguida será feita a avaliação do modelo teórico e testadas as hipóteses de investigação.

5.3.1 Avaliação modelo estrutural inicial

A figura 12 apresenta a avaliação do modelo inicial, que foi construído tendo como base a avaliação de cada construto individualmente.

Figura 12 – Resultados do modelo estrutural inicial alterado



Legenda: AEP – Atitude Ética Profissional; PCC– Práticas de Contabilidade Criativa; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; A – Empresa Auditada; D – Dimensão; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial

A tabela 17, apresenta as medidas de ajustamento global do modelo estrutural inicial.

Tabela 17 - Medidas de ajustamento global do modelo estrutural inicial

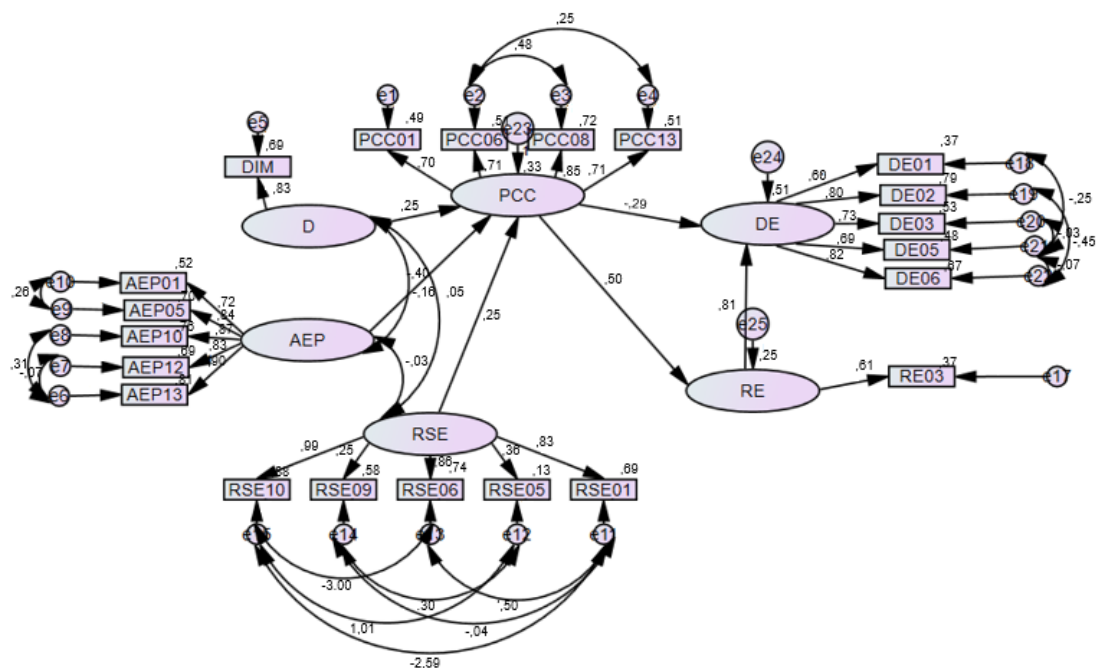
	Medida	Valor	Resultado
Medidas Absolutas	X ² /g.l	3,84	Ajustamento aceitável
	RMSEA	0,109	Ajustamento não aceitável
	GFI	0,757	Ajustamento pobre
Medidas Incrementais	AGFI	0,705	Ajustamento não aceitável
	NFI	0,712	Ajustamento fraco
	CFI	0,768	Ajustamento aceitável
Medidas Parcimoniosas	PNFI	0,636	Ajustamento razoável
	PGFI	0,624	Ajustamento razoável

Uma vez que os indicadores de ajustamento do modelo estrutural inicial não apresentam bons indicadores de ajustamento, irá ser feita uma extensa revisão de modo a obter indicadores de ajustamento do modelo aceitáveis de forma a extrair conclusões fiáveis.

5.3.2 Avaliação modelo estrutural revisto

A revisão foi extensa e demorada, uma vez que os indicadores de ajustamento do modelo inicial não eram na sua maioria aceites. Após a análise de todas as variáveis e relações, eliminou-se a relação entre Empresa Auditada e PCC (A – PCC) e os itens RE01, RE04 e RE04. O *software* AMOS sugere ainda que se adicione covariâncias entre os erros existentes em cada construto. Assim, foram acionadas as seguintes covariâncias: e2-e3; e2-e4; e6-e7; e6-e8; e9-e10; e11-e13; e11-e14; e11-e15; e12-e14; e12-e15; e13-e15; e18-e21; e19-e21; e21-e21; e21-e11(figura 13). Estas foram as alterações necessárias para chegar a um modelo com ajustamento aceitável.

Figura 13 - Modelo teórico revisto



Legenda: AEP – Atitude Ética Profissional; PCC– Práticas de Contabilidade Criativa; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; D – Dimensão; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial

No que diz respeito ao modelo teórico estrutural revisto, o mesmo apresenta-se com ajustamentos aceitáveis em todos os parâmetros. A tabela 18 permite observar as medidas de ajustamento do modelo estrutural revisto.

Tabela 18 - Medidas de ajustamento global do modelo estrutural inicial

	Medida	Valor	Resultado
Medidas Absolutas	X ² /g.l	2,742	Bom ajustamento
	RMSEA	0,086	Ajustamento aceitável
	GFI	0,839	Ajustamento aceitável
Medidas Incrementais	AGFI	0,800	Ajustamento aceitável
	NFI	0,831	Ajustamento aceitável
	CFI	0,885	Ajustamento aceitável
Medidas Parcimoniosas	PNFI	0,717	Ajustamento razoável
	PGFI	0,638	Ajustamento razoável

Por sua vez, a tabela 19 apresenta a avaliação do modelo estrutural revisto. Neste modelo foi excluída a hipóteses H3 (A-PCC), para ser possível obter um modelo que fosse viável para o estudo atual.

Segundo Marôco (2010), para que o modelo seja considerado explicativo no que diz respeito a variáveis dependentes, o R² deve ser igual ou superior a 0,25. Como é observado na tabela 19, esse requisito é cumprido em todas as variáveis dependentes.

No modelo revisto, todas as relações mostram-se estatisticamente significativas (tabela 19).

Tabela 19 - Resultados da avaliação do modelo estrutural revisto

Hipóteses	Relação	Coefficiente não estandardizado	Coefficiente estandardizado	P-value	R ²
H1	AEP - PCC	-0,354	-0,402	***	0,322
H2	RSE - PCC	0,310	0,253	***	
H5	D - PCC	0,310	0,253	***	
H6	PCC - DE	-0,229	-0,295	***	0,510
H7	PCC - RE	0,310	0,496	***	0,250

Legenda: AE – Atitude Ética; PCC – Práticas de Contabilidade Criativa; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; D – Dimensão; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial; R² – coeficiente de determinação; *** - Significância ao nível de 0,1%

5.3.3 Avaliação direto, indireto e total

Neste estudo são também analisados os efeitos diretos, indiretos e totais das variáveis. Nesta análise não foi necessário proceder a cálculos, uma vez que o *software* AMOS gera de forma automática a informação. Essa informação é apresentada na seguinte tabela:

Tabela 20 - Efeitos diretos, indiretos e totais

	Direto	Indireto	Total
Efeitos na PCC			
D - PCC	0,253		0,253
AEP - PCC	-0,402		-0,402
RSE - PCC	0,253		0,253
Efeitos no DE			
PCC - DE	-0,295		-0,295
D – PCC - DE		0,026	0,026
AEP - PCC - DE		-0,030	-0,030
RSE – PCC - DE		0,026	0,026
Efeitos na RE			
PCC - RE	0,496		0,496
D – PCC - RE		0,096	0,96
AEP - PCC - RE		-0,109	-0,109
RSE – PCC - DE		0,096	0,096

Legenda: AE – Atitude Ética; PCC– Práticas de Contabilidade Criativa; RSE – Responsabilidade Social Empresarial; D – Dimensão; DE – Desempenho Empresarial; RE – Reputação Empresarial

Pela análise realizada ao modelo revisto é possível observar que Dimensão (D), AEP e RSE têm um efeito direto nas PCC, sendo o efeito de D e RSE positivo e de AEP negativo. A tabela 20 expõe que o efeito direto de D em PCC é de 0,253, de AEP em PCC de -0,402 e de RSE em PCC de 0,253. No que diz respeito ao DE, é possível observar que a PCC tem efeito direto negativo, de -0,295, nesta variável. Quanto à RE, é possível observar um efeito direto positivo de 0,496 com origem nas PCC.

Quando ao efeito indireto, a tabela acima revela que nas seguintes relações D – PCC – DE e RSE – PCC – DE o efeito indireto é positivo de 0,026. O efeito indireto relacionado com a relação AEP – PCC – DE é negativo de -0,030. Observa-se ainda que

as relações D – PCC – RE e RSE – PCC – RE apresentam um efeito positivo de 0,96, enquanto a relação AEP – PCC – RE apresenta um efeito indireto negativo de -0,096.

No ponto 5.4 serão discutidos e analisados os resultados deste estudo.

5.4 Discussão dos resultados

Este estudo foi desenvolvido com o objetivo de analisar se a ética, a dimensão, a auditoria e a RS têm impacto nas PCC e se esta variável tem influência no DE na reputação da mesma no mercado.

O modelo teórico inicial deste estudo era composto por seis hipóteses. No entanto, foi alterado, excluindo, por questões de ajustamento do modelo estrutural, a hipótese H3, ficando o modelo com 6 hipóteses (H1, H2, H4, H5, H6 e H7).

Após a exclusão da hipótese H3, obteve-se um modelo que se mostrou com ajustamento adequado. Os resultados do modelo indicam que existe uma significância estatística ($p < 0,001$), entre a AEP e as PCC. Assim, os resultados vão ao encontro dos resultados obtidos no estudo de Shafer (2015), pois indicam que as questões éticas ajudam a inibir as PCC. Montenegro e Rodrigues (2020), no seu estudo, avaliam as PCC como práticas antiéticas e verificam também que as mesmas têm um efeito negativo nas PCC. Esses resultados estão alinhados com os obtidos nesta investigação.

H1 – Suportada

Empresas com profissionais que percebem as PCC com antiéticas são menos propensas ao desenvolvimento de PCC.

Quanto à RSE, os resultados mostram que a RS tem um impacto positivo nas PCC ($p < 0,001$), isto é, as empresas envolvidas em ações de RS são as que se envolvem menos em PCC. Assim, a hipótese H2 é suportada neste estudo.

Uma vez que a hipótese é suportada, este estudo vai ao encontro do estudo de Shafer (2015), o qual revela que o mercado se preocupa, cada vez mais, com causas sociais e que esse interesse pode ajudar a inibir as PCC. Este estudo está também alinhado com o estudo de Velayutham (2018), onde o autor conclui que os gestores que se

envolvem em causas sociais e que são considerados socialmente responsáveis são menos propensos ao desenvolvimento de PCC. Os autores Mutuc et al. (2019), no seu estudo, concluem que as empresas com uma forte relação com políticas sustentáveis são menos propensas a desenvolver PCC. Resultados esses que estão de acordo com a H2 deste estudo.

H2 – Suportada

As empresas envolvidas em ações de RS são menos propensas ao desenvolvimento de PCC.

No que diz respeito à relação entre auditoria e as PCC, esta foi eliminada do estudo uma vez que o modelo inicial não se apresentava com ajustamento aceitável. Depois de várias hipóteses de uma extensa revisão, testando a eliminação de outras hipóteses, esta hipótese acabou por ser eliminada. Assim sendo, sobre esta relação o presente estudo não apresenta qualquer resultado.

H3 – Não analisada

Empresas auditadas são menos propensas à PCC.

A relação entre a Dimensão da empresa e a PCC, apesar de se ter mostrado significativa ($p < 0,001$) não é suportada pelo estudo, uma vez que os resultados mostram que empresas de pequena dimensão são mais propensas a desenvolverem PCC do que as empresas de grande dimensão. Assim sendo, este estudo não corrobora com o estudo de Kim et al. (2003), pois conclui que as empresas de grande dimensão se envolvem mais agressivamente nas PCC. No entanto, este estudo corrobora os estudos de Scott (2023), que afirma que quanto maior a dimensão de uma empresa mais fraca deve ser a sua relação com as PCC, e de Figueira (2017), que verifica que as PCC são desenvolvidas na sua maioria em empresas de pequena dimensão.

H4 – Não Suportada

As empresas de menos dimensão são as menos propensas a desenvolver PCC.

Quanto á relação entre PCC e DE, neste estudo mostrou-se uma relação significativa ($p < 0,001$). No entanto, esta relação não é suportada neste estudo, uma vez que os resultados indicam que a relação é negativa. Com isto, conclui-se que as empresas mais reticentes à PCC não são as que apresentam melhor desempenho. Assim, este estudo não corrobora o estudo de Cohen e Zarowin (2010), o qual mostra que o desenvolvimento de PCC afeta negativamente o DE. Contudo, os resultados vão ao encontro do estudo de Umobong e Ironkwe (2017), o qual revela que a manipulação de dados financeiros melhora o DE.

H5 – Não Suportada

Empresas mais reticentes à PCC apresentam melhor desempenho.

A relação entre PCC e RE mostrou-se significativa ($p < 0,001$) e positiva neste estudo, assim, as empresas que desenvolvem menos PCC são as que apresentam uma melhor reputação no mercado. Bhasin (2016), no seu estudo, concluiu que a manipulação de dados poderia ter impacto negativamente na reputação. Tassadaq e Malik (2015) defendem que a descoberta do desenvolvimento de PCC por parte do público afeta negativamente a RE. Este estudo corrobora os resultados de estudos prévios.

H6– Suportada

Empresas mais reticentes à PCC são as que têm melhor reputação no mercado.

Uma vez concluída a análise e discussão de resultados, no próximo capítulo serão exibidas as conclusões deste estudo, assim como as contribuições e limitações. No mesmo capítulo são apresentadas sugestões para estudos futuros.

Neste último capítulo são apresentadas as principais conclusões obtidas neste estudo, as contribuições e limitações do mesmo, assim como linhas para investigação futura.

6.1 Conclusões do estudo

A qualidade da informação e a existência de um bom controlo interno de qualidade são essenciais para que as empresas consigam atingir um bom desempenho (Monteiro et al., 2021). A qualidade da informação que é divulgada afeta não só o desempenho, mas também a reputação das empresas, sendo que esta tem vindo a ganhar cada vez mais peso nos mercados atuais (Diana & Beatrice, 2010).

Nos últimos anos, houve um crescente interesse pelas PCC devido aos escândalos associados às mesmas. No entanto, o desenvolvimento dessas práticas afeta o desempenho e a reputação das empresas (Bhasin, 2016, Tassadaq & Malik, 2015). Nesse seguimento, o principal objetivo deste estudo é estudar os fatores que inibem as PCC e o seu respetivo impacto no DE e RE.

Para alcançar o objetivo do estudo, foi utilizada uma amostra de 239 portugueses, cujo inquiridos foram 177 contabilistas certificados e 62 gestores. Assim, foi possível analisar se a ética, a RSE e a dimensão das empresas inibem as PCC e se, conseqüentemente, a não adoção de PCC apresentam impacto positivo no desempenho e reputação empresarial.

Uma vez que a auditoria foi afastada do modelo proposto, não foi possível testar a H3 (relação entre a auditoria e as PCC), pelo que as conclusões desta investigação são referentes as restantes hipóteses propostas.

Os resultados obtidos revelam que a AEP tem um impacto negativo no desenvolvimento das PCC, mostrando que a ética profissional é um fator inibidor das PCC. Assim, este estudo está em conformidade com os resultados obtidos de Shafer (2015) e Montenegro e Rodrigues (2020), os quais sugerem que a ética tem efeitos negativos nas PCC e que é um fator inibidor destas práticas. Quanto à relação entre RSE e PCC, este estudo conclui que a RSE é um fator inibidor das PCC e que as empresas devem adotar mais práticas de RS com o objetivo de ajudar a diminuir as PCC. Este

estudo corrobora os resultados obtidos de Shafer (2015) e Velayutham (2018), que demonstram preocupação do mercado com práticas socialmente responsáveis e que empresas com políticas de RS são menos propensas a desenvolver PCC. Na relação entre Dimensão e PCC, este estudo conclui que quanto maior a dimensão de uma empresa menos propensa é a empresa para desenvolver PCC. Assim, empresas de pequenas dimensões são mais propensas a desenvolver PCC. Este estudo não corrobora o estudo de Kim et al. (2003), que associa as PCC a grandes empresas, mas vai ao encontro dos estudos de Scott (2003) e Figueira (2017), os quais mostram que quanto maior a empresa mais fraca a sua relação com PCC e que micro e pequenas empresas são mais propensas a desenvolver estas práticas inovadoras no âmbito da contabilidade.

Os resultados mostram ainda que o DE aumenta quando aumentam as PCC, ou seja, quanto mais PCC as empresas desenvolverem maior o seu desempenho empresarial. Umobong e Ironkwe (2017) concluem, no seu estudo, que quanto maior a manipulação de dados financeiros maior o desempenho da empresa. Resultados deste estudo reforça essa informação. Por sua vez, Cohen e Zarowin (2010) afirmam que envolver a empresa em PCC afeta negativamente o resultado das empresas e neste estudo não é possível afirmar o mesmo. Já na relação entre PCC e RE este estudo revela que as empresas menos propensas à PCC obtêm melhor reputação junto do mercado, mostrando que as PCC influenciam negativamente a RE. Este estudo corrobora, então, os estudos de Bhasin (2016) e Tassadaq e Malik (2015), os quais mostram que as PCC coloca em causa a RE, afetando negativamente a mesma.

Em suma, este estudo conclui que a ética, RSE e a dimensão são fatores que inibem as PCC e, conseqüentemente, as PCC afetam positivamente o DE, mas negativamente a RE.

6.2 Contribuições deste estudo

Esta investigação revela-se importante principalmente para as empresas, uma vez que permite dar a conhecer fatores que inibem as PCC, assim como alguns impactos que essas práticas podem causar nas empresas. Ainda mais em Portugal, um país onde é escasso o número de estudos sobre o tema da CC.

O estudo contribui ainda para incentivar os gestores a desenvolverem mais práticas de RS nas suas empresas, uma vez que empresas socialmente responsáveis se envolvem menos em PCC. Nesse mesmo sentido, revela-se útil para os políticos, pois devem desenvolver medidas políticas que promova a sustentabilidade das empresas para que estas, conseqüentemente, estejam menos envolvidas em PCC e passem a divulgar informação mais fidedigna.

No caso dos contabilistas, o estudo também se revela importante pois dá a conhecer fatores que inibem as PCC, assim como as conseqüências das mesmas, sendo eles os responsáveis pela preparação da informação financeira.

6.3 Limitações do estudo

O presente estudo apresenta algumas limitações. Em primeiro lugar, não existe a certeza de que o inquérito não tenha sido preenchido unicamente por gestores e contabilistas certificados. Apesar de ter sido indicado expressamente no email enviado que o mesmo era dirigido a gestores e contabilistas certificados, não existe uma certeza absoluta de que o critério tenha sido cumprido.

Outra limitação deste estudo, foi o facto de não ter sido colocada a opção de “não sei” ou “não aplicável” nas questões avaliadas numa escala de likert de 5 pontos, o que pode ter forçado alguns dos inqueridos a responder a algumas questões sem certezas.

Devido ao elevado número da população, este estudo optou por utilizar uma amostra de conveniência e não uma amostra probabilística, podendo esta escolha, ser uma limitação para a generalização dos resultados.

6.4 Linhas para futuras investigações

Para investigações futuras sugere-se que seja aplicada outras variáveis como é o caso de empresas cotadas. Como Yadav (2014) afirma que empresas cotadas são menos propensas a desenvolver PCC, seria, por isso, interessante corroborar essa informação. Uma vez que, a maioria dos estudos existentes relatam grandes escândalos de PCC fora da Europa, seria relevante analisar o uso dessas práticas nos países da UE. Também seria

interessante analisar se existem diferenças na percepção entre os contabilistas certificados e os gestores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abed, I. A., Hussin, N., Ali, M. A., Haddad, H., Shehadeh, M., & Hasan, E. F. (2022). Creative accounting determinants and financial reporting quality: Systematic literature review. *Risks*, 10(4), 76.
- Abed, I. A., Hussin, N., Ali, M. A., Nikkeh, N. S., & Mohammed, M. A. (2020). Creative Accounting Phenomenon in the Financial Reporting: A Systematic Review Classification, Challenges. *Technology Reports of Kansai University*, 62, 1-10.
- Abed, I. A., Hussin, N., Ali, M. A., Othman, R., & Mohammed, M. A. (2020). A Systematic Critical Review of Creative Accounting and Financial Reporting. *Technology Reports of Kansai University*, 62(9), 5113-5130.
- Abed, I. A., Hussin, N., Haddad, H., Al-Ramahi, N. M., & Ali, M. A. (2022). The moderating effects of corporate social responsibility on the relationship between creative accounting determinants and financial reporting quality. *Sustainability*, 14(3), 1195.
- Achim, M. V., Borlea, S. N., & Mare, C. (2016). Corporate governance and business performance: Evidence for the Romanian economy. *Journal of Business Economics and Management*, 17(3), 458-474.
- Ainur, A. K., Sayang, M. D., Jannoo, Z., & Yap, B. W. (2017). Sample Size and Non-Normality Effects on Goodness of Fit Measures in Structural Equation Models. *Pertanika Journal of Science & Technology*, 25(2) 575 – 586.
- Al Momani, M. A., & Obeidat, M. I. (2013). The effect of auditors' ethics on their detection of creative accounting practices: A field study. *International Journal of Business and Management*, 8(13), 118-136.
- Amat, O., & Gowthorpe, C. (2004). Creative accounting: nature, incidence and ethical issues. UPF Working Paper No. 749,
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411–423.
- Balaciu, D., Bogdan, V., & Vladu, A. B. (2009). A brief review of creative accounting literature and its consequences in practice. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 11(1), 170.

- Bebchuk, L. A., & Fried, J. M. (2003). Executive compensation as an agency problem. *Journal of economic perspectives*, 17(3), 71-92.
- Beiner, S., Drobetz, W., Schmid, F., & Zimmermann, H. (2004). Is board size an independent corporate governance mechanism? *Kyklos*, 57(3), 327-356.
- Bellini, E., Iraqi, Y., & Damiani, E. (2020). Blockchain-based distributed trust and reputation management systems: A survey. *IEEE Access*, 8, 21127-21151.
- Berinde, S. R., RăchiȚan, P. R., & GroȚanu, A. (2012). Qualitative study regarding the relationship between corporate governance and creative accounting. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(2) Vol. 21 Issue 2, 642-647.
- Bhasin, M. L. (2016). Survey of creative accounting practices: an empirical study. *Wulfenia Journal*, 23(1), 143-162.
- Bilich, F., da Silva, R., & Ramos, P. (2006). Flexibility analysis in an information economy: structural equation modeling. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 3(2), 93-122.
- Byrne, B. M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International journal of testing*, 1(1), 55-86.
- Botelho, Ducineli & Nunes, Florisval. (1999). A Evolução da Contabilidade numa Perspectiva Histórica. Conference: IV Encontro Nordestino de Contabilidade – ENECON, Salvador.
- Camargo, B. F., Barcellos, B., LINCK, I. M. D., & Neubauer, V. S. (2014). Contribuições da ética para a governança corporativa. *Revista da Universidade Vale do Rio Verde*, 12(2), 244-257.
- Chun, R. (2005). Corporate reputation: Meaning and measurement. *International journal of management reviews*, 7(2), 91-109.
- Comiskey, E., & Mulford, C. (2002). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. Aufl., Hoboken: John Wiley & Sons.
- Constante, F. (2010). A contabilidade como ferramenta gerencial aplicada em uma empresa do ramo industrial-comercial. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Ciências Contábeis), Centro Universitário Municipal de São José, USJ, São José.

- Clardy, A. (2012). Organizational reputation: Issues in conceptualization and measurement. *Corporate Reputation Review*, 15, 285-303.
- Dana Simona, G., & Matica, D.-E. (2011). From Creative Accounting Practices And Enron Phenomenon To The Current Financial Crisis. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 1, 3–3.
- de Albergaria Pinheiro, C. G. (2013). Acrescentar valor à organização com a Auditoria Interna [Doctoral dissertation] Instituto Politécnico do Porto.
- de Oliveira Cardoso, A. C., da Silva, K. D. C., Lopes, V. D. S. O., da Silva, C. A. M., D’Azevedo, R. M. P., & Guedes, K. P. (2018). Contabilidade criativa: nível de percepção dos discentes. *Revista de Iniciação Científica e Extensão*, 1(Esp 4), 373-389.
- Diana, B., & Beatrice, V. A. (2010). Creative accounting–players and their gains and loses. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 813-819.
- Dias, A. G. G., da Cruz Cunha, J. H., Sales, I. C. H., & Bezerra, P. C. S. (2016). Contabilidade Criativa, Ética e Gerenciamento de Resultados: Auditoria versus Academia. *Revista Administração em Diálogo-RAD*, 18(1), 133-151.
- Duarte, M., & Ribeiro, M. (2007). Contabilidade criativa: algumas abordagens. *Revista TOC*, 93(1), 1-35.
- Favoretto, A. B., Corrêa, F. P., da Silva, F. L., & Grecco, M. C. P. (2017). O gerenciamento de resultados contábeis e o controle de provisões. REDECA. *Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos*, 4(2), 113-125.
- Figueira, J. C. R. (2017). A contabilidade criativa em Portugal: a percepção dos contabilistas certificados. Dissertação Mestrado em Contabilidade e Finanças, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.
- Figueira, J. C., Monteiro, A. P., & Rua, O. L. (2021). Earnings Management Practices: The Certified Accountant’s Perspective. *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, 7(13).

- Forza, C., & Salvador, F. (2000). Assessing some distinctive dimensions of performance feedback information in high performing plants. *International Journal of Operations & Production Management*, 20, 359–385.
- Franco-Santos, M., Kennerley, M., Micheli, P., Martinez, V., Mason, S., Marr, B., Gray, D., & Neely, A. (2007). Towards a definition of a business performance measurement system. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(8), 784–801.
- Gherai, D. S., & Balaciu, D. E. (2011). From creative accounting practices and Enron phenomenon to the current financial crisis. *Annales Universitatis Apulensis-Series Oeconomica*, 13(1), 34-41.
- Grung, B., & Manne, R. (1998). Missing values in principal component analysis. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 42(1-2), 125-139.
- Gross, J., & De Dreu, C. K. (2019). The rise and fall of cooperation through reputation and group polarization. *Nature communications*, 10(1), 776.
- Gulin, D., Hladika, M., & Valenta, I. (2019). Digitalization and the Challenges for the Accounting Profession. *Entrenova-enterprise research innovation*, 5(1), 428-437.
- Hagerman, R. L., & Zmijewski, M. E. (1979). Some economic determinants of accounting policy choice. *Journal of accounting and economics*, 1(2), 141-161.
- Hancock, G. R., & Mueller, R. O. (2001). Rethinking construct reliability within latent variable systems. *Structural equation modeling: Present and future*, 195, 216.
- Jawad, F. A., & Xia, X. (2015). International financial reporting standards and moral hazard of creative accounting on hedging. *International Journal of Finance and Accounting*, 4(1), 60-70.
- Jin, K. G., Drozdenko, R., & DeLoughy, S. (2013). The role of corporate value clusters in ethics, social responsibility, and performance: A study of financial professionals and implications for the financial meltdown. *Journal of business ethics*, 112, 15-24.
- Keshta, M. S., El Talla, S. A., Al Shobaki, M. J., & Abu-Naser, S. S. (2020). Perceived organizational reputation and its impact on achieving strategic innovation. *International Journal of Academic Information Systems Research (IJASIR)*, 4(6), 34-60.
- Kim, Y., Liu, C., & Rhee, S. G. (2003). The relation of earnings management to firm size. *Journal of Management Research*, 4(1), 81-88.

Kurucz, E. C., Colbert, B. A., & Wheeler, D. (2008). The business case for corporate social responsibility. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Andrew Crane, p83-112.

Lemos, A. (2017). *A Contabilidade Criativa: Uma análise sobre o seu conhecimento em diferentes perspetivas: o aluno, o professor e o profissional*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade e Finanças, Instituto Politécnico de Setúbal.

Leuz, C., Nanda, D., & Wysocki, P. D. (2003). Earnings management and investor protection: an international comparison. *Journal of financial economics*, 69(3), 505-527.

Li, Z., & Thibodeau, C. (2019). CSR-contingent executive compensation incentive and earnings management. *Sustainability*, 11(12), 3421.

Lukman, H., & Irisha, T. (2020, December). The effect of creative accounting practices with statutory auditor as mediation, and accountant ethics standards on the reliability of financial statements. In *The 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)* (pp. 1023-1029). Atlantis Press.

Marconi, M. D. A., & Lakatos, E. M. (2012). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisa; amostragens e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados*. (7º ed). Atlas, 277.

Mackey, A., Mackey, T. B., & Barney, J. B. (2007). Corporate social responsibility and firm performance: Investor preferences and corporate strategies. *Academy of management review*, 32(3), 817-835.

Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. (1ª ed) ReportNumber, Lda.

Menezes Montenegro, T., & Lima Rodrigues, L. (2020). Determinants of the attitudes of Portuguese accounting students and professionals towards earnings management, *Journal of Academic Ethics*, 18(3), 301-332

Monteiro, A. P., Vale, J., & Silva, A. (2021). Factors determining the success of decision making and performance of Portuguese companies. *Administrative sciences*, 11(4), 108.

Monteiro, A. P., Vale, J., Leite, E., Lis, M., & Kurowska-Pysz, J. (2022a). The impact of information systems and non-financial information on company success. *International Journal of Accounting Information Systems*, 45, 100557.

- Monteiro, A., Rua, O., Pereira, C., & Figueira, J. (2022b). Accounting-based earnings management: motivations, players, implementation, and detection from the perspective of certified accountants. *Accounting*, 8(1), 81-90.
- Moreira, J. (2006). Are financing needs a constraint to earnings management? Evidence for private Portuguese firms. *Discussion Papers*, 10, 1-33.
- Mulford, C. W., & Comiskey, E. E. (2005). *The financial numbers game: detecting creative accounting practices*. John Wiley & Sons Inc.
- Niyama, J. K., Rodrigues, A. M. G., & Rodrigues, J. M. (2015). Algumas reflexões sobre contabilidade criativa e as normas internacionais de contabilidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 69-87.
- Niyama, J. K., Rodrigues, A. M. G., & Rodrigues, J. M. (2015). Algumas reflexões sobre contabilidade criativa e as normas internacionais de contabilidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 69-87.
- Omurgonulsen, M., & Omurgonulsen, U. (2009). Critical thinking about creative accounting in the face of a recent scandal in the Turkish banking sector. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(5), 651-673.
- Pereira, C., Monteiro, A., Silva, D., & Lima, A. (2023). Do the Levels of Environmental Sustainability Disclosure and Indebtness Affect the Quality of Earnings?. *Sustainability*, 15(4), 2871.
- Phornlaphatrachakorn, K. (2019). Internal control quality, accounting information usefulness, regulation compliance, and decision-making success: Evidence from canned and processed foods businesses in Thailand. *International Journal of Business*, 24(2), 198-215.
- Pilati, R., & Laros, J. A. (2007). Modelos de equações estruturais em psicologia: conceitos e aplicações. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 23(2), 205-216.
- Putri, P. N. (2018). Effect of accounting information system for internal control «Sippuh online» in pt. Dwimajaya Utama. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 80(8), 167-171.
- Rabin, C. E. (2005). Determinants of auditors' attitudes towards creative accounting. *Meditari accountancy research*, 13(2), 67-88.

- Rohani, J. M., Yusof, S. M., & Mohamad, I. (2009, December). The relationship between statistical process control critical success factors and performance: A structural equation modeling approach. In 2009 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management, 1352-1356, Hong Kong.
- Santos, A. D., & Grateron, I. R. G. (2003). Contabilidade criativa e responsabilidade dos auditores. *Revista Contabilidade & Finanças*, 14, 07-22.
- Scott, W.R. (2003). *Financial Accounting Theory* (3^a ed). Prentice Hall.
- Sedera, D., Gable, G., & Chan, T. (2004). A factor and structural equation analysis of the enterprise systems success measurement model. In Proceedings of the 10th Americas conference on information systems. Association for Information Systems, United States of America, 676-682.
- Shafer, W. E. (2015). Ethical climate, social responsibility, and earnings management. *Journal of Business Ethics*, 126(1), 43-60.
- Shah, S. Z. A., Butt, S., & Tariq, Y. B. (2011). Use or Abuse of Creative Accounting Techniques. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 531–536.
- Silva, A. F., & Cravo, D. (2009). Conclusões da conferência internacional sobre planeamento fiscal. *Revista TOC*, 106, 23-26.
- Silva, A. F. D., Weffort, E. F. J., Flores, E. D. S., & Silva, G. P. D. (2014). Earnings management and economic crises in the Brazilian capital market. *Revista de Administração de Empresas*, 54, 268-283.
- Silva, J. D. G. D. (2020). Determinantes da contabilidade criativa e seu impacto na qualidade da informação financeira e no sucesso da tomada de decisão. Dissertação Mestrado em Contabilidade e Finanças, Instituto Superior Contabilidade e Administração do Porto.
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Rallapalli, K. C., & Kraft, K. L. (1996). The perceived role of ethics and social responsibility: A scale development. *Journal of business ethics*, 15, 1131-1140.
- Stacks, D. W., Dodd, M. D., & Men, L. R. (2013). Corporate reputation measurement and evaluation. *The handbook of communication and corporate reputation*, 559-573.
- Steenkamp, J. B. E., & Van Trijp, H. C. (1991). The use of LISREL in validating marketing constructs. *International Journal of Research in marketing*, 8(4), 283-299.

Stolowy, H., & Breton, G. (2004). Accounts manipulation: A literature review and proposed conceptual framework. *Review of accounting and finance*, 3(1), 5-92.

Susmuş, T., & Demirhan, D. (2013). Creative accounting: a brief history and conceptual framework. *The handbook of communication and corporate reputation*. <http://www.akademikbakis.org/>

Sun, L., & Rath, S. (2010). Earnings management research: a review of contemporary research methods. *Global Review of accounting and Finance*, 1(1), 121-135.

Tassadaq, F., & Malik, Q. A. (2015). Creative accounting & financial reporting: model development & empirical testing. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2), 544-551.

Türegün, N. (2018). Effects of borrowing costs, firm size, and characteristics of board of directors on earnings management types: a study at Borsa Istanbul. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 25(1-2), 42-56.

Umobong, A. A., & Ironkwe, U. (2017). Creative accounting practices and financial performance of firms. *International Journal of Innovative Finance and Economics Research*, 5(1), 1-10.

Vale, J. A. M. (2020). Determinantes do sucesso das empresas portuguesas: o papel da qualidade dos sistemas de controlo interno e contabilístico e da informação empresarial. *Dissertação Mestrado em Contabilidade e Finanças, Instituto Superior Contabilidade e Administração do Porto*.

Valentine, S., & Fleischman, G. (2008). Professional ethical standards, corporate social responsibility, and the perceived role of ethics and social responsibility. *Journal of business ethics*, 82, 657-666.

Velayutham, E. (2018). Sustainability disclosure and earnings management. *Research handbook of finance and sustainability*, 532-549.

Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691-718.

Yadav, B. (2014). Creative accounting: An empirical study from professional prospective. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, 3(1), 38-53.

Apêndice I – Inquérito

Características do Individuais do Profissional

Caraterísticas Individuais do Profissional

<p>*Género</p> <p>● Escolha uma das seguintes respostas</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Feminino</p> <p><input type="radio"/> Outro: <input type="text"/></p>
<p>*Idade</p> <p>● Neste campo só é possível introduzir números.</p> <p><input type="text"/></p>
<p>*Habilitações Académicas</p> <p>● Escolha uma das seguintes respostas</p> <p><input type="radio"/> 12º Ano</p> <p><input type="radio"/> Bacharelado</p> <p><input type="radio"/> Licenciatura</p> <p><input type="radio"/> Mestrado</p> <p><input type="radio"/> Doutoramento</p>
<p>*Área de Formação</p> <p>● Seleccione todas as que se apliquem</p> <p><input type="checkbox"/> Contabilidade</p> <p><input type="checkbox"/> Contabilidade e Administração/Gestão</p> <p><input type="checkbox"/> Gestão</p> <p><input type="checkbox"/> Economia</p> <p><input type="checkbox"/> Auditoria</p> <p><input type="checkbox"/> Fiscalidade</p> <p><input type="checkbox"/> Outro: <input type="text"/></p>

✳️ **Experiência Profissional**

📌 Escolha uma das seguintes respostas

- < 2 anos
- Entre 2 a 5 anos
- > 5 anos

✳️ **Função na empresa**

📌 Selecione todas as que se apliquem

- Gestor
- Gestor Proprietário
- Contabilista Certificado
- Outro:

✳️ **Exerce Funções em mais que uma empresa ?**

📌 Escolha uma das seguintes respostas

- Sim
- Não

📌 Se respondeu que sim. Na resposta a este inquérito deve focar-se apenas numa das empresas que seja PME

Anterior

Seguinte

Características da Empresa

Caraterísticas da Empresa

✳️ **Dimensão**

📌 Escolha uma das seguintes respostas

- Pequena Empresa
- Média Empresa
- Grande Empresa

📌 De acordo com a União Europeia:

Pequena Empresa - não excede 2 dos 3 limites:

- Nº. médio de trabalhadores: 50; Volume de negócios: 10 milhões de euros; Total do balanço: 10 milhões de euros.

Média Empresa - não excede 2 dos 3 limites:

- Nº. médio de trabalhadores: 250; Volume de negócios: 50 milhões de euros; Total do balanço: 43 milhões de euros.

Grande Empresa - excede 2 dos 3 limites:

- Nº. médio de trabalhadores: 250; Volume de negócios: 50 milhões de euros; Total do balanço: 43 milhões de euros.

✳️ **Empresa auditada**

📌 Escolha uma das seguintes respostas

- Sim
- Não

*Empresa Cotada

● Escolha uma das seguintes respostas

Sim

Não

*Elabora relatórios de sustentabilidade

● Escolha uma das seguintes respostas

Sim

Não

*Contém um código de ética

● Escolha uma das seguintes respostas

Sim

Não

Anterior

Seguinte

PCC

Praticas de Contabilidade Criativa

Indique a frequência com que a empresa utiliza as seguintes PCCs para alcançar um determinado resultado contabilístico ?

*

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito frequente
Seleção/alteração do método, vida útil e valor residual dos ativos para reconhecer gastos de depreciações e amortizações mais vantajosos para a empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de produção.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de aquisição de ativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capitalizar as despesas com investigação e desenvolvimento no custo do ativo sem certeza de que o ativo proporcionará benefícios económicos futuros para a entidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alteração do critério valorimétrico dos inventários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antecipar/adiar o reconhecimento de gastos com provisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar/reduzir o valor das provisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adiar/antecipar o reconhecimento de rendimentos ou gastos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alienação de um ativo e aquisição, imediatamente a seguir, de um ativo idêntico em locação financeira ou operacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compensar ativos com passivos e rendimentos com gastos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prática de preços diferentes aos de mercado em transações intragrupo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preferência em emitir obrigações convertíveis (uma vez que podem ser reconhecidas no capital próprio e no passivo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adiar/Antecipar o reconhecimento de perdas por imparidade ou contabilizar o ativo por valores superiores ou inferiores ao de mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

★ Para além das práticas acima indicadas, a empresa pratica outras práticas de contabilidade criativa

● Escolha uma das seguintes respostas

- Não
- Sim, indique quais

Por favor, escreva o seu comentário aqui:

★ Em geral a empresa recorre com que frequência à prática de CC:

● Escolha uma das seguintes respostas

- Nunca
- Raramente
- Ocasionalmente
- Frequentemente
- Muito frequente

Anterior

Seguinte

Ética

Atitude Ética do Profissional

★ Indique a sua opinião sobre a ética das seguintes PPC?

	Totalmente ético	Ético	Neutro	Não ético	Totalmente antiético
Seleção/alteração do método, vida útil e valor residual dos ativos para reconhecer gastos de depreciações e amortizações mais vantajosos para a empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de produção.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selecionar as despesas a serem incluídas ou excluídas no custo de aquisição de ativos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capitalizar as despesas com investigação e desenvolvimento no custo do ativo sem certeza de que o ativo proporcionará benefícios económicos futuros para a entidade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alteração do critério valorimétrico dos inventários.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antecipar/adiar o reconhecimento de gastos com provisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar/reduzir o valor das provisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adiar/antecipar o reconhecimento de rendimentos ou gastos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alienação de um ativo e aquisição, imediatamente a seguir, de um ativo idêntico em locação financeira ou operacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compensar ativos com passivos e rendimentos com gastos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prática de preços diferentes aos de mercado em transações intragrupo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preferência em emitir obrigações convertíveis (uma vez que podem ser reconhecidas no capital próprio e no passivo).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adiar/Antecipar o reconhecimento de perdas por imparidade ou contabilizar o ativo por valores superiores ou inferiores ao de mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Responsabilidade Social Empresarial

Responsabilidade Social Empresarial

*Qual o seu grau de concordância em relação as seguintes afirmações de responsabilidade social

	Discordo totalmente	Não concordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
A empresa tem um forte compromisso com a responsabilidade social além dos interesses dos acionistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa incentiva os funcionários a participar em projetos e atividades de serviço comunitário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa integra contribuições filantrópicas nas suas atividades empresariais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa alcança os seus objetivos enquanto está focada nos seus impactos ambientais e sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa preocupa-se com a saúde, segurança e bem-estar dos funcionários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa preocupa-se com questões ambientais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa atua de forma honesta com os seus clientes/fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa respeita a regulamentação e a lei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa esta preocupada com a melhoria do bem-estar da sociedade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em geral, a empresa é socialmente responsável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anterior

Seguinte

Desempenho Empresarial

Desempenho Empresarial

*Qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações

	Discordo totalmente	Não concordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
Os padrões éticos e as diretrizes da empresa influenciam positivamente o seu desempenho empresarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tem melhorado o seu serviço ao cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tem melhorado as condições do trabalho independentemente da função do empregado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tem melhorado o seu desempenho em termos de responsabilidade social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tem melhorado os seus rácios de retenção dos empregados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em termos gerais a empresa tem obtido um bom desempenho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anterior

Seguinte

Reputação

Reputação Empresarial

Qual o seu grau de concordância com as seguintes afirmações

	Discordo totalmente	Não concordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
A empresa oferece produtos e serviços de alta qualidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tem fortes perspectivas de crescimento no futuro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa tende a destacar-se dos seus concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa, em geral, tem uma boa reputação no mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa é respeitada no mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A empresa é uma das melhores no seu setor de atividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anterior

Seguinte

Apêndice 2 – Emails

Emails Gestores

Assunto: Participação em estudo_ATT: Gestor(es) da empresa

Exmo.(a) Senhor(a), Dr.(a)

O meu nome é Diogo Ferreira de Almeida e atualmente encontro-me a realizar uma investigação no âmbito da dissertação do Mestrado em Contabilidade e Finanças no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

A investigação tem como objetivo estudar o os determinantes e impactos da contabilidade criativa no desempenho e reputação das empresas portuguesas.

A sua colaboração é deveras importante para esta investigação. Por isso, peço, por favor, que despenda algum do seu precioso tempo para responder a este questionário (cerca de 5 minutos)

O questionário é anónimo e os dados recolhidos serão exclusivamente utilizados no âmbito desta investigação.

O questionário destina-se apenas aos gestores de empresas portuguesas. Se não for o gestor da empresa, solicito que reencaminhe este email para quem se destina esta investigação

Para responder ao questionário, aceda, por favor, ao seguinte link:

<https://online.iscap.ipp.pt/iscapsurvey/index.php/317136?lang=pt>

Agradecido pela atenção dispensada.

Diogo Ferreira de Almeida

Nota: Caso conste alguma dúvida, não hesite em me contactar: 914346627

Emails Contabilistas Certificados

Assunto: Pedido de colaboração_ATT Contabilistas Certificados

Exmo.(a) Senhor(a) Dr.(a),

No âmbito da dissertação do Mestrado em Contabilidade e Finanças no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, encontro-me a desenvolver um estudo sobre as Práticas de Contabilidade Criativa: Determinantes e Impactos.

A sua colaboração é preciosa para esta investigação, pelo que peço, por favor, que despenda alguns do seu valioso tempo para responder a este questionário, que não demorará mais do que 5 minutos.

O questionário é anónimo e os dados recolhidos serão exclusivamente utilizados no âmbito desta investigação.

O questionário destina-se apenas aos contabilistas certificados de empresas portuguesas. Se não for o contabilista certificados da empresa, solicito que reencaminhe este email para quem se destina esta investigação

Para responder ao questionário, aceda, por favor, ao seguinte link:

<https://online.iscap.ipp.pt/iscapsurvey/index.php/317136?lang=pt>

Agradecido pela atenção dispensada.

Diogo Ferreira de Almeida

Nota: Caso conste alguma dúvida, não hesite em me contactar: 914346627

|

Apêndice 3 – Testes Normalidade

Variáveis	Kolmogorov-Smirnova a)			Shapiro-Wilk		
	Estatística	gl	Sig.	Estatística	gl	Sig.
PCC01	0,337	239	0,000	0,738	239	0,000
PCC06	0,324	239	0,000	0,730	239	0,000
PCC08	0,300	239	0,000	0,760	239	0,000
PCC13	0,425	239	0,000	0,580	239	0,000
AEP01	0,169	239	0,000	0,910	239	0,000
AEP05	0,185	239	0,000	0,900	239	0,000
AEP10	0,196	239	0,000	0,900	239	0,000
AEP12	0,205	239	0,000	0,897	239	0,000
AEP13	0,265	239	0,000	0,858	239	0,000
RSE01	0,304	239	0,000	0,850	239	0,000
RSE05	0,279	239	0,000	0,741	239	0,000
RSE06	0,284	239	0,000	0,791	239	0,000
RSE09	0,263	239	0,000	0,803	239	0,000
RSE10	0,280	239	0,000	0,728	239	0,000
DE02	0,318	239	0,000	0,749	239	0,000
DE03	0,283	239	0,000	0,797	239	0,000
DE01	0,315	239	0,000	0,781	239	0,000
DE05	0,238	239	0,000	0,886	239	0,000
DE06	0,336	239	0,000	0,759	239	0,000
RE01	0,309	239	0,000	0,762	239	0,000
RE03	0,276	239	0,000	0,822	239	0,000
RE04	0,328	239	0,000	0,739	239	0,000
RE06	0,232	239	0,000	0,836	239	0,000
EA	0,516	239	0,000	0,415	239	0,000

a) Correlação de Significância de *Lilliefors*

Apêndice 4 – Análise Discriminativa

Variáveis	N	Min.	Máx.	Média	Desvio-Padrão	Assimetria		Curtose	
						Estatística	Desvio-padrão	Estatística	Desvio-padrão
PCC01	239	1	5	4,2	1,100	-1,181	0,157	0,303	0,314
PCC06	239	1	5	4,14	1,203	-1,305	0,157	0,652	0,314
PCC08	239	1	5	3,99	1,296	-1,058	0,157	-0,149	0,314
PCC13	239	1	5	4,55	0,877	-2,181	0,157	4,506	0,314
AEP01	239	1	5	2,82	1,245	0,140	0,157	-0,961	0,314
AEP05	239	1	5	2,58	1,182	0,391	0,157	-0,614	0,314
AEP10	239	1	5	2,61	1,172	0,411	0,157	-0,572	0,314
AEP12	239	1	5	2,73	1,147	0,228	0,157	-0,464	0,314
AEP13	239	1	5	2,33	1,158	0,804	0,157	-0,081	0,314
RSE01	239	1	5	4,03	0,809	-1,005	0,157	1,786	0,314
RSE05	239	1	5	4,36	0,639	-0,888	0,157	2,095	0,314
RSE06	239	1	5	4,11	0,759	-0,998	0,157	2,346	0,314
RSE09	239	1	5	4,10	0,769	-0,837	0,157	1,712	0,314
RSE10	239	1	5	4,31	0,671	-1,215	0,157	3,973	0,314
DE02	239	1	5	4,12	0,653	-0,858	0,157	3,298	0,314
DE03	239	2	5	4,13	0,709	-0,625	0,157	0,559	0,314
DE01	239	2	5	4,08	0,640	-0,362	0,157	0,516	0,314
DE05	239	1	5	3,66	0,957	-0,426	0,157	-0,241	0,314
DE06	239	2	5	4,15	0,608	-0,309	0,157	0,602	0,314
RE01	239	2	5	4,28	0,617	-0,376	0,157	-0,063	0,314
RE03	239	1	5	4,02	0,764	-0,663	0,157	1,067	0,314
RE04	239	3	5	4,33	0,582	-0,197	0,157	-0,638	0,314
RE06	239	2	5	4,04	0,787	-0,334	0,157	-0,652	0,314
EA	239	1	2	1,86	0,350	-2,061	0,157	2,267	0,314

Apêndice 5 – Fiabilidade da Medida PCC

PCC	Coefficiente Estandarizado	Coefficiente ao Quadrado	Erro
PCC01	0,673	0,453	0,327
PCC06	0,89	0,792	0,11
PCC08	0,862	0,743	0,138
PCC13	0,674	0,454	0,326
Total	3,099	2,442	0,901

Média Variância Extraída	$\mathbf{MVE} = \frac{\Sigma(\lambda_p^2)}{K}$	0,611
<i>Composite Reliability</i>	$\mathbf{CR} = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma\epsilon}$	0,914

Apêndice 6 – Fiabilidade da Medida AEP

AEP	Coefficiente Estandarizado	Coefficiente ao Quadrado	Erro
AEP01	0,752	0,566	0,248
AEP05	0,87	0,757	0,13
AEP10	0,845	0,714	0,155
AEP12	0,832	0,692	0,168
AEP13	0,866	0,750	0,134
Total	4,165	3,479	0,835

Média Variância Extraída	$\mathbf{MVE} = \frac{\Sigma(\lambda_p^2)}{K}$	0,870
<i>Composite Reliability</i>	$\mathbf{CR} = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma\epsilon}$	0,954

Apêndice 7 – Fiabilidade da Medida RSE

RSE	Coefficiente Estandarizado	Coefficiente ao Quadrado	Erro
RSE01	0,711	0,506	0,289
RSE05	0,751	0,564	0,249
RSE06	0,78	0,608	0,22
RSE09	0,88	0,774	0,12
RSE10	0,899	0,808	0,101
Total	4,021	3,261	0,979

Média Variância Extraída	$\text{MVE} = \frac{\Sigma(\lambda_p^2)}{K}$	0,815
<i>Composite Reliability</i>	$\text{CR} = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma\epsilon}$	0,943

Apêndice 8 – Fiabilidade da Medida DE

DE	Coefficiente Estandarizado	Coefficiente ao Quadrado	Erro
DE01	0,627	0,393	0,373
DE02	0,83	0,689	0,17
DE03	0,823	0,677	0,177
DE05	0,75	0,563	0,25
DE06	0,795	0,632	0,205
Total	3,825	2,954	1,175

Média Variância Extraída	$\mathbf{MVE} = \frac{\Sigma(\lambda_p^2)}{K}$	0,738
Composite Reliability	$\mathbf{CR} = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma\epsilon}$	0,926

Apêndice 9 – Fiabilidade da Medida RE

RE	Coefficiente Estandarizado	Coefficiente ao Quadrado	Erro
RE01	0,697	0,486	0,303
RE03	0,716	0,513	0,284
RE04	0,829	0,687	0,171
RE06	0,802	0,643	0,198
Total	3,044	2,329	0,956

Média Variância Extraída	$MVE = \frac{\Sigma(\lambda_p^2)}{K}$	0,582
<i>Composite Reliability</i>	$CR = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda)^2 + \Sigma\varepsilon}$	0,906