



TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA CONTABILIDADE: OS CONTADORES ESTÃO PREPARADOS?

DIGITAL TRANSFORMATION IN ACCOUNTING: ARE THE ACCOUNTANTS PREPARED FOR IT?

Recebido em 12.01.2021 Aprovado em 20.05.2021

Avaliado pelo sistema *double blind review*

DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v15i1.48122>

William Zilli Merlugo

wmerlugo@hotmail.com

Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre/Rio Grande do Sul, Brasil

0000-0002-3299-1836

Wendy Beatriz Witt Haddad Carraro

wendy.carraro@ufrgs.br

Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre/Rio Grande do Sul, Brasil

0000-0002-2152-1767

Alan Bandeira Pinheiro

alanpinheiro@hotmail.com

Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará – Fortaleza/Ceará, Brasil

0000-0001-6326-575X

Resumo

Esse estudo tem por objetivo analisar como as organizações de serviços contábeis estão envolvidas com a transformação digital na prestação de seus serviços. Os dados foram coletados por meio de uma *survey* em 29 empresas de serviços contábeis atuantes no Estado do Rio Grande do Sul. Os resultados revelaram que há empresas acomodadas, que não buscam atualizar seu modelo de negócios, nem adquirir novas ferramentas. Concluiu-se que muitos respondentes esbarram, por motivos diversos, na implantação de novos sistemas, demonstrando um provável estágio inicial de transformação digital nas empresas analisadas. Identificaram-se, ainda, oportunidades de pesquisa das implantações de novas tecnologias.

Palavras-chave: Transformação Digital. Contabilidade Gerencial. Serviços Contábeis.

Abstract

This study aims to analyze how accounting service organizations are involved with digital transformation in the provision of their services. The data were collected through a survey of 29 accounting service companies operating in the State of Rio Grande do Sul. The results revealed that there are companies accommodated, that do not seek to update their business model, no acquire new tools. It was concluded that many respondents face, for different reasons, the implementation of new systems, demonstrating a probable initial stage of digital transformation in the companies analyzed. Research opportunities for the implementation of new Technologies were also identified.

Keywords: Digital Transformation. Managerial Accounting. Accounting Services.

Introdução

Conforme as empresas buscam se manter competitivas, a transformação tecnológica, com suas várias ferramentas, vem sendo amplamente percebida. De acordo com Kane *et al.* (2015), é a estratégia que dita os rumos da transformação digital, e não a tecnologia. Ou seja, dependendo da estratégia adotada pela empresa e seu momento de 'vida' é que uma ou outra ferramenta digital será utilizada. Porém, à medida que as organizações amadurecem, elas desenvolvem as tecnologias social, móvel, analítica e *cloud* quase que na mesma proporção. Hess *et al.* (2016) apontam, complementarmente, a necessidade de a administração das companhias desenvolverem uma estratégia de Tecnologia da Informação (TI) integrada com a estratégia geral do negócio, e não mais de forma isolada, a fim de potencializar os ganhos com a utilização das novas tecnologias disponíveis.

Para navegar com sucesso pelo fenômeno da transformação digital, Sebastian *et al.* (2017) propõe duas estratégias digitais principais: uma focada em engajamento do consumidor; e outra em soluções digitalizadas. A primeira busca criar uma experiência de consumidor linear, multicanal, que torne fácil a encomenda, as perguntas, o pagamento e o recebimento de forma consistente em qualquer canal. Para a *Southern Cross University* (2015), embora seja sempre difícil admitir mudanças fundamentais na maneira de operar um negócio, existem muitas vantagens na utilização de novas ferramentas tecnológicas, dentre as quais destaca-se: produtividade; acessibilidade; *backup* e recuperação; relação custo/benefício; e sustentabilidade. As organizações de serviços contábeis não podem e não estão fora dessa transformação.

Segundo Bygren (2016), a indústria contábil está presenciando um crescimento em digitalização e se espera que ela cresça ainda mais. Consoante Bygren, as empresas contábeis estão focadas em oferecer atualizações contábeis em tempo real, sistemas de interface amigável, auxílio estratégico para crescimento dos clientes, base de dados para consulta dos empregados, dentre outras soluções. Todavia, se a tecnologia está disponível a todos, ela pode ser igualmente um problema, pois, Bygren (2016) reforça que está cada vez mais difícil para o contador cobrar pelos serviços mais tradicionais. Além disso, a automatização dos processos contábeis está colocando no mercado, profissionais com menos conhecimento técnico, inclusive de outras áreas. Isso acaba gerando um mercado que exige cada vez menos o selo de qualidade de quem tem conhecimento técnico na área.

Diante deste contexto, este estudo tem por objetivo analisar como as organizações de serviços contábeis estão envolvidas com a transformação digital na prestação de seus serviços contábeis. Para tanto, foram identificadas as práticas de transformação digital na área contábil em referencial contemporâneo e aplicada uma *survey* junto a empresários de organizações de serviços contábeis com atuação no estado do Rio Grande do Sul (RS).

Considerando a inevitável transformação digital pela qual as empresas em geral estão passando, justifica-se este estudo a fim de analisar como as organizações de serviços contábeis estão envolvidas com a transformação digital na prestação de seus serviços. Ademais, busca-se preencher um *gap* da literatura, não obstante haja alguns estudos relacionados: Ionescu e Prichichi (2013), Bygren (2016) e Mălăescu e Avram (2018). Como principais beneficiários da pesquisa incluem-se os prestadores de serviços contábeis, que terão uma melhor compreensão das potencialidades e ameaças trazidas pela disponibilização de diversas tecnologias no mercado (*Beaming*), e os seus clientes, que de certa forma acabarão incorporando a tecnologia em toda sua rotina ou ao menos no relacionamento com seu contador (Padar, 2017).

Avanços com a transformação digital na Contabilidade

O avanço da tecnologia, cada vez mais rápido e com novas funcionalidades, influencia diretamente qualquer negócio que se possa imaginar. Segundo Bharadwaj *et al.* (2013), a estratégia geral dos negócios costumava ditar a estratégia de TI. Isto está mudando. À proporção que capacidades digitais

transformam as estratégias digitais, os processos, as capacidades da firma e permitem que se obtenha informações valiosas dos produtos e serviços vendidos, fala-se cada vez mais em estratégia digital de negócios. Isso significa uma fusão entre o planejamento estratégico do negócio e a estratégia digital.

Corroborando este estudo, Kane *et al.* (2015) afirmam que a estratégia dos negócios é que dita a transformação digital e não o contrário. Ou seja, enquanto as necessidades das empresas vão surgindo, seja por informação, produtividade ou outras demandas, a tecnologia vai se adaptando e se tornando mais integrada ao planejamento estratégico. Contudo, a menos que a empresa seja proprietária de alguma tecnologia específica, ela não terá nenhuma vantagem competitiva por si só. A armadilha, conforme Kane *et al.*, é focar na tecnologia enquanto ela deveria ser um meio para se atingir fins estratégicos.

Hess *et al.* (2016) concordam que os líderes empresariais precisam de uma estratégia digital unificada resultante do uso e da interação das diversas tecnologias disponíveis. Os autores afirmam que uma estratégia de transformação digital impacta a empresa de forma mais abrangente do que uma estratégia de TI isolada e consegue endereçar efeitos potenciais das interações além das fronteiras da empresa com clientes, fornecedores e concorrentes. Para elaborar opções de formulação de estratégias digitais, os autores tomaram como base casos de transformação digital bem-sucedidos que ocorreram em três empresas alemãs de comunicação, seguindo seus modelos de negócios de partida e visão estratégica da adoção de tecnologias.

Sendo ao mesmo tempo dependente e beneficiária da tecnologia, a contabilidade não poderia ficar de fora da evolução tecnológica. Popovici e Moraru (2018) apontam que a maior parte dos serviços financeiros terceirizados ao redor do mundo são serviços contábeis. Os objetivos dessa terceirização, segundo as autoras, são aumentar a produtividade e oferecer a máxima qualidade para seus clientes, de forma que consigam focar nas suas atividades principais.

Consoante Thomson (2018), à medida que a tecnologia avança, muitas tarefas de nível básico são eliminadas, liberando tempo dos contadores para que se concentrem em níveis mais altos, com tarefas mais estratégicas. Isto significa que novas habilidades serão cada vez mais importantes e serão exigidas gradativamente cedo nas carreiras dos contadores. Considerando toda essa evolução tecnológica pela qual se está passando, Thomson (2018) elenca novas competências necessárias ao contador que objetiva se manter relevante no mercado:

- a) conhecimento de *Big Data* para extração de dados estruturados ou não;
- b) capacidade de empregar ferramentas de análise de dados;
- c) gerenciamento estratégico: análise competitiva, projeções e orçamentos, gerenciamento de riscos do negócio e inovação;
- d) controle e acompanhamento: com a robotização de lançamentos contábeis, o contador deverá ser capaz de avaliar a eficiência e eficácia dos processos contábeis;
- e) implementar técnicas e procedimentos para garantir a segurança da informação, proteger ativos e estar conforme requisitos legais e de apresentação;
- f) visão de negócios e operações: conhecimentos específicos dos negócios para os quais trabalha, bem como conhecimentos de controle de qualidade, melhoria contínua e habilidades em gerenciamento de projetos;
- g) liderança: habilidades pessoais como motivação e colaboração com pessoas, comunicação, negociação e gerenciamento de conflitos serão críticos para contadores gerenciais; e
- h) ética profissional e valores: a evolução tecnológica levanta novos dilemas éticos que devem ser endereçados pelo pessoal de contabilidade e finanças em geral. Conforme os contadores vão sendo mais incluídos no processo de planejamento estratégico, vai haver uma maior necessidade de ceticismo profissional acerca das contribuições neste processo.

Bhansali (2007) reforça a necessidade de se pensar nos sistemas contábeis além de suas funções básicas. Segundo o autor, não basta usar os sistemas apenas para a geração de guias de pagamento de impostos e folha de pagamento; o contador deve aproveitar as várias funcionalidades desses sistemas e buscar mais, a fim de auxiliar o cliente em sua gestão de fluxo de caixa, fornecendo indicadores econômico-financeiros e atuando consultivamente.

Esta atitude irá mudar drasticamente a imagem que os clientes têm de seus contadores e, em última análise, o benefício que dois contadores diferentes podem usufruir de uma mesma ferramenta de trabalho. Sobre o dilema entre usar papel ou não, Bhansali (2007) aponta que se deve procurar o sistema com melhor custo-benefício, e não recriminar o papel sem fazer perguntas antes. Na mesma linha está o estudo de Kirby e Davenport (2016), os quais afirmam que uma parcela muito bem-educada da população (os contadores) está alocada em atividades que não geram valor agregado (como preencher guias de impostos, por exemplo), quando deveriam estar centrados em gerar informações úteis para seus clientes.

Nessa linha, Rikhardson e Yigitbasioglu (2018) demonstram, sobre a relação entre *Business Intelligence* (BI) e contabilidade, alguns cuidados que os usuários de sistemas complexos devem ter. Haja vista que uma melhor análise de dados e o suporte à decisão criam valor para seus negócios, as funcionalidades de compilação de dados, análises e entrega da informação dos *softwares* de BI devem ser utilizadas de acordo com cada situação. Os autores apontam que ao extrair dados dos sistemas de BI, deve-se ter em mente a quem se destina a apresentação, pois o formato dela (com mais gráficos ou mais texto, por exemplo) será determinante para seu entendimento por parte do público-alvo. Além disso, ao utilizar somente os relatórios definidos por quem programou os sistemas, decisões não ótimas podem ser tomadas por não serem consideradas todas as variáveis ou dados pertinentes à análise em questão.

Igualmente, Appelbaum *et al.* (2017) corroboram a questão do uso de BI ao afirmarem que contadores podem criar modelos preditivos de várias métricas de negócio para ajudar seus clientes a evitarem os mais diversos riscos, como má alocação de capital, previsões de receitas, dentre outros. Ao levar em conta essa interação forte entre contabilidade, tecnologia e demais áreas, os autores vão além ao afirmar que contadores devem interagir com os demais profissionais pertinentes a fim de resolver os problemas práticos das empresas.

Em relação à toda esta revolução tecnológica, Padar (2017) faz um alerta importante: alguns contadores estão se esquecendo de aspectos básicos, como revisar as necessidades regulatórias de seus clientes periodicamente. Segundo a autora, os contadores estão esquecendo-se de fazer as perguntas corretas a seus clientes, que da mesma forma passam por transformações digitais em seus modelos de negócios. Consequentemente, deixam passar questões regulatórias essenciais relacionadas a essas novas práticas de negócios.

Bhansali (2007) afirma que se deve pensar de forma digital, mas o benefício de digitalizar informações que já estão no papel deve superar seus respectivos custos. O que importa, segundo o autor, é importar dados de várias aplicações, minimizando a digitação manual e aumentando a produtividade. Ao pensar digital, analisa-se qual sistema de armazenamento e compartilhamento de dados faz mais sentido, levando-se em conta os fluxos de informação contador-cliente e vice-versa.

Um estudo de Telberg (2000), realizado com as cem maiores empresas americanas de contabilidade, relatou que elas já estavam adquirindo vendedores de *software*, provedores de *internet* e fazendo parcerias com demais empresas de tecnologia para colocar seus clientes *online*. De acordo com o estudo, 34% das empresas de contabilidade analisadas acreditavam que serviços relacionados à *internet* eram chave para seu crescimento. A pesquisa também mostrou que os contadores passaram a perceber que, ao se valerem desta tecnologia, poderiam ser consultores de negócios mais confiáveis para seus clientes, o que lhes abria novas oportunidades.

Outro grande motivador para o uso mais intenso de tecnologia na contabilidade traz a autora Kirby e Davenport (2016), ao apontar que simplesmente preencher guias de impostos e realizar lançamentos repetitivos não agrega nenhum valor aos clientes dos contadores, nem à sociedade em geral. Ao considerar que os contadores são na maioria das vezes um custo fixo alto para as empresas, esta mão de obra deve ser mais bem empregada. Dentre as principais vantagens da digitalização da contabilidade, Bygren (2016) frisa a automação dos processos repetitivos, mais precisão nos procedimentos, armazenamento mais seguro com soluções em nuvem, maior facilidade na revisão das informações e maior possibilidade de escalar o negócio contábil.

Práticas de transformação digital na Contabilidade

Nesta seção, são representadas algumas das principais tecnologias que vêm sendo desenvolvidas e aplicadas no meio contábil. Sobre a tecnologia *cloud*, conhecida como armazenamento em nuvem, segundo estudo da *Southern Cross University* (2015), embora seja difícil admitir mudanças fundamentais na maneira de operar um negócio, existem muitas vantagens em se utilizar essa ferramenta, dentre elas:

- a) produtividade: ao usar ferramentas *cloud*, menos foco é dispendido na mecânica de se preparar as demonstrações contábeis, o que libera mais tempo para o contador analisar os negócios de seus clientes de forma planejada, entregando análises estratégicas e aumentando as possibilidades de ganho do escritório;
- b) acessibilidade: dados e *software* podem ser acessados de qualquer lugar e dispositivos conectados à *internet*, permitindo que contador e cliente tenham acesso a informações de forma rápida e confiável, além de possibilitar que funcionários trabalhem de forma remota, seja dentro da empresa do cliente ou de suas residências;
- c) *backup* e recuperação: soluções em nuvem são geralmente mais confiáveis para recuperação de dados do que seus pares em servidores físicos, não significando que não seja mais necessário ou recomendável fazer *backups* em discos rígidos, mas sim que a ferramenta *cloud* é uma grande aliada nesse sentido; e
- d) custo-benefício e sustentabilidade: por não depender de estrutura física dedicada para operar, não há custos com aquisição, manutenção e descarte de grandes estruturas de *hardware* e há um menor consumo de eletricidade.

Conforme apontado por Drew (2015), 90% dos contadores entrevistados, em uma pesquisa da Associação dos Contadores do Texas, concordam que a entrega de serviços de negócios digitais será um diferencial entre escritórios contábeis na percepção dos clientes. A amostra dessa pesquisa entende que os serviços contábeis precisam evoluir rapidamente, saindo de um serviço homogeneizado de escriturações e pagamento de impostos para um serviço analítico e de olho no futuro. A parte importante dessa transição envolve o uso de *softwares* modernos, alguns baseados na nuvem.

Needleman (2018) entrevistou oito vendedores de soluções contábeis nos Estados Unidos (EUA) a fim de identificar as tendências do setor. Os profissionais do ramo apontaram duas linhas de evolução dos *softwares* de contabilidade: acesso ao *Big Data*, ou seja, mergulhar nas informações contidas na contabilidade e finanças, transformando-as em informações, permitindo que contadores e proprietários tomem decisões melhores.

A outra vertente é a *Machine Learning*, em outras palavras, a capacidade de os computadores aprenderem processos, compilando e tratando dados de forma mais automática e eficiente, liberando tempo aos contadores para prestarem mais serviços de consultoria. Uma das entrevistadas apontou que os pequenos empresários desejam e necessitam estar cada vez mais conectados com seus livros contábeis, acessando essas informações muito mais frequentemente e a partir de diferentes plataformas, onde a tecnologia *cloud* vem ao encontro dessas necessidades. Uma das entrevistadas apontou como vantagem da tecnologia em nuvem a redução de entradas manuais de informações graças a integrações, como extratos bancários por exemplo.

Needleman (2016) aponta em seu estudo que, nos EUA, desenvolvedores de *software* contábil já estão criando soluções customizadas por setor, como imobiliárias e gestão de imóveis, associações civis, concessionárias de automóveis, igrejas e organizações da fé, Organizações não Governamentais (ONGs), entre outras. Essa especialização objetiva oferecer um serviço sempre atualizado, em tempo real, de acordo com as necessidades regulatórias e de negócios desses setores. Outro ponto importante, segundo o autor, é que as possibilidades que os novos programas abrem não significam um futuro sem humanos, mas um onde as pessoas possam fazer suas empresas crescerem utilizando inteligência proveniente da análise dos dados feita pelos *softwares*.

Drew (2013) relata que o processo de migração para nuvem começou com a digitalização dos documentos, tornando compartilháveis, a qualquer momento, as informações críticas entre o cliente e seu contador. Isso abriu caminho para plataformas *online*, onde informações são compartilhadas e processos repetitivos são automatizados, permitindo que o escritório escale sua oferta de serviços, bem como adicione novas soluções e consultorias. Cita-se novamente o caso da especialização (Drew, 2013), no qual uma empresa da Califórnia se especializou em igrejas e templos de fé para oferecer soluções contábeis *online*, juntamente com consultorias e outros serviços específicos. Atendia, à época dessa pesquisa, 300 clientes, com honorários variando de mil a oito mil dólares mensais. Escritórios que focam em trabalhos de impostos e auditoria, geralmente não têm como revolucionar seu jeito de trabalhar com as novas tecnologias. Assim, Drew sugere um estudo da lucratividade dessas atividades em comparação aos serviços contábeis tradicionais, além de avaliar uma eventual mudança.

Com a abundância de informações geradas pelos diversos sistemas contábeis e financeiros, Appelbaum *et al.* (2017) alegam que o contador, a partir de modelos matemáticos, tem condições de elaborar simulações diversas para seus clientes, desde previsões de faturamento, custos, tempo de entrega, dentre outros fatores. Estas previsões, então, podem ser comparadas com o efetivamente realizado, a fim de subsidiar o empresário em planos corretivos ou de melhoria da *performance* geral do negócio. Esta tendência atende por “contabilidade preditiva” (Appelbaum, 2017, 30). Além disso, e ainda na esteira de que a contabilidade pode e deve efetivamente resolver os problemas de seus clientes, os autores sugerem que os contadores trabalhem em conjunto com outros profissionais, como advogados e programadores, para resolverem esses problemas práticos.

À medida que os sistemas de gestão evoluem, permitem a manipulação cada vez mais customizada dos dados. É dever do contador, portanto, segundo Rikhardson e Yigitbasioglu (2018) dominar esses novos sistemas, com o objetivo de extrair as melhores decisões possíveis. Os autores alertam, porém, que isto nem sempre ocorre, pois, muitas vezes, os usuários se apoiam apenas nos relatórios preestabelecidos por quem desenhou os programas para tomarem suas decisões. Outro exemplo é quando o usuário do sistema restringe sua análise a gráficos e outras imagens de rápida compreensão em detrimento de relatórios mais densos em textos e informações, o que pode levar a decisões não ótimas por desconsiderar detalhes importantes.

Estudo realizado por Ionescu e Prichici (2013) discorreu sobre a possibilidade de as maiores beneficiadas pela contabilidade em nuvem serem as pequenas ou as grandes empresas, considerando suas particularidades, principalmente a estrutura interna, os concorrentes e a disponibilidade de capital. De maneira geral, as vantagens e desvantagens das plataformas em nuvem são muito parecidas, independentemente do porte da empresa analisada. As principais diferenças ficam por conta da limitação de customização das aplicações, da disponibilidade e das resistências culturais nas grandes empresas; enquanto que nas menores, as principais dificuldades seriam a dependência de uma tecnologia que não se é proprietário e os riscos de performance do serviço não atingirem as expectativas.

A tese desenvolvida por Bygren (2016) discorreu sobre o melhor modelo de negócios para a sobrevivência e para o sucesso de empresas contábeis no meio digital na Suécia. Abordando os conceitos de digitalização, modelos de negócios e barreiras para adoção da digitalização nos negócios, a

autora chegou a conclusões para diversas áreas de negócio. Na esfera das atividades rotineiras, conforme outros estudos apresentados, os entrevistados nesta ocasião relataram que a digitalização da contabilidade abre espaço para novas atividades, como a consultoria. A informação acessível a todos e em tempo real, a possibilidade de acessar dados de qualquer lugar e o suporte rápido ao consumidor são as principais novidades trazidas pelas novas tecnologias.

Em um estudo que buscou evidenciar as oportunidades e os desafios trazidos pela digitalização da contabilidade a partir da utilização de novas ferramentas de tecnologia e comunicação na Romênia, Mălăescu e Avram (2018) apontaram uma importante resistência cultural aos avanços tecnológicos. A autora relaciona que seu país é o um dos que tem menos porcentagem (5%) de companhias usando aplicações em *cloud*, por exemplo, apesar de existir um interesse generalizado dos contadores em aprender sobre esta e outras ferramentas. O governo romeno emitiu diretrizes determinando a disponibilização *online* de diversos serviços relacionados a impostos e registros de empresas, o que deve ajudar os contadores e as empresas nessa evolução tecnológica. Mesmo que tenha uma boa infraestrutura de *internet* na Romênia, a autora cita que há ainda certa resistência cultural na aceitação de mudanças. O próprio currículo das universidades de contabilidade não dá o devido enfoque para as novas tecnologias e as entidades de classe não oferecem treinamentos em tecnologia, sendo estes fatores limitantes à evolução da profissão contábil na Romênia.

Procedimentos metodológicos

Quanto à abordagem, esta pesquisa pode ser classificada como qualitativa, haja vista que busca compreender com profundidade um grupo social específico (Gerhardt&Silveira, 2009). Dentre outras características de pesquisa qualitativa, segundo Gerhardt e Silveira (2009), este estudo contém: objetificação do fenômeno, hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar e demonstrar a relação entre o local e o global de determinado fenômeno. Dessa forma, apuram-se os dados para analisar como as organizações de serviços contábeis estão envolvidas com a transformação digital na prestação de seus serviços.

Com relação ao delineamento de pesquisa, ela é enquadrada como descritiva, já que, consoante Gil (2009), este tipo de pesquisa tem como objetivo o estabelecimento de relações entre variáveis e possui uma técnica padronizada de coleta de dados, sendo exatamente o que foi feito com o questionário aplicado. Quanto aos procedimentos técnicos, os dados analisados foram obtidos a partir de uma pesquisa individual, conhecida como *survey* ou entrevista semiestruturada. Seu objetivo, conforme Beuren *et al.* (2008), é obter respostas comparáveis de diferentes indivíduos de uma mesma amostra

A população da pesquisa está caracterizada por profissionais ligados a escritórios contábeis com atuação no RS e presentes na XVII Convenção de Contabilidade do RS, realizada entre os dias 14 e 16 de agosto de 2019. O método de coleta de dados consistiu na aplicação de um questionário, o qual é classificado por Gil (2009) como uma forma rápida de se obter informações pelas respostas escritas dos sujeitos pesquisados. Foram convidados 100 profissionais, sendo que esta pesquisa contou com a participação de 30 deles, correspondendo a 30% da amostra. Uma respondente foi excluída da base por ser professora universitária e não gestora de escritório contábil, estando fora do escopo da pesquisa, resultando em 29 questionários analisados.

Utilizou-se o método de análise descritiva para interpretação e mensuração dos dados coletados na amostra. A coleta de dados foi através da aplicação de um questionário constituído de seis partes: identificação do entrevistado; concordância com afirmações acerca dos serviços por ele prestados; concordância com afirmações acerca da transformação digital; relação de tecnologias possivelmente aplicáveis ao seu negócio; um espaço aberto para relacionar alguma tecnologia não apresentada no questionário; e um espaço aberto para o respondente descrever como estava se preparando para a transformação digital. Em duas partes (concordâncias com afirmativas), aplicou-se uma escala de concordância que, segundo Gerhardt e Silveira (2009), servem para ultrapassar a simples atribuição de

um rótulo ou nome a um indivíduo, medindo o grau de aderência com uma dada assertiva. Com efeito, neste estudo foi aplicado o mesmo questionário para uma amostra de contadores onde se procurou caracterizar seu comportamento frente à transformação digital na contabilidade.

Após a coleta de dados o tratamento destes foi realizado com auxílio do *software* Excel. Considerando que o instrumento de pesquisa elaborado teve por base o referencial teórico, a análise de dados buscou articular os resultados da pesquisa com a literatura prévia, demonstrando maior robustez dos achados.

Apresentação e análise dos resultados

Perfil dos respondentes

Em relação ao perfil dos respondentes, nota-se que 86% são contadores, e os restantes 14% possuem outras formações. Posto que sejam todos responsáveis, como diretores ou sócios, de um escritório contábil. Adicionalmente, 6% possuem outra formação superior, Direito ou Administração, além da Contabilidade. Este dado evidencia que os respondentes buscaram conhecimentos mais amplos e complementares, conforme apontado por Appelbaum *et al.* (2017), que afirma que contadores gerenciais devem interagir com não-contadores para resolverem problemas práticos bem como para desenvolverem sua visão sistêmica e de negócios no contexto que atuam. A Tabela 1 ilustra a síntese do perfil dos respondentes.

Tabela 1 - Perfil dos respondentes

Formação	%	Tempo na Empresa		Nº de func.		Atuação cliente	
			%		%		%
Contador	86%	Entre 1 e 3 anos	3%	Até 5	24%	Indústria, Comércio e Serviços	52%
Contador e Advogado	3,5%	Entre 3 e 5 anos	3%	6 a 10	28%	Comércio e Serviços	14%
Contador e Administrador	3,5%	Entre 5 e 10 anos	13%	11 a 20	7%	Serviços	21%
TI	3,5%	Mais de 10 anos	80%	21 a 30	17%	Indústria	3%
Outras	3,5%			Mais de 30	24%	Comércio e Cooperativas	3%
						Indústria e Serviços	3%
						Indústria e Comércio	3%

Fonte: elaborada a partir dos dados da pesquisa (2019).

Quanto à maturidade das empresas dos participantes da pesquisa, percebe-se, a partir da Tabela 1, que a grande maioria (80%) está estabelecida há mais de 10 anos, demonstrando a possível longevidade dos negócios de prestação de serviços contábeis e sua qualificação. O número de empregados é outro aspecto que se destaca, pois 17% contam com mais de 20 empregados e 24%, com mais de 30 funcionários, evidenciando o potencial de crescimento para empresas do setor. Quando questionados sobre a área de atuação de seus clientes, 52% declararam atender clientes dos três principais setores econômicos: Indústria, Comércio e Serviços, com uma parcela relevante (21%) atendendo apenas outros prestadores de serviços. Os demais 27% dos respondentes estão divididos em outras estratificações de atendimento.

Percepções e experiências quanto aos serviços prestados

Referentemente às percepções dos responsáveis pelos escritórios quanto aos aspectos de seus serviços estarem relacionados às novas tecnologias e possibilidades trazidas à tona pela transformação digital, foram apresentadas oito afirmativas com base na literatura do tema. Em relação à dificuldade de cobrar por serviços tradicionais, como emissão de guias, folha de pagamento e escriturações, conquanto se esperasse que as respostas fossem unânimes no quesito aderência, no entanto, apenas 45% apresentaram índice de concordância e 55% em grau ou de indiferença (31%) ou discordância da afirmação (24%).

Analisando os nove indiferentes, evidenciou-se que oito (ou 28% de todo o grupo) são de empresas mais maduras, com mais de 10 anos de atuação, o que leva a inferir que, mesmo uma boa prestação de serviços básicos ainda tem valor no mercado, levando escritórios à maturidade. Na discordância total ou parcial, a frequência foi igualmente dividida entre as empresas de diferentes tempos de existência. Este resultado está, em parte, alinhado com o estudo de Bygren (2016) que diz que as organizações de serviços contábeis estão aos poucos mudando o perfil e a forma de entrega de seus serviços. Esta mudança é necessária uma vez que as exigências do mercado também permitem ampliar a valorização do profissional e dos serviços que presta. As discrepâncias podem ser atribuídas às diferenças entre os mercados onde foram aplicados os estudos, sendo o de Bygren (2016) na Suécia, mas mostra que, mesmo em outro continente, a tendência é ficar cada vez mais difícil cobrar por serviços outrora suficientes. Entretanto, a necessidade de novas tecnologias permite uma maior agilidade nos serviços prestados, o cliente quando percebe o valor agregado, sente-se mais confortável por pagar pelo serviço. Assim, cabe às organizações apresentarem o valor agregado pelo serviço entregue com agilidade.

Quando afirmado que a maior parte das tarefas repetitivas realizadas pelos escritórios não agregam nenhum valor aos seus clientes e por isso devem ser automatizadas, 72% dos respondentes concordaram em alto grau ou totalmente. Entre os oito respondentes que foram indiferentes ou discordaram, sete estão estabelecidos há mais de 10 anos. Pode-se inferir desse cruzamento de respostas e características que talvez alguns escritórios mais tradicionais ainda acreditem que estão, de fato, gerando valor aos seus clientes ao realizarem tarefas repetitivas, sendo que, com o avançar da tecnologia, essas tarefas poderão ser cada vez mais automatizadas. Kirby e Davenport (2016) ponderam que alocar uma parcela significativa de pessoas bem-educadas (no sentido formal da palavra) em tarefas repetitivas não agrega valor à sociedade de uma maneira geral e que, portanto, inevitavelmente, tais tarefas serão automatizadas com o passar do tempo. Novamente, os respondentes que discordaram dessa afirmativa representam a menor parte, mas ainda existe, o que demonstra que essa é a tendência, ainda que nem todos tenham percebido até o momento. Neste contexto, cabe destacar que profissionais contadores preparados devem estar envolvidos em processos que agreguem valor ao cliente, mesmo que haja tarefas repetitivas, é necessário mostrar as vantagens que se tem pela segurança de sistemas automatizados. O profissional contábil passa a ter um papel de tradutor dos dados e resultados da organização e não apenas de registrar os fatos e eventos.

Ao se confrontar com a afirmativa de que se devem aproveitar as diversas funcionalidades dos sistemas para auxiliar os clientes na gestão de seus negócios, oferecendo indicadores econômico-financeiros, por exemplo, toda a amostra concordou. Isso indica certa contradição com a afirmativa anterior, uma vez que tais índices, por serem personalizados para cada cliente e momento, não se enquadram na categoria de atividades repetitivas que não agregam valor (ou seja, por si só não fornecem subsídios para tomada de decisão). Ou seja, seria de se esperar que aqueles que foram neutros ou contrários à afirmação de cobrar por serviços repetitivos também o fossem nessa assertiva. Esta constatação reforça ainda mais a necessidade de que os profissionais devam estar focados e preparados para um apoio gerencial aos seus clientes. O profissional da contabilidade deve ser uma referência para o processo de tomada de decisões de seus clientes, e o foco na contabilidade gerencial passa a ser uma prática desta estratégia de atuação das organizações contábeis.

Ademais, as respostas apontadas em relação a esta questão do estudo de Bhansali (2007), que defende que os contadores devem auxiliar seus clientes, compilando as informações geradas em índices úteis à gestão. Os autores Rikhardson e Yigitbasioglu (2018) ponderam que pessoas mais orientadas a tarefas e conhecimentos específicos se apoiam mais em textos para tomada de decisão, ao passo que pessoas mais generalistas preferem exposições gráficas. Portanto, foi questionada a concordância com a afirmativa de que, ao se montar uma apresentação, deve-se levar em conta o grau de entendimento do usuário acerca das informações tratadas. Os respondentes da pesquisa demonstram alinhamento com a necessidade de que o profissional contábil ocupa neste contexto de gestão e tomada de decisões de seus clientes. O contador é responsável por traduzir os resultados do negócio para que haja entendimento por parte do seu cliente.

Toda a amostra pesquisada concordou em alto grau (24%) ou totalmente (76%), o que permite inferir que não basta apenas os contadores gerarem muitas informações se elas não serão compreendidas pelo seu público. Este é outro desafio: ao mesmo tempo em que muitos clientes demandam serviços além do básico, como analisado anteriormente, é necessário levar em conta até que ponto eles estão prontos para receber informações contábeis mais elaboradas acerca de suas próprias empresas, ensejando uma relação de ensino/aprendizagem entre contadores e clientes. Ainda, na ideia de que o contador pode ser um agente mais consultivo do que vem sendo, foi afirmado que os contadores devem interagir com outros profissionais, a fim de resolverem problemas práticos das empresas.

A absoluta maioria (97%) concorda em alto grau ou totalmente com a afirmativa, reforçando, mais uma vez, que, ao se valer de seu profundo conhecimento das empresas, há potencial para o profissional contábil ser um *hub* de soluções corporativas, aumentando o valor percebido da sua atuação pelo cliente. Tanto é assim que parte significativa dos respondentes possui outra formação além das Ciências Contábeis. Essas respostas corroboram o estudo de Appelbaum *et al.* (2017), onde os autores sugerem aos contadores que ultrapassem suas barreiras e interajam com demais profissionais. Esta interação com outros profissionais, com outras áreas do conhecimento, ter conhecimento multidisciplinar reforça ainda mais a competência necessária de visão de negócios e sistêmica aos profissionais da contabilidade. Estar em sintonia com as necessidades do seu cliente amplia a capacidade e necessidade que eles passam a ter do serviço contábil prestado. Alguns respondentes não só concordaram como de fato possuem outra formação complementar à contabilidade, como direito ou administração.

Entrando na parte de gerenciamento de riscos, foi afirmado que, de posse da quantidade e qualidade correta de informações (a partir dos diversos sistemas e ferramentas disponíveis e utilizados), o contador pode prover seu cliente com soluções de minimização de riscos. Aqui, novamente, teve-se quase unanimidade (90%) concordando totalmente e o restante (10%) concordando em alto grau. Esses achados corroboram o estudo de Rikhardson e Yigitbasoglu (2018), que apontaram que os contadores podem construir modelos matemáticos baseados em informações passadas, a fim de melhor planejar e se preparar para o futuro. É relativamente comum ouvir falar que ‘o contador deixou de pagar ou enviar uma guia e foi gerada multa’, ou que ‘o contador não ajuda na gestão’. Por outro lado, considerando que a informação é a matéria prima do trabalho do contador, realmente, quando não há um fluxo adequado de informações confiáveis vindas do cliente, torna-se impraticável resguardá-lo dos riscos de atendimento incompleto de obrigações principais ou acessórias. Destaca-se neste ponto que o gerenciamento de riscos é uma ferramenta que evita os mais diversos riscos do negócio, seja a má alocação de capital, previsões de receitas, desempenho financeiro, entre outros. Ademais sua implementação reforça o desenvolvimento da competência de gerenciamento estratégico apontada por Thomson (2018), a qual envolve análise competitiva, projeções e orçamentos, gerenciamento de riscos do negócio e inovação.

Cultiva-se, portanto, uma relação de mão dupla onde, com bons sistemas e bom relacionamento entre as partes, os contadores podem e serão aliados importantes na minimização de riscos operacionais de seus clientes e na gestão ativa de seus indicadores. Na linha da prevenção de riscos, os respondentes foram questionados se revisaram periodicamente as necessidades regulatórias e fiscais de seus clientes, objetivando adequar as rotinas fiscais e contábeis pertinentes. A grande maioria (90%) concordou em alto grau ou totalmente com a assertiva. Dentre os 10% de respondentes indiferentes, havia a mesma proporção entre os tempos de estabelecimento da empresa, ou seja, teve-se um respondente indiferente com empresa entre três e cinco anos, um com empresa entre cinco e 10 anos e uma empresa com mais de 10 anos, sendo indiferente à revisão periódica. Estas respostas, de maneira geral, foram aderentes ao estudo de Padar (2017), que também é contadora e faz um paralelo com um paciente que sempre deseja ser atendido por um médico a par das últimas técnicas e tecnologias de sua área, ou seja, empresários não pensam diferente em relação às suas empresas e seus contadores. Neste ponto, destaca-se a importância da valorização profissional em mudar a percepção de que o contador cuida de guias e questões fiscais. O profissional deve buscar abranger seus conhecimentos e ser uma referência para seu

cliente, ser tecnológico, atualizado, em quaisquer circunstâncias que envolva mudanças do negócio de seu cliente.

Findando o bloco de afirmativas relacionadas ao dia a dia de cada respondente, e procurando fazer com que eles refletissem acerca das respostas dadas, a amostra foi questionada se procura migrar as ofertas de serviços do tradicional Folha, Contábil e Fiscal para uma contabilidade mais consultiva e gerencial. Com 83% concordando em alto grau ou totalmente com a afirmativa, demonstrou-se uma consciência muito forte de que o mercado não irá continuar pagando por muito tempo apenas por serviços básicos e que estão sendo cada vez mais automatizados, o que vai ao encontro do artigo divulgado pela empresa britânica de tecnologia *Beaming* (Digital ..., [2017]). Os profissionais da contabilidade devem estar atentos que a transformação digital irá afetar significativamente os modelos de negócios, seja os seus próprios como de seus clientes. Entretanto, muitos ainda desconhecem o uso de tecnologias como *blockchain* embora tenham interesse, uma vez que poderia reduzir as auditorias em processos repetitivos.

Porém, quando se confronta essas respostas com a concordância de que está cada vez mais difícil cobrar por estes serviços ‘básicos’, notam-se algumas discrepâncias. Seria de se esperar que aqueles que disseram ainda ser fácil cobrar pelos serviços tradicionais estivessem se preparando menos para uma mudança de perfil de serviços e vice-versa. Os respondentes tendem a correlacionar as respostas a essas duas afirmativas, ou seja, quanto mais difícil o respondente acredita ser cobrar por serviços básicos, mais ele procura migrar seu trabalho para uma consultoria contábil. Evidenciando sua preocupação com o desenvolvimento da competência de visão de negócios e operações apontado por Thomson (2018). Uma vez que são necessários conhecimentos específicos dos negócios de seus clientes. Verifica-se que a concordância com a migração do perfil de serviço é, via de regra, maior do que a com a dificuldade de cobrar por serviços tradicionais. Inere-se dessa relação que, independentemente de ser possível continuar cobrando por serviços básicos, até mesmo pelas necessidades legais dos clientes inseridos em um mercado altamente regulado como o brasileiro, é grande a preocupação da maioria dos entrevistados em não permanecer nisso, evidenciando a percepção de evolução dos serviços contábeis, o que é cada vez mais necessário.

A maioria dos respondentes concorda mais em migrar sua oferta de serviços para algo gerencial do que concorda que está cada vez mais difícil cobrar por serviços tradicionais. Essa relação evidencia a preocupação dos respondentes em manterem-se atualizados, ou seja, mesmo que eles não percebam muita dificuldade em cobrar por serviços comuns, já procuram agregar mais valor ao seu trabalho. Esta atitude irá mudar significativamente a imagem que os clientes têm de seus contadores e potencializar os das ferramentas gerenciais de trabalhos contábeis.

Percepções quanto à aplicação de transformação digital

Passando a um segundo bloco de questionamentos, os respondentes foram confrontados com afirmações mais abrangentes a respeito da transformação digital no universo contábil, dentro e fora de suas organizações. A primeira afirmativa nessa seção afirmava que a transformação digital em organizações contábeis possibilita criar uma nova experiência do consumidor, reformulando a proposta de valor ao integrar produtos, serviços e informações. Para esta assertiva, 86% dos respondentes concordaram. Os 14% restantes permaneceram indiferentes, sendo todas empresas estabelecidas há mais de dez anos, o que pode indicar uma postura mais passiva em empresas mais maduras em relação à adoção de novas tecnologias.

No entanto, de forma geral, os respondentes concordam com o estudo de Sebastian *et al.* (2017), uma vez que a transformação digital possibilita novas experiências aos clientes. Seria de se pensar que, conforme a tecnologia avança, todos tivessem mais tempo livre para decisões estratégicas, como mostra a pesquisa de Thomson (2018), dada às novas possibilidades de automação de tarefas básicas. Apesar de 76% terem concordado, notou-se 17% da amostra indiferente e outros 7% discordando parcialmente. A indiferença, mas principalmente a discordância a essa afirmativa, provavelmente, estão

relacionadas com a dificuldade que as empresas mais antigas (das que discordam ou são indiferentes, apenas uma tinha até cinco anos de constituição - todas as outras mais de dez) têm em encontrar novas soluções para problemas antigos. Novos negócios tendem a entrar no mercado já focados em utilizar a tecnologia com o melhor custo-benefício referentes à automação e confiabilidade, tanto em busca de diferencial competitivo como redução de custos. Esta evidência revela que por estar mais automatizada, a atividade contábil foca mais na tecnologia do que na própria contabilidade e este é um requisito para negócios mais inovadores.

Contudo, o complexo ambiente regulatório brasileiro provavelmente também tem sua parcela de culpa nas respostas. Seguindo nessa mesma linha foi perguntado se a empresa do respondente procura por novas tecnologias a fim de se tornar mais competitiva. Concordaram em alto grau ou totalmente 93% dos entrevistados, restando 7% indiferentes. As duas empresas indiferentes são escritórios pequenos, com menos de 10 funcionários. Kane *et al.* (2015) alegam que não é a busca por novas tecnologias que vai trazer sucesso para os contadores, mas a estratégia geral do negócio que é o que guia a busca por novas ferramentas. Novamente destaca-se que a preparação dos contadores necessária para este cenário está alinhada ao desenvolvimento de competências relacionadas à visão de negócios e operações, gerenciamento estratégico e liderança.

Nessa pequena discrepância entre ‘a tecnologia me tira tarefas repetitivas para focar no estratégico’ (76% de concordância) e ‘procuramos por novas tecnologias’ (93% de concordância), nota-se que pode existir um nicho de mercado de profissionais contábeis que não estão tendo o sucesso que gostariam na sua busca por novas ferramentas. Seria, talvez, o caso de empresas de *software* e entidades de classe se unir para demonstrarem de forma mais assertiva o que as novas tecnologias têm a oferecer e como implantá-las com sucesso. Neste ponto de destaque, urgem diferentes espaços de oportunidade para atuação ao profissional da contabilidade: academia, entidades de classe e representação, órgãos públicos, empresas de tecnologia, entre outros.

Em seguida, foi perguntado em que grau os respondentes percebem uma fusão do Planejamento Estratégico de suas empresas com sua Estratégia Digital - 86% dos entrevistados concordaram totalmente ou em alto grau. Os 14% restantes permaneceram indiferentes, sendo apenas uma empresa com até cinco anos de existência e as outras três com mais de 10 anos. Estas respostas corroboram o estudo de Bharadwaj *et al.* (2013), que complementa o que foi mencionado de Kane *et al.* (2015). Mais uma vez, identificam-se empresas mais maduras acomodadas, de certa forma, ou carentes de uma melhor orientação para navegar nesse novo universo de possibilidades. Aumentar a produtividade e oferecer a máxima qualidade para seus clientes, de forma que consigam focar nas suas atividades principais é o propósito da terceirização, como apontado por Popovici e Moraru (2018) e com a tecnologia é possível dar agilidade e rapidez do serviço prestado.

Outro tópico discutido com relação à automatização é que esse fenômeno geraria profissionais com menos domínio técnico, já que muitas tarefas estão sendo automatizadas e o profissional seria basicamente um monitor dos sistemas. Embora 62% tenham concordado com essa afirmação, o restante da amostra se dividiu entre indiferença e discordância, mostrando que, por mais que a tecnologia avance isso não significa diminuição na qualidade técnica dos novos profissionais da área contábil. Estas respostas não foram totalmente aderentes à pesquisa de Sebastian *et al.* (2017), que acreditam que por estar cada vez mais automatizada, a atividade contábil está mudando sua exigência de conhecimento em direção mais à tecnologia e a outras áreas em detrimento da própria contabilidade. Batistella *et al.* (2020) encontraram que a capacidade dos gestores pode influenciar as práticas de controladoria em empresas de pequeno porte. Este achado permite inferir que empresas de serviços contábeis, independentemente de seu porte e foco de atuação, podem oferecer serviços relacionados à gestão de seus clientes.

Quando perguntado aos escritórios se seus clientes percebem mais valor em uma entrega de serviços digitais, apenas 48% concordaram em alto grau, restando 45% indiferentes e 7% discordando

parcialmente. Essa divisão mostra que muitos clientes ainda, se não desejam, se contentam com a contabilidade ‘tradicional’ conforme mencionado nas primeiras perguntas desta pesquisa. Muitos empresários ainda enxergam a contabilidade como mera necessidade formal e, nesse sentido, ainda ou não estão muito preocupados ou não sabem como utilizá-la a seu favor, em um sentido mais gerencial. Essas respostas não corroboraram totalmente a pesquisa de Drew (2015), possivelmente pelo fato de ser dos EUA, um país menos burocrático e mais avançado tecnologicamente. Fatores que, combinados, podem ter levado esse autor à percepção de uma realidade que ainda não se materializou no contexto da amostra aqui pesquisada. Cabe destacar que a realidade brasileira não é justificativa para tal percepção, os contadores devem estar atentos às tendências digitais também dos negócios de seus clientes, alinhando seus serviços às necessidades e própria atuação dos clientes.

Seguindo a linha de relacionamento com clientes e considerando as novas plataformas de acesso à informação, foi questionado se seus clientes desejam acessar suas informações contábeis com cada vez mais frequência e de diferentes plataformas. Com 65% dos respondentes concordando em alto grau ou totalmente, há um novo alerta. Apenas 48% dos escritórios acreditam que os clientes percebem mais valor na entrega digital de serviços, ao mesmo tempo em que 65% dos clientes desejam acessar suas informações de diferentes plataformas, isso significa que os escritórios podem não estar conseguindo comunicar corretamente os benefícios do uso de diferentes tecnologias e a colaboração mútua entre cliente e prestador do serviço contábil. Os resultados desta pergunta estão de acordo com a pesquisa de Needleman (2016) que foi realizada no mercado norte americano e evidencia que se está na mesma tendência dos empresários, os quais estão sempre a par de suas informações contábeis e gerenciais. Mais uma vez fica evidente que há uma necessidade de evidenciar aos clientes que a organização contábil pode ser a base para gestão de informações e apoio à tomada de decisões do negócio.

Dentre os escritórios cujos clientes são indiferentes quanto à forma e frequência de acesso às suas informações, seria de se esperar que fossem os mesmos que responderam que está cada vez mais difícil cobrar por serviços contábeis tradicionais, mas não foi necessariamente o caso. Dos nove (31%) escritórios cujos clientes são indiferentes quanto ao acesso aos seus dados, quatro (14%) acreditam estar mais difícil cobrar por serviços tradicionais, três (10%) são indiferentes e dois (7%) discordam. Observa-se que realmente falta informação aos clientes quanto às novas possibilidades de acesso e à manipulação de suas informações contábeis e respectivos benefícios para a gestão de seus negócios, não se justificando a indiferença exclusivamente às questões de custos dos serviços, por exemplo. Fica evidente a necessidade de a administração das companhias desenvolverem uma estratégia de Tecnologia da Informação (TI) integrada com a estratégia geral do negócio conforme Hess et al. (2016) sugerem.

Fazendo referência a novos conhecimentos, foi questionado aos participantes desta pesquisa se eles consideram o aprendizado de novas tecnologias como essenciais para a evolução de seus escritórios. De fato, a grande maioria (86%) concorda com a afirmativa, mostrando aderência ao estudo de Thomson (2018), que destaca a necessidade de o contador dominar tecnologias diversas, como *Big Data* e *cloud accounting*, por exemplo. Ainda assim, 14% dos respondentes se mostraram indiferentes, não acreditando ser essencial aprender novas tecnologias para se manterem no mercado. Desses 14%, que representam quatro empresas, duas estão estabelecidas há mais de 10 anos, uma está há cinco anos e outra há três anos, demonstrando a mesma visão, tanto de discordância como de concordância, entre *players* com tempos bem distintos de atuação. Este achado reforça o potencial de ganhos ao negócio com a utilização das novas tecnologias disponíveis por parte dos profissionais contábeis.

Igualmente, mediu-se o grau de concordância com a afirmação de que um sistema de informações permite manipular os dados de diversas formas, possibilitando as melhores tomadas de decisões gerenciais. Com 93% dos respondentes concordando e apenas 7% sendo indiferentes, não se teve grandes surpresas, com forte aderência ao estudo de Rikhardson e Yigitbasioglu (2018), apesar de uma porcentagem menor ter concordado que aprender novas tecnologias é essencial para a manutenção do seu negócio. Tem-se uma pequena diferença de concordância em tópicos que a princípio deveriam ser

complementares. Concluindo esse bloco de perguntas, os respondentes foram questionados se pensam que a tecnologia pode ser de alguma forma uma ameaça aos seus negócios. Liderando as respostas, 38% discordaram totalmente, porém, os outros 62% se dividiram uniformemente nas respostas de discordância parcial, indiferença até concordância total. Dos 28% dos respondentes que concordam totalmente que a tecnologia é uma ameaça aos seus negócios, 24% estão há mais de 10 anos no mercado. Os achados indicam que há oportunidade de ampliação do desenvolvimento de competências apontadas por Thomson (2018), tais como: ferramentas tecnológicas para extração e análise de dados; robotização de lançamentos contábeis; implementação de técnicas e procedimentos para garantir a segurança da informação e proteção de ativos; entre outras ações que representem e caracterizem a transformação digital na contabilidade.

Dos 38% que discordam totalmente, 31% estão há mais de 10 anos no mercado, mostrando uma nítida separação entre empresas maduras: algumas se sentem totalmente ameaçadas pelas mudanças, enquanto outras procuram tirar vantagem delas. Pode-se dizer que as respostas estão de acordo com relatório da empresa *Beaming* (Digital ..., [2017]), onde ela afirma que algumas firmas demonstram preocupações que certos aspectos da transformação digital podem ameaçar seu modelo de negócios.

Implementação de práticas de transformação digital

Finalmente, foi perguntado qual o status de implementação da transformação digital de cada empresa nos seguintes aspectos: na gestão da empresa; na área comercial; na área financeira; na comunicação com o cliente; na gestão de *Big Data*; na aplicação de *softwares*; no aproveitamento de robôs para rotinas contábeis; no uso de nuvem para armazenamento de dados; no gerenciamento de *Blockchains*; na utilização de inteligência artificial nos processos contábeis; na aplicação de *software bots*; no emprego de *drones*, e no trabalho remoto dos empregados. Todas essas tecnologias ou processos foram de alguma forma, mencionados ao longo dos artigos que compõem o referencial teórico deste trabalho. As respostas possíveis para cada aspecto eram: já implementado; estamos implementando; temos interesse em implementar; tentamos implementar, mas sem sucesso; e não pretendemos implementar. Na Tabela 2, tem-se a distribuição em percentual das respostas para cada aspecto.

Tabela 2 - Percentuais de status de aplicação de diferentes aspectos de transformação digital

Status Implementação em	Já implementado	Estamos implementando	Temos interesse	Tentamos, sem sucesso	Não pretendemos implementar
Gestão	31%	52%	17%	0%	0%
Comercial	17%	38%	41%	3%	0%
Área financeira	38%	45%	17%	0%	0%
Comunicação com cliente	41%	38%	21%	0%	0%
Gestão de <i>Big Data</i>	7%	34%	45%	10%	3%
Utilização de <i>softwares</i>	52%	38%	10%	0%	0%
Plataformas <i>online</i>	52%	31%	14%	3%	0%
Robôs para rotinas	17%	38%	41%	0%	3%
Nuvem para dados	48%	28%	21%	0%	3%
<i>Blockchain</i>	3%	21%	66%	0%	10%
Inteligência artificial					
Em processos	3%	41%	52%	0%	3%
<i>Softwarebots</i>	10%	31%	38%	0%	21%
<i>Drones</i>	3%	17%	21%	3%	55%
Trabalho remoto empregados	28%	17%	24%	3%	28%

Fonte: elaborado a partir dos dados da pesquisa (2019).

A Tabela 2 mostra, em cada linha, como os escritórios respondentes se dividem nos status de implementações de cada tecnologia. Devido às restrições inerentes ao modelo de questionário e pesquisa realizado, não foi possível coletar maiores detalhes sobre como cada respondente já implementou ou com que intensidade tem interesse em aplicar tais tecnologias. Todavia, fica muito nítida a busca pela evolução a partir das novas maneiras de entregar a contabilidade para o mercado, tendo várias ferramentas com respostas concentradas nas colunas 'Já implementado' e 'Estamos implementando'.

Dentre os aspectos com maior porcentagem de escritórios que consideram já terem implementado alguma transformação digital, encontra-se aspectos de *Softwares*, Plataformas *Online*, Nuvem para Dados e Comunicação com o cliente. Conforme observado ao longo do referencial teórico, geralmente são esses os primeiros fatores a serem modernizados em uma organização contábil. Similarmente ao estudo de Mălăescu e Avram (2018), as empresas contábeis de seu país estavam começando sua digitalização pelos serviços *online* ou em nuvem. Seguindo nessa linha de *cloud*, os achados desta pesquisa também concordam com estudo de Ionescu e Prichichi (2013), que concluiu que empresas de todos os portes se beneficiam, embora de maneiras diferentes, das ferramentas em nuvem. Os achados demonstram a preocupação dos profissionais da contabilidade com as demandas do mercado. Com 97% das empresas entrevistadas interessadas em algum estágio de implantação desse tipo de ferramenta, todos os tamanhos de escritório respondentes estão de alguma forma envolvidos em implementar seus serviços *online*. Este resultado demonstra o interesse, envolvimento e importância que a classe tem dado para as demandas do mercado.

A gestão de *Big Data*, apontada pelos autores norte-americanos Thomson (2018) e Needleman (2018) como oportunidade no mercado contábil, realmente despertou o interesse de aproximadamente metade dos entrevistados (45%) desta pesquisa, evidenciando novas oportunidades de negócios para contadores e desenvolvedores de *software*. Como maior discordância tem-se as tecnologias: *Blockchain*, *Software Bots*, *Drones* e Trabalho remoto dos funcionários com, respectivamente, 10%, 21%, 55% e 28% dos respondentes relatando não terem interesse em suas implementações. Cabe destacar que estas tecnologias podem não estar bem contextualizadas quanto à sua aplicação, seja pelo tipo de cliente ou o formato do serviço prestado. No estudo da empresa *Beaming* (DIGITAL ..., [2017]), feito na Inglaterra, apenas 2% dos escritórios ouvidos relataram interesse na tecnologia *blockchain* (ao passo que, nesta pesquisa, 21% demonstraram interesse), que serviria, principalmente, para reduzir drasticamente a necessidade de auditoria em processos repetitivos, dentre outros processos mapeáveis de forma lógica e fluída. Defendidos no estudo de Appelbaum e Nehmer (2017), os *Softwares Bots* dividiram as atenções dos entrevistados. Seria de se questionar, será que os profissionais têm conhecimento quanto à aplicação destes instrumentos? Mais uma vez aponta-se oportunidades para diferentes espaços de atuação do profissional: academia, classe de representação e o próprio mercado de trabalho.

Conhecidos como processos robotizados, os *bots* podem captar e processar determinados dados de forma automática, começar uma conversa com um ser humano (por *web Whats.App*, por exemplo), monitorar e auditar transações em tempo real conforme programado, dentre outras aplicações. Ainda, de acordo com o estudo de Appelbaum e Nehmer (2017), a principal vantagem de sua utilização seria permitir que os contadores não se preocupassem tanto com transações repetitivas e de alto volume, podendo focar nas que requerem uma análise mais humanizada. Para esses autores, os *drones* aparecem na forma de aplicações surpreendentes para contadores, como a possibilidade de auditorias de inventário por vídeo em locais extensos ou de difícil acesso.

Com relação ao trabalho remoto dos empregados, 28% dos entrevistados relataram não ter interesse em aplicar nenhum tipo de transformação digital nessa frente. Contrariamente aos resultados apontados na pesquisa de Drew (2015), onde o autor relata que a vasta maioria (sem apontar, contudo, o número exato de respondentes) dos escritórios pesquisados permite acesso remoto de *e-mail* corporativo e, além disso, 80% das empresas promovem algum tipo de uso de tecnologia móvel pelos empregados. Possivelmente, devido às peculiaridades e restrições impostas pela legislação trabalhista brasileira é que muitos escritórios pesquisados não têm interesse em correr o risco de deixar que seus funcionários trabalhem ou levem trabalho para casa, ainda que ferramentas tecnológicas para tal estejam amplamente disponíveis. O trabalho remoto foi uma necessidade a ser implementada a partir do contexto da pandemia do covid-19, a partir de março de 2020. Tendo em vista que a pesquisa realizada foi anterior a este período fica evidente que as organizações não tinham planos de implementar o serviço nesta modalidade.

Por fim, os respondentes dispunham de um espaço livre para exemplificar como sua empresa tem se preparado para a transformação digital. As respostas, em linhas gerais, incluíram aspectos de acompanhamento geral das tendências, presente em 52% das respostas e investimentos em treinamentos, aparecendo 34% das vezes. Nenhum respondente foi enfático em dizer que estava implementando uma tecnologia específica com objetivo definido. Um dos respondentes relatou que criou um setor de automação, mas que ainda não percebeu o retorno financeiro esperado. Estas respostas corroboram o referencial teórico deste estudo e as demais respostas relatadas, demonstrando que ainda falta muita orientação aos profissionais contábeis nessa jornada tecnológica.

Considerações finais

Esta pesquisa buscou analisar como as organizações de serviços contábeis estão envolvidas com a transformação digital na prestação de seus serviços. Para tal, foi aplicado um questionário em uma amostra, com afirmativas diversas a respeito da maneira com que os serviços são prestados e como cada respondente está lidando com a popularização de novas tecnologias.

Após compilação e análise das respostas, pode-se afirmar que os objetivos da pesquisa foram atingidos. As empresas respondentes, em sua maioria, encontram-se em um dinâmico processo de incorporação de diversas novas tecnologias e estratégias para se manterem competitivas ou mesmo para ganharem espaço no mercado. Mais do que isso, este estudo mostrou que a tecnologia é uma evolução constante e nesse meio há muitas ferramentas que interessam aos contadores, ainda que nem sempre tenham certeza se é realmente aquilo que precisam ou mesmo se conseguirão implantar e usar dado instrumento. Há muito espaço, portanto, para que atuem universidades, órgãos de classe e fornecedores de *software* no ensino dos profissionais em como navegar nesse mar de novas possibilidades.

Os novos sistemas, que são muitos, estão revolucionando todas as áreas de negócios e a contabilidade não está de fora. Enquanto alguns respondentes estão confortáveis e não se preocupam muito em se aprimorar, outros perceberam que o mercado está mudando e estão se adaptando. Uma grande reciclagem no ambiente contábil está ocorrendo e quem for capaz de responder de forma mais rápida e assertiva aos anseios dos clientes, sairá na frente. Para terem êxito, é essencial que integrem as estratégias do negócio com a estratégia de TI, não simplesmente comprar qualquer nova tecnologia que surgir sem se perguntar como aquilo vai facilitar seu trabalho e/ou agregar valor ao seu serviço.

Dessa maneira, esta pesquisa evidenciou que a maior parte dos entrevistados se preocupa em agregar cada vez mais valor aos seus serviços, automatizando o que for possível a fim de prestarem uma contabilidade gerencial mais rica em informações. Esbarram, muitas vezes, na implantação de novos sistemas, haja vista que, quando questionados sobre o uso de algumas ferramentas, a maior concentração das respostas sempre foi nas categorias ‘temos interesse’ juntamente com ‘estamos implementando’, o que demonstra um provável estado de evolução inicial do segmento de prestação de serviços contábeis. Os resultados evidenciam, portanto, que, ao invés de acabar com a contabilidade e com o contador, a tecnologia permitirá o reencontro deles com sua verdadeira função: fornecer informações úteis para a tomada de decisão.

As principais limitações deste estudo foram a ausência de literatura brasileira a respeito do tema, bem como o número restrito de respondentes e a impossibilidade de realizar uma entrevista individual. Para futuros estudos, sugere-se a análise da implementação de novas tecnologias nos escritórios, relatando como foi feita a transição de um modelo de trabalho para outro; verificar quais benefícios eram esperados e compará-los com os que realmente surgiram e qual geração de valor ao serviço foi adicionada.

Referências

- Appelbaum, D. *et al.* (2017). Impact of business analytics and enterprise systems on managerial accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 25, 29-44.
- Appelbaum, D., & Nehmer, R. (2017) The coming disruption of drones, robots and bots: how will it affect CPAs and accounting practice? *The CPA Journal*, 87(6), 40-44.
- Batistella, A. J., Zanin, A., Magro, C. B. D., & Pinheiro, A. B. (2020). Impact of manager characteristics and organizations on controlling practices. *Research, Society and Development*, 9(11), e51491110199.
- Beuren, I. *et al.* (2008). *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade*. São Paulo: Atlas.
- Bhansali, C. (2007). Think digital, not paper less. *Accounting Today*, 21(16), 13-14.
- Bharadwaj, A. *et al.* (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(471), 471-482, 2013.
- Bygren, K. (2016). *The digitalization impact on accounting business models*. Dissertação de Mestrado - KTH Industrial Engineering and Management, Stockholm, Suécia.
- Digital transformation in accounting (2017). *Beaming*. Disponível em: <https://www.beaming.co.uk/ebooks/digital-transformation-accounting/>. Acesso em: 11 ago. 2019.
- Drew, J. (2015). Accounting firms moving slowly toward cloud. *Journal of Accountancy*, 1-6.
- Drew, J. (2013). From “Write Up” to right profitable. *Journal of Accountancy*, 1-10.
- Gil, A. (2009). *Estudo de caso*. São Paulo: Atlas.
- Gerhardt, T., & Silveira, D. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Hess, T. *et al.* (2016). Options for formulating a digital transformation strategy. *MIS Quarterly Executive*, 15(2), 1-2.
- Ionescu, B., & Prichici, C. (2013). Potential beneficiaries of cloud accounting technology: small or large companies? *Change and Leadership*, 17, 282-292.
- Kane, G. *et al.* (2015). *Strategy, not technology, drives digital transformation*. [s.l.]: Deloitte University Press.
- Kirby, J., & Davenport, T. (2016). The knowledge jobs most likely to be automated. *Harvard Business Review*, [artigo online]. Disponível em: <https://hbr.org/2016/06/the-knowledge-jobs-most-likely-to-be-automated>. Acesso em: 11 ago. 2019.
- Needleman, T. (2018). Cloud accounting just gets better. *Accounting Today*, [artigo online].
- Mălăescu, A.M., Avram, M, A.M., & Avram, M. (2018). The Accounting Profession In The Digital Age, *Annals of University of Craiova - Economic Sciences Series*, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, 2(46), 5-12.
- Needleman, T. (2016). Accounting software in the cloud today – and tomorrow. *Accounting Today*, [artigo online].
- Padar, J. (2017). Selling accounting transformation; are you ready to bring this to your clients? *Accounting Today*, 31(2), 30-33.
- Popovici, N., & Moraru, C. (2018). Outsourcing management: outsourcing services world wide and in Romania. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 18(1), 376-381.
- Rikhardsoon, P., & Yigitbasioglu, O. (2018). Business intelligence & analytics in management accounting research: status and future focus. *International Journal of Accounting Information Systems*, 29, 37-58, 2018.
- Sebastian, I. *et al.* (2017). How big old companies navigate digital transformation. *MIS Quarterly Executive*, v. 16(3), 197-213.
- Southern Cross University (2015). *Accounting in a digital world*. Disponível em: <https://online.scu.edu.au/blog/accounting-digital-world/> Acesso: em 28 nov. 2018.
- Telberg, R. (2000). opening the door to digital riches. *Accounting Technology*, 16(4), 3-4.
- Thomson, J. (2018). New skills for the digital age. *Strategic Finance*, 99(11), 10-11.