

SERVIÇOS CONTÁBEIS DIGITAIS: uma análise acerca da decisão por essa estratégia de negócios

Carolina Gomes de Souza – cagomesouza@gmail.com
Orientadora: Marli Auxiliadora da Silva – marli.silva@ufu.br

RESUMO

Este estudo exploratório com abordagem qualitativa teve como objetivo investigar as experiências de profissionais da contabilidade em relação à opção pela prestação de serviços contábeis no formato digital, e dessa forma discutir os motivos, assim como as possíveis dificuldades e desafios de profissionais da contabilidade em relação à opção pela prestação de serviços contábeis nessa modalidade. Trata-se de uma pesquisa de levantamento, que por meio de entrevista estruturada com uma contadora, evidenciou que a formação profissional e conhecimento sobre inovação e tecnologia foram fatores essenciais à sua decisão pela contabilidade digital. Constatou-se que a primeira opção foi pela empresa no formato online, baseada na proposta de valor que considerava o preço, e só após se decidiu pelo nicho específico de clientes prestadores de serviços e mudou sua estratégia para valor ao invés de preço do serviço, ao ofertar consultoria e mentoria aos clientes. Dificuldades e desafios como a concorrência desleal por parte de contadores tradicionais que tentaram desacreditar a oferta da contabilidade digital; a dificuldade na prospecção de clientes; os investimentos necessários, principalmente em relação à segurança da plataforma para envio, recepção, armazenamento e transmissão de documentos foram confirmadas. Também o grau de instrução do cliente para interagir nas redes sociais e dominar a internet a fim de tramitar os documentos foram destacados como desafios.

Palavras-chave: Contabilidade digital. Serviços contábeis digitais. Estratégia de negócios.

ABSTRACT

This exploratory study with a qualitative approach aimed to investigate the reasons, as well as the possible difficulties and challenges of accounting professionals in relation to the option to provide accounting services in digital format. This is a survey research, which, through a structured interview with an accountant, showed that professional training and knowledge about innovation and technology were essential factors in her decision for digital accounting. It was found that the first option was for the company in the online format, based on the value proposition that considered the price, and only after it decided on the specific niche of service provider customers and changed its strategy to value instead of service price, by offering advice and mentoring to clientes. Difficulties and challenges such as unfair competition from traditional accountants who tried to discredit the offer of digital accounting; the difficulty in prospecting for clientes; the necessary investments, mainly in relation to the security of the platform for sending, receiving, storing and transmitting documents, were confirmed. Also, the level of education of the cliente to interact on social networks and dominate the internet in order to process the documents were highlighted as challenges.

Keywords: Digital Accounting. Digital accounting services. Business strategy.

1 INTRODUÇÃO

A tecnologia é o conjunto de conhecimentos que se aplicam ao planejamento, à construção e à utilização de equipamentos em determinada atividade (KENSKI, 2010) e seu uso, na execução de qualquer atividade profissional, tende a modificar processos e procedimentos. Decorrente do avanço tecnológico houve uma expansão da formalização de

empresas que passaram a operar em plataformas virtuais, oferecendo seus produtos e serviços no formato *online*. Mesmo mantendo estruturas físicas, as empresas têm migrado para a virtualização de negócios (SEBRAE, 2021; SEBRAE DIGITAL, 2023), como observado inclusive com os serviços contábeis. Na área contábil a forma de prestação dos serviços evoluiu do formato tradicional para outros formatos como a contabilidade digital (SILVA *et al.*, 2020), sobretudo devido aos softwares de gestão integrada e às plataformas digitais para serviços de públicos de escrituração contábil.

De acordo com Santos, Paes e Lima (2022) a rotina de profissionais da contabilidade foi impactada com o avanço dos sistemas de informação que lhes permitiu otimizar tempo e processos, tornando-os mais práticos, seguros e fidedignos, devido à inovação proporcionada pelas transformações tecnológicas e pelo amplo uso da internet e das redes sociais. Duarte, Andrade e Borges (2019) apontam que a evolução do formato de prestação dos serviços contábeis foi impulsionada pelo declínio da burocracia e pela necessidade de praticidade do negócio em função das inovações tecnológicas, sobretudo devido aos *softwares* específicos desenvolvidos para as empresas de contabilidade, como explica Hernandes (2019).

Além da mudança na escrituração contábil, que passou de processos mecanizados para automatizados, em função dos *softwares* empresariais e dos sistemas integrados de gestão, os avanços tecnológicos decorrentes da alteração no formato do envio e/ou transmissão das obrigações fiscais também tem alterado procedimentos contábeis. Como exemplo, a Receita Federal do Brasil implementou e viabilizou a adesão ao Sistema Público de Escrituração Digital (SPED), instituído oficialmente no ano de 2007, por meio do Decreto nº 6.022 (BRASIL, 2007), considerado como um marco da inovação por promover a integração e a padronização no compartilhamento de informações unificadas entre fisco e contribuintes, possibilitando agilizar o controle de processos (ANDRADE; MEHLECKE, 2020).

De acordo com Tessmann (2011), após o SPED, a fiscalização tornou-se mais efetiva e transformou conceitos e hábitos convencionais, tendo em vista que o fluxo de papéis foi substituído pelo fluxo de dados, e o envio das informações passou a ser eletronicamente transmitido aos órgãos fiscalizadores, o que demandou dos profissionais da contabilidade o domínio das ferramentas tecnológicas digitais. Do mesmo modo o surgimento e, sobretudo o incentivo a novos meios de pagamentos, com o uso de moedas e transações digitais, também tem incentivado a contabilidade a se tornar cada vez mais digital (BARBOSA, 2018). Para Barbosa (2018, p. 20) o uso das moedas e transações digitais “fortalece a ideia de que em um futuro razoavelmente próximo, a maioria dos processos estejam sendo efetuados de maneira digital, uma vez que até a moeda está sendo projetada para o mundo virtual”.

Diante do exposto, nota-se que os avanços da tecnologia têm levado a contabilidade, e por conseguinte, os profissionais da contabilidade a alterarem o formato de sua prestação de serviços, e de acordo com Barbosa (2018) a contabilidade tem sido muito beneficiada com esses avanços. Embora prevaleçam os escritórios de contabilidade físicos, os processos e procedimentos contábeis, são realizados com o auxílio da tecnologia, e mesmo nos escritórios físicos, que nesta pesquisa serão denominados de tradicionais, é necessário que os profissionais adotem serviços *online* e utilizem essa modalidade em suas rotinas.

A partir do início do século XXI a prestação de serviços contábeis no formato *online* passou a ser realizada em escritórios tradicionais, mediante o uso de plataformas virtuais devido à tendência de virtualização dos serviços contábeis decorrente dos já citados avanços tecnológicos, e conforme Staats e Macedo (2021), ao fácil acesso e transmissão de dados financeiros em formato eletrônico. Esse formato de serviços, ao longo das décadas, tem sido denominado de diferentes formas (SILVA *et al.*, 2020), mas normalmente são chamados de contabilidade *online* e contabilidade digital. Conceitualmente, há uma distinção entre contabilidade *online* e digital, e neste estudo serão usadas as expressões contabilidade e serviços contábeis digitais para discussão do assunto.

A contabilidade *online* é entendida como aquela onde a responsabilização do processo é transferida ao cliente. Nas “plataformas de contabilidade *online*, o cliente é instruído quanto as documentações e dados necessários para cada solicitação. Caso tais documentações não sejam enviadas ou os dados estejam faltantes ou incorretos, o cliente é o único responsável”. A contabilidade *online* automatizou processos repetitivos, e trouxe ganho em produtividade às empresas contábeis, mas o papel do contador ou contadora, enquanto consultor ou consultora, nesse processo, não é percebido. Já na contabilidade digital, “mesmo com a automatização dos processos contábeis o cliente continua recebendo todo o auxílio e orientação” devido à “personalização e a consultoria” oferecida (NIBO, 2019, p. 1).

A contabilidade digital, assim como os serviços contábeis digitais, tem sido objetos de estudos, na maioria das vezes desenvolvidos na forma de estudos de casos. Sem a pretensão de mapear todas as publicações sobre o assunto, constata-se que inicialmente as pesquisas buscaram apresentar o conceito de contabilidade digital, e quais as formalidades da sua escrituração, além de demonstrar os conhecimentos aplicáveis à rotina profissional (TESSMAN, 2011); após, buscaram realizar levantamento do perfil dos escritórios virtuais de contabilidade no Brasil, a fim de saber quais são os tipos de serviços ofertados por eles (BARBOSA, 2018); além de verificarem a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil de uma organização contábil (ANDRADE; MEHLECKE, 2020; STAATS; MACEDO, 2021); bem como analisar a percepção de gestores de escritórios de contabilidade quanto a adoção da contabilidade digital (SANTOS; PAES; LIMA, 2022).

Neste último estudo, os autores concluíram que na percepção dos gestores, “ainda não é viável a adoção de um modelo contábil que utiliza totalmente a contabilidade digital e sua implementação depende de gargalos que impedem a integração viável das rotinas do escritório contábil e a empresa cliente” (SANTOS; PAES; LIMA, 2022, p. 133). Tendo em vista essa conclusão, e considerando a necessidade de se conhecer mais sobre essa opção de negócios, bem como a necessidade de se discutir sobre a aceitação dessa estratégia por parte dos próprios profissionais da contabilidade, esta pesquisa tem por objeto as experiências de profissionais que tenham optado exclusivamente pela prestação de serviços contábeis digitais.

Nesse sentido esta pesquisa tem como questão: como profissionais da contabilidade que tenham optado pela prestação de serviços contábeis digitais descrevem suas experiências? O objetivo geral consiste, portanto, em investigar as experiências de profissionais da contabilidade em relação à opção pela prestação de serviços contábeis no formato digital, e dessa forma discutir os motivos, assim como as possíveis dificuldades e desafios de profissionais da contabilidade em relação à essa opção de prestação de serviços.

O papel do profissional da contabilidade como fonte de informação e aconselhamento gerencial para gestores de sociedades empresárias tem sido discutido, visto que ser ele uma figura obrigatória diante das exigências legais para empresas de qualquer porte. A despeito da necessidade de relacionamento provocada por imposições legais, o contador ou contadora possui potencial de estimular um desempenho gerencial superior, por meio da orientação empresarial, geração de informações para tomada de decisão, medição do desempenho e acompanhamento dos resultados do negócio, além da transferência de conhecimento por meio de aconselhamento pessoal e profissional (ATHAYDE; MARTINS, 2012). Esse aconselhamento, quando da prestação de serviços contábeis por meio de plataformas virtuais, não era percebido, mas foi readequado com o tempo (NIBO, 2019) o que justifica estudos a fim de conhecer como ocorre esse processo.

Como contribuição teórica e acadêmica este estudo acrescentará às pesquisas que investigam sobre a contabilidade digital, em termos de levantamentos bibliográficos sobre o tema, e ainda por apresentar a percepção de profissionais da contabilidade que se dedicam exclusivamente à prestação de serviços contábeis no formato digital. Embora a proposta

metodológica do presente estudo se delimita a um estudo de caso, a discussão tenta mostrar a perspectiva de profissionais que optaram por uma estratégia de negócios não tradicional.

Santos, Paes e Lima (2021) asseguram que apesar de seu surgimento permear a década de 2010, a contabilidade digital é pouco explorada, em função de poucos escritórios adotarem parcial ou totalmente o modelo. Dessa forma, discutir a experiência daqueles que tenham optado por sua adoção, também contribuirá de forma prática ao trazer pontos de análise quanto às possibilidades de diversificação da oferta de serviços pelos próprios profissionais da contabilidade.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura apresenta características da evolução tecnológica da contabilidade e da contabilidade digital, iniciando-se pela conceituação de empresas *online*, de modo a apontar suas especificidades. Também apresenta estudos anteriores que investigaram sobre a contabilidade digital.

2.1 Empresas *online*: características e especificidades

A abertura de uma empresa ainda atualmente representa uma significativa barreira de entrada para novos empreendedores. Entretanto, alguns formatos de empresa, como as *online*, facilitam a criação de negócios ao flexibilizar e democratizar o acesso daqueles que possuem uma ideia e internet para tal fim. Em 2021, quando da coleta do número de empresas *online* no Brasil, foi estimada a existência de cerca de 1,59 milhão (22,5% a mais que 2020) de sites empresariais em formato *online* (PAYPAL BRASIL, 2021; SEBRAE, 2021).

Para se adequarem ao novo cenário, as empresas passaram a adotar soluções digitais em suas rotinas. Um estudo elaborado pelo *The Economist Intelligence Unit* a pedido da Microsoft revelou as tecnologias nas quais as empresas mais tem investido: 50% em soluções de dados, *softwares* e serviços acessíveis por meio da internet; 40% em ferramentas inteligentes (IA), como sistemas de gestão e *chatbots*; 33% em ferramentas de *machine learning* que conseguem interpretar dados e aprender com eles; 31% em Internet das Coisas (dispositivos conectados à internet). (SEBRAE DIGITAL, 2022). Ainda de acordo com o Sebrae Digital (2022), os investimentos em tecnologias não caracterizam, no entanto, toda a estrutura necessária para que uma empresa virtual desenvolva sua atividade e operações. Como parte da estrutura de negociações ainda é necessário o domínio na internet; o catálogo de produtos; atendentes virtuais e mecanismos de segurança das compras.

O domínio na internet é definido por Costa (2001) como “um endereço único e intransferível dentro da rede mundial de computadores”, sendo que para a autora a falta de barreiras na internet é explicada pela ausência de um controlador único embora algumas diretrizes foram criadas para mitigar os riscos de uso da propriedade de terceiros na internet. O catálogo de produtos, de acordo com Kotler (2019) é necessário porque qualquer negócio precisa entender seus produtos e entregar valor através deles. Se não um produto único, um mix de produtos e/ou serviços diversificado e que resolva problemas distintos. Estes devem ficar expostos no domínio na internet, com suas devidas características e preços.

À medida que um negócio se expande, seus volumes de dados e de demandas aumentam paralelamente. Sanar todos os chamados de cliente acaba se tornando uma tarefa onerosa e com pouca celeridade, e nesse contexto surgem os atendentes virtuais ou *chatbots* (CARVALHO JÚNIOR, 2018). Os atendentes virtuais e *chats* são responsáveis por resolverem problemas de baixa e média complexidade sem que haja intervenção humana. Com relação às transações financeiras através do uso da internet, denominadas de comércio eletrônico, a segurança nas compras é fator essencial. Por isso um sistema seguro de transações *online* é priorizado nos negócios virtuais (FAGUNDES, 2004).

Para a prestação de serviços contábeis digitais entende-se que a estrutura de negociações que compreende o domínio na internet; o catálogo de produtos; atendentes virtuais ou um planejamento quanto ao atendimento e consultoria, além de mecanismos de segurança para assegurar a confiabilidade na tramitação de documentos são necessários.

2.2 Evolução tecnológica na Contabilidade

O fluxo contínuo de inovações tecnológicas, combinado ao desenvolvimento e alterações no ambiente contábil, transformam as organizações e as pessoas envolvidas, em especial, os profissionais de contabilidade (ANTONELLI *et al.*, 2018), exigindo que o profissional da contabilidade busque a utilização da tecnologia para aperfeiçoar e garantir tanto a rapidez em seu trabalho quanto a qualidade dos dados e das informações fornecidas aos diversos usuários. A partir da década de 1950, os contadores começaram a utilizar cada vez mais tecnologia para realizar atividades, configurando-se o computador como a principal ferramenta para resumir transações, criar registros financeiros, organizar dados e realizar análises financeiras (LAUDON; LAUDON, 2007).

No Brasil a tecnologia começou a ser utilizada a partir de 1970 quando os escritórios contábeis se equiparam com ferramentas para execução das diversas tarefas, e a tendência resultou na automatização em substituição ao trabalho manualizado e mecanizado que até então era utilizado. À época, as principais ferramentas utilizadas para automação das atividades contábeis eram os computadores e acessórios, além das impressoras com a função de emissão dos relatórios, guias, balancetes e documentos, e os aplicativos ou softwares para importação, processamento, exportação e integração de dados (SCHMITZ, 2006).

Ainda de acordo com Schmitz (2006), a partir de 1990 a internet surgiu como um novo processo de automação para a contabilidade e diversas aplicações e processos foram reestruturados para usufruir-se ao máximo das facilidades e comodidades oferecidas por ela. Com isso, declarações e demonstrativos começaram a ser enviados aos seus respectivos órgãos, no formato *online*, visto que assim seria mais fácil e rápido realizar cruzamentos de informações, verificação da autenticidade e acompanhamento real dos dados informados, devido ao fácil acesso e transmissão de dados em formato eletrônico, segundo Corrêa (2018).

Justamente devido aos avanços tecnológicos e automatização dos processos contábeis é que foi possível implantar o Sistema Público de Escrituração Digital, que consiste na elaboração, por meio de sistema eletrônico de processamento, dos livros fiscais e contábeis determinados pela legislação (BRASIL, 2007). O SPED, de acordo com Tessmann (2011) foi criado para promover a integração e padronização no compartilhamento de informações unificadas entre o fisco e contribuintes, permitindo agilizar o controle de processos, mas também tornando a fiscalização mais efetiva. O SPED, que inicialmente era composto pelo Sped Fiscal, Sped Contábil, e NF-e, foi evoluindo e agregou também a Folha de Pagamento Digital, ou e-Social, a partir 2021. No Quadro 1 observa-se a evolução digital do SPED.

Quadro 1 – Evolução digital do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED)

Documento legal	Descrição	Característica
Ajuste SINIEF nº 7, de 30/09/2005	Nota Fiscal Eletrônica (NF-e)	Documento armazenado eletronicamente, para comprovar uma operação de circulação de mercadorias ou prestação de serviços.
Decreto nº 6.022, de 22/01/2007	Escrituração Fiscal Digital (EFD)	Conjunto de documentos fiscais de escrituração, registros e apuração de impostos.
Decreto nº 6.022, de 22/01/2007	Escrituração Contábil Digital (ECD)	Escrituração em forma digital dos livros Diário e Razão, e seus auxiliares.
Ajuste SINIEF nº 09, de 25/10/2007	Conhecimento de Transporte Eletrônico (CT-e)	Documento eletrônico para registro dos serviços de transporte de cargas.
Decreto nº 8373, de 11/12/2014	Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e	Integração de informações entre órgãos públicos como Ministério do Trabalho, Justiça do Trabalho,

	Trabalhistas (e-Social)	Previdência Social e Receita Federal.
--	-------------------------	---------------------------------------

Fonte: Adaptado de Tessmann (2011) e Andrade e Mehlecke (2020).

As mudanças no processo de escrituração contábil por meio da utilização de sistemas alteraram processos e procedimentos contábeis, e a constante evolução digital ocasionou o aperfeiçoamento e aplicação de novos modelos de negócios, denominados de contabilidade *online* e contabilidade digital (ANDRADE; MEHLECKE, 2020). Lombardo e Duarte (2017, p. 4) explicam que “por volta de 2012 nasceu um novo modelo, chamado de Contabilidade Online, que possuía um custo muito inferior à contabilidade tradicional e um serviço que entregava o que prometia de forma fácil e rápida, mesmo que num escopo limitado [...]”. Os autores apontam que para a oferta desse formato de prestação de serviços foi necessária a automação e investimentos em tecnologia, decorrente de investimentos financeiros em desenvolvimento de *softwares*.

Comparando os formatos de prestação de serviços contábeis, Lombardo e Duarte (2017) descrevem que na contabilidade tradicional ainda existem documentos em papel, malotes e motoboys, com classificação, digitação e conferência manuais das informações, além de equipes de Tecnologia da Informação para darem suporte em situações de importação de dados. Já na contabilidade *online*, o cliente é o único responsável pelas informações e documentos compartilhados, e por isso os profissionais da contabilidade podem atender a diversos clientes por um custo relativamente baixo, mas com possibilidade de ganhos por escala. No entanto, dependem de uma estrutura de negociações que compreende o domínio na internet; o catálogo de produtos; e mecanismos de segurança para assegurar a confiabilidade na tramitação de documentos (FAGUNDES, 2004). Por fim, na contabilidade digital o diferencial são a “consultoria, educação e integração de sistemas”.

A contabilidade *online* e contabilidade digital, quando comparadas à prestação de serviços em escritórios físicos, se apresentam como elementos inovadores e possuem características peculiares, que as tornam diferentes dos processos tradicionais utilizados. As características de cada modelo de negócio para a prestação dos serviços contábeis são diferentes e suas especificidades são apresentadas no Quadro 2, a partir de informações adaptadas de Lombardo e Duarte (2017) e Andrade e Mehlecke (2020).

Quadro 2 – Modelos de negócios para cada estratégia de prestação de serviços contábeis

	Contabilidade Tradicional	Contabilidade <i>Online</i>	Contabilidade Digital
Proposta de valor	Obrigações e reportes sempre em dia.	Preço baixo	Empresa mais eficiente e em conformidade legal.
Relação com o cliente	Proximidade consultiva multicanal e personalizada.	<i>Self service</i> (faça você mesmo), monocanal e padronizada.	Proximidade consultiva e personalizada
Coleta de informações	Importação de XMLs, malote e digitação.	Portal <i>self service</i> , dependente de integrações.	Integração entre sistemas em tempo real.
Atividade chave	Coleta de documentos, digitação, escrituração.	Tecnologia, automatização.	Consultoria, conhecimento e conexão de sistemas.
Oferta de serviços	Amplo, por ser personalizado.	Restrito, por seguir um padrão.	Amplo, por ser personalizado.
Compromisso	Com o processo e as necessidades dos clientes.	Com o processo.	Com o atendimento às necessidades do cliente.
Estratégia de mercado	Posicionamento por valor e/ou preço.	Concorrência por preço.	Posicionamento por valor.
Estratégia de expansão	Reativa por indicação.	Ativa, baseada no preço (quantidade de clientes)	Ativa, baseada no valor (qualidade)
Instalação do ERP	Instalado no servidor do escritório.	Instalado no servidor do escritório.	Instalado no servidor em nuvem.
Acesso ao ERP	Sem acesso pelos clientes.	Acesso pela internet por clientes.	Acesso pelo contador e clientes, por meio de

		serviços de nuvem.
--	--	--------------------

Fonte: Adaptado de Andrade e Mehlecke (2020) e Lombardo e Duarte (2017).

De modo geral, observa-se pela análise das características de cada modelo de negócio (Quadro 2) que a oferta da contabilidade *online* provocou uma ruptura no formato da prestação de serviços contábeis tradicionais, principalmente nos quesitos referentes a relação com o cliente, coleta de informações, proposta de valor, e compromisso com o cliente. O contato presencial e a mentoria que haviam no formato tradicional, praticamente deixou de existir na contabilidade *online*, mas foi recuperado na contabilidade digital, retomando dessa forma a finalidade principal da contabilidade que é a geração da informação para o processo de decisão dos inúmeros e diversos usuários da informação contábil (CPC, 2019).

Importa destacar que todos os formatos de prestação de serviços geram informações, no entanto a principal diferença é o aconselhamento. Devido à estratégia de negócio baseada na concorrência por preço, na contabilidade online, a mesma foi preterida no modelo de negócio por gerar um custo individualizado.

Independentemente das imposições legais, o profissional da contabilidade possui potencial de estimular um desempenho gerencial superior, por meio da orientação empresarial, geração de informações para tomada de decisão, medição do desempenho e acompanhamento dos resultados do negócio, além da transferência de conhecimento e aconselhamento pessoal e profissional (ATHAYDE; MARTINS, 2012; MOREIRA; ANDREASSI, 2020). A mentoria, dessa forma, é um dos serviços prestados pelo profissional da contabilidade, comumente denominado de consultoria, e possível apenas nos modelos de negócios contábeis tradicionais e digitais, conforme as características inerentes a eles.

2.3 Alguns estudos anteriores sobre a Contabilidade Digital

Pesquisas acadêmicas sobre o impacto da tecnologia da informação para a contabilidade têm sido realizadas, mas sobre a contabilidade digital os primeiros estudos nacionais datam do início do século XXI, como mostram os resultados de uma busca utilizando a palavra-chave ‘contabilidade digital’ no site de busca Google Acadêmico. É possível, no entanto, que outras bases de dados, tanto nacionais quanto internacionais, possam ter estudos diferentes aos que são apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 – Estudos anteriores sobre contabilidade digital

Autoria / Formato	Síntese dos estudos
Tessmann (2011) Monografia	Título: O desafio da contabilidade digital para os profissionais contábeis. Objetivo: Apresentar o conceito de contabilidade digital, as formalidades da sua escrituração, além de demonstrar os conhecimentos aplicáveis à rotina profissional. Resultados: Concluiu-se que os profissionais contábeis devem se adequar as mudanças, a fim de se manterem ativos no ambiente de trabalho, atualizando-se conforme demanda a sociedade empresarial.
Barbosa (2018) Monografia	Título: A contabilidade e as novas tecnologias: um levantamento do perfil de escritórios virtuais de contabilidade no Brasil. Objetivo: realizar levantamento do perfil dos escritórios virtuais de contabilidade no Brasil, a fim de saber quais são os tipos de serviços ofertados por eles. Resultados: nos últimos 5 anos a quantidade de escritórios virtuais de contabilidade praticamente dobraram; os preços praticados são, realmente, competitivos no mercado; o segmento está presente especialmente nas regiões sul e sudeste do Brasil, e como trata-se de um serviço remoto, esses escritórios são concorrentes indiretos entre as regiões do país.
Andrade e Mehlecke (2019) Artigo	Título: As inovações tecnológicas e a contabilidade digital: um estudo de caso sobre a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil em um escritório contábil do Vale do Paranhana/RS. Objetivo: verificar a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil de uma organização contábil no Vale do Paranhana/RS, além de esclarecer as principais diferenças entre contabilidade on-line e contabilidade digital. Resultados: a contabilidade digital favorece os escritórios contábeis, e traz reflexos positivos e boas influências aos usuários da esfera contábil, possibilitando uma visão diferenciada sobre o

	modo de fazer contabilidade; a aceitação da contabilidade digital é inevitável e essencial, a fim de otimizar as rotinas contábeis e acompanhar as constantes mudanças.
Braga e Colares (2020) Artigo	Título: Contabilidade digital: os desafios do profissional contador na era tecnológica. Objetivo: demonstrar como os profissionais de contabilidade estão se preparando para acompanhar os desafios da tecnologia. Resultados: a contabilidade digital é bem-vista pelos profissionais da contabilidade; profissionais do gênero masculino e com mais de cinco anos de experiência possuem mais conhecimento sobre tecnologias em contabilidade digital; os contadores tendem a ser positivos em relação à contabilidade digital, apesar de nem todos enxergarem a longo prazo as consequências inovadoras que a automação pode proporcionar ao profissional.
Toledo e Treter (2020) Artigo	Título: Contabilidade na era digital. Objetivo: caracterizar a evolução da contabilidade digital no Brasil, contextualizando seu surgimento, identificando competências e habilidades do contador, bem como desafios e perspectivas da profissão no contexto da contabilidade digital. Resultados: nesta era digital o contador passou a ter papel muito importante dentro da empresa.
Staats e Macedo (2021) Artigo	Título: As inovações tecnológicas e a contabilidade digital: um estudo de caso sobre a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil em um escritório contábil de Joinville/SC. Objetivo: verificar a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação e evidenciar os efeitos da implementação de tecnologia em uma organização contábil de Joinville/SC. Resultados: a contabilidade digital abre espaço para o profissional contábil atuar além das rotinas contábeis, buscando maneiras de impactar no negócio do cliente.
Santos, Paes e Lima (2022) Artigo	Título: Adoção e uso da contabilidade digital: uma percepção de organizações contábeis. Objetivo: Analisar a percepção da gestão de escritórios de contabilidade em relação a adoção da contabilidade digital. Resultados: As empresas analisadas implementaram a contabilidade digital, mas sem deixar de lado a contabilidade tradicional; ainda não é viável a adoção de um modelo contábil que utiliza totalmente a contabilidade digital e sua implementação depende de gargalos que impedem a integração viável das rotinas do escritório contábil e a empresa cliente.
Grassi e Lemos (2022) Artigo	Título: O impacto da contabilidade digital nos escritórios contábeis com base em quatro escritórios de Pedreira. Objetivo: mostrar os avanços tecnológicos, identificar as tecnologias implantadas evidenciar os efeitos da implementação tecnológica em quatro escritórios de Pedreira/SP. Resultados: a Contabilidade Digital facilitou muito os acessos às informações, trouxe rapidez nos processos, contribuindo para um melhor desempenho dos serviços oferecidos, que apesar das dificuldades que tiveram inicialmente com a integração dos sistemas, conseguiram se adaptar e trazer essas inovações para os escritórios.

Fonte: dados da pesquisa.

Os estudos apresentados no Quadro 3 foram desenvolvidos como estudos de caso ou pesquisas bibliográficas, e evidenciam que as pesquisas ainda buscam e conceituar a contabilidade digital e compreender como ela tem sido adotada em alguns escritórios isolados. Por outro lado, sabe-se que já existem profissionais e escritórios de contabilidade divulgando seus serviços no formato exclusivamente *online*, por meio de plataformas virtuais.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa, que teve por objetivo investigar as experiências de profissionais da contabilidade em relação à opção pela prestação de serviços contábeis no formato digital, e dessa forma discutir os motivos, assim como as possíveis dificuldades e desafios de profissionais da contabilidade em relação à essa opção de prestação de serviços possui abordagem qualitativa. Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, sendo que seus pesquisadores buscam entender os fenômenos em termos dos significados que as pessoas lhes conferem.

Com relação ao objetivo é um estudo exploratório visto que busca compreender as experiências de profissionais da contabilidade que tenham optado exclusivamente pela prestação de serviços contábeis por meio de plataformas virtuais. Pesquisas exploratórias se caracterizam como estudos preliminares que têm como objetivo conhecer melhor o tema ou a variável estudada, seu significado e o contexto em que se insere. Pesquisas exploratórias são usadas por duas razões: a curiosidade do(a) pesquisador(a) e o desejo por uma visão mais

ampla sobre o tema; e a possibilidade de entender a proporção do problema estudado e a possibilidade de encontrar respostas para explicarem o fenômeno. Além disso, esse tipo de investigação é especialmente importante em temáticas relativamente novas (PIOVESAN; TEMPORINI, 1995), como é o assunto desta pesquisa.

Com relação aos procedimentos é uma pesquisa de levantamento, cuja coleta de dados foi realizada por meio de entrevista semiestruturada. A escolha metodológica foi intencional visto que o campo de pesquisa são organizações contábeis que se dedicam exclusivamente à contabilidade digital, ou seja, aqueles escritórios e profissionais da contabilidade que em suas plataformas virtuais descrevem seus serviços com as características específicas do negócio como apresentado por Lombardo e Duarte (2017) e Andrade e Mehlecke (2020). Dessa forma, consultamos o site do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) com o fim de identificar informações sobre o quantitativo de escritórios de contabilidade físicos e digitais. Registra-se que o CFC mantém dados estatísticos sobre a quantidade de profissionais com registro ativo, por gênero e região geográfica brasileira apenas, provavelmente pelo fato de os escritórios virtuais de contabilidade ainda não possuem regulamentação específica por parte dos órgãos competentes da área (BARBOSA, 2018).

Como não foi possível identificar a população de escritórios virtuais brasileiros consultamos redes sociais como o Google, buscando por ‘contabilidade digital’, seguida por outra busca pelo LinkedIn, Instagram e Facebook para a seleção de escritórios que divulgam seus negócios nessas plataformas virtuais. Após esse mapeamento preliminar encaminhamos mensagens por meio de *chats*, *Messenger*, *WhatsApp* disponibilizados, e *e-mails* a um total de 10 (dez) empresas e profissionais, escolhidas aleatoriamente entre um total de 30 (trinta) empresas mapeadas. Esse quantitativo de empresas mapeadas não significa que todas as empresas contábeis online estejam incluídas, mas foi usado procedimento similar por Barbosa (2018). Foi obtido retorno de apenas uma contadora, embora os e-mails foram encaminhados três vezes, considerando o período de uma semana entre as tentativas.

O roteiro de entrevista usado como instrumento de coleta dados foi construído com base nas leituras e fundamentação teórica desta pesquisa, e continha perguntas abertas e direcionadoras a fim de compreender as motivações, assim como as dificuldades e desafios de se ofertar um modelo de negócios caracterizado pela inovação, como as pesquisas anteriores definem a contabilidade digital. Para a discussão das informações usou-se a análise de conteúdo, que consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que direciona seus procedimentos na descrição e interpretação das mensagens (BARDIN, 1977).

A análise de conteúdo é uma metodologia que se entende adequada para esta pesquisa, visto ser uma técnica muito utilizada nas análises qualitativas, uma vez que é possível fazer interpretações plurais das informações e dados analisados, sendo elas condicionadas pelas perspectivas e pressupostos dos quais se parte (BARDIN, 1977). A análise das informações, baseada em termos e expressões, busca discutir as experiências a partir dos motivos para a decisão pelo modelo de negócios; dificuldades para ofertar os serviços; e desafios para se manter em um modelo de negócios caracterizado por inovações tecnológicas. Dessas categorias inicialmente propostas [motivações, dificuldades e desafios] poderão emergir outras categorias e subcategorias.

4 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Nessa seção são descritos os resultados obtidos a partir do relato da entrevistada, identificada nessa pesquisa apenas como Mícen¹. A análise de resultados será apresentada

¹ Na Antiga Grécia, na cidade de Mícen¹ eram mantidos arquivos que registravam, em placas de barro, lançamentos de impostos, propriedade territorial, reservas agrícolas, inventários de escravos, de cavalos, de carros de guerra e de peças desses carros [...]. O desenvolvimento da democracia grega, levou os governantes

em subseções, de acordo com cada categoria de análise proposta já no roteiro de entrevistas. As perguntas direcionadoras buscaram informações sobre suas experiências na área da contabilidade, como ela veio a tomar a decisão pela nova estratégia de negócio [a contabilidade digital] e o que a motivou, como foi o início e como o processo de prestação de serviços era desenvolvido.

Destacamos que na fala da entrevistada, inúmeras vezes, foi citada a empresa Contabilizei (www.contabilizei.com.br) como a pioneira a usar plataformas virtuais para ofertar seus serviços. A Contabilizei enquadra-se no modelo de negócios contábeis *online* que utiliza como proposta de valor e estratégia de mercado o preço baixo, transferindo ao cliente a responsabilização pelas informações prestadas e resultados gerados, visto que automatiza processos repetitivos (LOMBARDO; DUARTE, 2019). Seu modelo de negócios, no entanto, serviu como orientação para outras organizações contábeis que também usam plataformas virtuais para prestação de seus serviços, como é o caso de Micenas.

4.1 Caracterização da entrevistada e do negócio

A fim de conhecer as experiências de Micenas pedimos a ela que falasse um pouco sobre sua trajetória profissional. Micenas relatou que possuía uma experiência na área da contabilidade desde os 15 anos de idade. Seu primeiro contato com a área contábil ocorreu em um escritório físico tradicional, onde o atendimento ao cliente era exclusivamente e unicamente de forma presencial, e toda a documentação era física.

Na época eu iniciei como *office-girl*. Eu coletava os documentos né, dos empresários, das empresárias, nas empresas. Eu ia até as empresas e voltava para o escritório com as documentações, as notas fiscais, referente a movimentação do mês né de cada empresa para que os seus devidos documentos pudessem ser enviados para os setores da contabilidade, do fiscal, do departamento pessoal, e também do financeiro né em relação ao honorário. Depois de seis meses eu fui promovida e eu comecei a então ter um contato maior com a parte da escrituração contábil então nessa época eu era auxiliar de escritório, auxiliar contábil e eu já trabalhava no departamento de contabilidade fazendo registro das movimentações da empresa referente ao mês anterior.

Aos 20 anos, cinco anos após estar trabalhando na área contábil, Micenas iniciou a graduação em Ciências Contábeis. Após finalizada sua graduação, Micenas ingressou no mestrado voltado para inovação, propriedade intelectual e transferência de tecnologia, na administração. Sua dissertação teve como tema as inovações tecnológicas na contabilidade, onde afirma ter encontrado através de análises e leituras sobre inovação, a contabilidade *online*. E foi aí que tudo começou:

Meu primeiro contato com a contabilidade *online* foi através de buscas na internet, pois em meados de 2016 ainda não se encontrava literaturas sobre o assunto. Durante minha pesquisa, foi encontrado a empresa pioneira que prestava serviço de contabilidade online no Brasil li muito sobre a Contabilizei [...]. (MICENAS, 2023)

Para Micenas desde o surgimento da Contabilizei houve um rompimento muito grande com o conservadorismo das práticas nos escritórios tradicionais mais antigos de contabilidade, pois eles se viram “ameaçados” pelo novo modelo de negócio. Para ela:

Houve um rompimento muito grande com o conservadorismo na contabilidade dos métodos tradicionais. Por quê? Porque assustou muito, principalmente contadores e

eleitos a prestarem contas de como utilizavam os recursos públicos, através de demonstrações contábeis inscritas em pedra. (MACHADO, 2020).

contadoras de escritórios assim com seus 20, 30 anos de existência. Por quê? porque a Contabilizei ela trouxe um modelo de negócio totalmente diferente. Então ao invés de ter um contato única exclusivamente com o cliente através de um atendimento presencial e via clientes né atendendo clientes locais, a Contabilizei já chegou no mercado prometendo atender a nível nacional, ou seja, atender clientes de todo o Brasil. Aí houve, eu lembro que na época houve um rumor muito grande, uma narrativa na contabilidade principalmente de contadores tradicionais que a tecnologia ia substituir a contabilidade [...]. (MICENAS, 2023)

A decisão de abrir a empresa ocorreu em 2018. Em 2016 e 2017, Micenas trabalhava no setor de contabilidade de uma grande empresa, e seu interesse por inovações tecnológicas, assunto investigado no mestrado, lhe mostrou a possibilidade de trabalhar com a contabilidade em um formato diferente do tradicional. Ao constituir a empresa, Micenas não possuía nenhum cliente, mas tinha o conhecimento sobre como usar as plataformas virtuais e redes sociais para a prospecção de clientes. Sobre o processo de abertura ela destaca:

Eu não tinha cliente quando eu constitui [a empresa]. O processo, é importante destacar que no processo de constituição de uma empresa e de um escritório de contabilidade tradicional para o *online* a única diferença é a forma de atuação. No processo de constituição, falando a questão burocrática quando você vai constituir. A única diferença é a forma de atuação que lá no momento da Junta Comercial o que nós vamos inserir é ao invés de atendimento presencial nós inserimos como atuação pela internet. (MICENAS, 2023)

Mesmo atuando em plataformas virtuais, os escritórios digitais têm um endereço físico e Micenas atuava na cidade de Laranjeiras do Sul no interior do Paraná, onde manteve seu escritório digital durante os anos de 2018 a 2022, quando então se decidiu a cursar o doutorado em Ciências Contábeis. Como o programa de pós-graduação no qual ingressou era presencial ela precisou se dedicar exclusivamente aos estudos, tendo inclusive que se mudar para o estado de Minas Gerais, o que a levou a encerrar as atividades de seu escritório.

4.2 Motivação para a opção pelo formato de negócio

Após conhecer Micenas buscou-se conhecer os motivos que a levaram a se decidir pela prestação de serviços no formato digital, uma vez que no momento da constituição de seu escritório, a Contabilizei, com uma estratégia de preço baixo, serviços padronizados e restritos e inexistência de consultoria ou mentoria devido a ausência de proximidade com o cliente era o formato conhecido.

Micenas conta que a motivação pela contabilidade digital foi pensada, primeiramente, por causa de sua formação no mestrado. Ela compreendia a contabilidade digital como uma opção para um tipo de clientes que estava surgindo e que usava as plataformas virtuais para comercializarem seus produtos e serviços. Assim, ela constituiu sua empresa motivada pela possibilidade de chamar a atenção de novos empreendedores, normalmente prestadores de serviços, como, por exemplo, aqueles que trabalham pela internet como youtubers, TikTokers, influencers, e desenvolvedores de jogos online, entre outros. Existe um nicho de mercado, empresas com atividades econômicas novas que não são atendidas pela contabilidade tradicional.

O relato de Micenas demonstra que os escritórios tradicionais, mesmo com os avanços tecnológicos, não estão preparados para atender a determinados tipos de empresas, o que pode ser justificado até pela ausência até mesmo de classificação econômica dessas atividades.

Eu percebia novos modelos de negócio nas empresas dos clientes. Então por exemplo, certo dia chegou um jovem de 18 anos chegou para mim e falou bem assim: eu queria muito abrir uma empresa, eu sou youtuber, e eu pensei assim:

youtuber, ele falou, eu sou youtuber e eu queria abrir uma empresa, eu fui em vários escritórios e eles não aceitaram abri. Eles disseram que não sabiam o que fazer. Aí aí eu pensei assim, então eu vou no escritório de online então o cliente buscou um escritório online porque negaram isso de abertura por não saberem qual que era a atividade no escritório tradicional. (MICENAS, 2023).

No entanto, quando da constituição da empresa, Micenas conta que:

No primeiro momento o meu escritório era voltado para todo tipo de empresa. Só que isso na prática não deu certo então eu tive que modificar o meu modelo do negócio e eu tive que voltar única exclusivamente para empresas da prestação de serviço. Ou seja, como eu tinha pouco pessoal, eu tinha poucos colaboradores no início é nós não dávamos conta de muitas empresas então nós chegamos no máximo a 50 clientes e eram prestadores de serviço. A grande parte eram desenvolvedores ou seja programadores da área de TI.

O entendimento de Micenas de que a contabilidade digital é mais viável a um segmento de clientes e empresas, normalmente de prestação de serviços, foi importante para sua decisão quanto ao formato da prestação de serviços. Para ela, a contabilidade tem caminhado para o lado digital, desde o início da implementação das notas fiscais eletrônicas o próprio governo tem feito esse trabalho com as empresas primeiramente, com isso acaba facilitando esse modelo de negócio, o que representa um motivo para a oferta de serviços nesse formato.

4.3 Dificuldades e desafios do modelo de negócio

Foi questionado a Micenas quais as dificuldades e desafios vividas por ela em seu escritório digital. Dificuldades relacionadas aos recursos para investimento, à prospecção de clientes, a concorrência desleal, e até mesmo a instrução do cliente para interagir nas redes sociais e dominar a internet a fim de tramitar os documentos foram destacados por ela.

Para iniciar a prestação de serviços contábeis digitais e manter o mesmo, e necessário que o empreendedor [nesse caso o profissional da contabilidade] possua algumas ferramentas iniciais, um capital para investir em estrutura e equipamentos, como por exemplo em notebooks, mesa, a plataforma onde possa trabalhar e acessar as documentações dos clientes.

Os mecanismos de segurança para garantir a confiabilidade na tramitação de documentos, destacados por Fagundes (2004) como necessários em empresas que operam em plataformas virtuais, foi citado por Micenas que reforçou a necessidade de investimentos em uma estrutura que permita o arquivamento online de todo material postado pelos clientes no caso de pane no sistema.

Micenas relata que tinha o conhecimento sobre a contabilidade, visto sua experiência adquirida nos empregos anteriores, além do conhecimento sobre inovação e tecnologia para trabalhar com ferramentas digitais, por isso, sua principal dificuldade eram os recursos financeiros para os investimentos iniciais.

Teve um momento em que eu participei de um campeonato é um da Aliança empreendedora com a Volkswagen, isso foi em 2018, no início da minha empresa. Fiquei em 5º lugar com a minha empresa [...] eu ganhei R\$3.500 o que veio também agregar na empresa. Consegui comprar mais um computador para a empresa, então foi algo teve um investimento mas é claro foi participando de projetos de apoio né para pequenas empresária.

Outra dificuldade, considerada um desafio por Micenas, era a comparação com a concorrência.

Então esse foi um desafio muito grande também não tinha como acompanhar a concorrência, com a concorrência era gigante. Então nesse sentido eu precisei me adaptar. Então dado a minha realidade a realidade da minha empresa eu precisava então buscar me distanciar da Contabilizei para que eu não fosse comparada porque tinha cliente que me comparava. Comparava meu escritório com a Contabilizei, ou seja, é só mais uma então eu precisava, eu precisava me diferenciar para além do preço. O que que eu fiz? Como eu agreguei mais preço? Eu precisava agregar o valor também diferente então eu busquei especificar meu modelo do negócio voltar do meu nicho era só para prestadores de serviço principalmente para do ramo de tecnologia, ou seja, pessoas que já tinham essa expertise e já tinha aquele entendimento sobre a importância da tecnologia.

Micenas relata que a classe contábil não visualizava, ainda, a oportunidade, o modelo de negócio eficiente, que é a contabilidade digital. Ao contrário, normalmente visualizam como algo negativo, uma ameaça aos negócios tradicionais constituídos. Essa ameaça levou a um relato de concorrência desleal por parte de profissionais da contabilidade que prestam a contabilidade tradicional

Então no início quando eu constitui a empresa ne nos estávamos no período ainda que é somente Contabilizei estava dominando o mercado; era a pioneira e tinha muita visão negativa a cerca desse modelo de negócio. O começo foi muito difícil para prospectar cliente, eu lembro que naquela época eu morava em Guarapuava interior do Paraná e eu tentei primeiramente fazer uma divulgação local e nessa divulgação local o primeiro impacto que eu tive foi que contadores da cidade se reuniram para pegar o número do meu CRC e foram levar para Curitiba para pedir o cancelamento do meu CRC. Eles diziam que era uma atividade fraudulenta que era tem um nome específico que é quando você faz concorrência desleal, eles diziam que era concorrência desleal, o preço praticado e o serviço prestado, que isso não existia que isso era balela. Então isso já falando em 2018 então já tinha uma resistência muito grande por parte da classe contábil.

Micenas pontua que muitos contadores possuem resistência a esse novo modelo de negócio, de gerir a contabilidade de forma online, através de sites, aplicativos e redes sociais. *“Infelizmente existe uma visão negativa dos contadores que estão no mercado a mais tempo, pois viam de certa forma o modelo de negócio da contabilidade online, como uma forma de concorrência, como uma forma de roubar os clientes dos escritórios tradicionais”*. Além da praticidade na prestação de serviço de forma online, os honorários são bem mais baratos do que os cobrados nos escritórios tradicionais, então um dos motivos da resistência pelo modelo de negócio também é a estratégia de preço.

Falando em 2018 então já tinha uma resistência muito grande por parte da classe contábil a classe contábil já não é essa é um dos desafios porquê? porque não visualizavam como a oportunidade o modelo do negócio é eficiente né visualizava como algo negativo é uma ameaça eu acho que essa é a palavra certa ameaça visualizava como ameaça não como a oportunidade de negócio. Então foi bem difícil no início tanto é que o meu primeiro cliente não foi de Guarapuava não foi local foi de Maceió.

A prospecção de clientes no modelo de negócio digital também foi apontado como um desafio. Ao ser questionada sobre quais métodos eram utilizados para trazer o público para esse meio, Micenas relatou que o site da empresa foi a principal plataforma de contato do cliente com os contadores, como também via WhatsApp e de outras mídias sociais, como Facebook que era uma ferramenta forte em meados da pandemia.

Então como que eu fiz para prospectar? Eu utilizei das redes sociais Instagram eu tinha um site da empresa eu tinha um site da empresa onde nesse site eu cometi o primeiro erro no site que era o que eu colocava uma calculadora de honorário ou seja o cliente ele digitava ali no site quais eram as obrigações, o porte da empresa, o regime tributário e automaticamente era calculado o honorário para ele ou para ela e eu percebi que com o passar do tempo isso não era viável então eu mudei, mas foi o meu primeiro contato ne para ter até a experiência de como que funcionava a dinâmica de prospecção de clientes.

Na contabilidade digital é necessária uma plataforma na qual os clientes possam realizar seu cadastro inicial, e assim os contadores por trás analisarem o modelo de negócio da empresa, quais tributações seriam aplicadas, e no caso de novas empresas, direcionarem o passo a passo que os clientes precisariam seguir. Dentro da plataforma é possível que o cliente tenha um espaço para um atendimento no qual era possível esclarecer dúvidas, e até mesmo adquirir conhecimento com os contadores sobre o seu negócio. Nesse processo, Micenas começou a perceber que existiam dois nichos de clientes: aqueles que buscavam conhecimento e entendimento de mercado, como por exemplo, estavam ali para terem esclarecimentos sobre seus balanços, sobre os índices que seu negócio estava seguindo; tinha também aqueles clientes que buscavam apenas manter seus negócios regularizados perante as leis. Incluía sua documentação na plataforma e obtinha seus relatórios no final do mês, sem buscar os esclarecimentos que os contadores poderiam proporcionar. Por isso, o grau de instrução dos clientes também pode ser um desafio para a interação cliente – profissional da contabilidade, como mostra a fala de Micenas:

Na prática na época é que era os clientes que não tinham um grau de instrução assim em relação à tecnologia que não percebiam muito a importância da contabilidade; só queriam entregar as obrigações, ou seja, pagar o imposto. Já os clientes que tinham uma certa percepção quanto a tecnologia né e queriam algo mais inovador eram aqueles clientes que já entendiam a importância da contabilidade queriam então que seu negócio crescesse. Clientes que não tinham a percepção sobre a importância desse modelo de negócio era aquele cliente que não tinham percepção inclusive de futuro com relação às suas próprias empresas [...].

Outro desafio são os valores cobrados pelos honorários. Como o modelo de referência para o modelo de negócio online, era a empresa pioneira no mercado, a Contabilizei que cobrava honorários contábeis muitos baixos, até 3 a 4 vezes menores do que um escritório convencional, é preciso pensar numa estratégia para estipular um preço e conseguir mostrar ao cliente que o serviço prestado vale o que é cobrado. Micenas acredita que o cliente deve ser capaz de fazer essa análise ao afirmar ser necessário que o cliente analise a necessidade de atendimento do contador apenas para ajudar a empresa a se constituir e a se manter regularizada, ou se irá em busca de uma consultoria contábil, onde os honorários são um pouco mais altos, porém possuem um portfólio de prestação de serviço mais amplo.

Outro desafio para os profissionais da contabilidade que ofertam serviços digitais é que estejam sempre por dentro das atualizações das normas e atualizações da legislação, assim como nos escritórios de contabilidades presenciais. Então para que o empreendedor tenha este formato de negócio sustentável, e necessário que tenha um capital de giro que permita sua subsistência no mercado, além de estar atento as mudanças de mercado para que possa se adequar para atender as demandas que vão surgindo.

4.4 Reflexão sobre as experiências

Ao final foi solicitado a Micenas que fizesse uma reflexão sobre suas experiências e aprendizagem com sua decisão de negócios, embora tenha descontinuado e encerrado as atividades de sua empresa. Diversos pontos foram levantados por ela, como por exemplo, a

capacitação do profissional da contabilidade em relação à internet, e até mesmo do cliente que opta pela contabilidade digital.

Além de contadores, é necessário que as pessoas que forem trabalhar com essa ferramenta, tenham um conhecimento do básico ao intermediário de pacotes *offices*, pois ao contrário do bate papo físico e presencial com o cliente, será necessário que a forma de apresentação de resultados, seja mediante planilhas e gráficos. Então além dos investimentos iniciais básicos com notebook, mesa, e demais instrumentos de trabalho, e também necessário que tenha esse investimento em pessoas.

Outra reflexão refere-se ao esforço para acompanhar as mudanças tecnológicas ao invés de resistir a elas. Míkenas relembrou que a pandemia de Covid-19 foi um verdadeiro divisor de águas em relação ao uso de plataformas virtuais por contadores, sobretudo por aqueles profissionais de contabilidade que ainda usavam exclusivamente a contabilidade tradicional.

Os contadores que tiveram a resistência a esse novo modelo de negócio [a contabilidade online e digital], ao modo de trabalho home office, tiveram que se adequar de forma imediata, e mesmo assim, ainda tiveram aqueles que perderam seus escritórios por não conseguirem se adequar. Então no momento da pandemia, houve realmente uma mudança na questão da resistência dos contadores e contadoras.

Por fim, outro ponto de reflexão da entrevistada refere-se ao desalinhamento entre a academia e o mercado de trabalho. Ela comenta que:

Eu gostaria de chamar atenção também para academia. O que a academia vem produzindo em relação a isso? Sabe, nós temos disciplinas voltadas a modelos de negócios né para atender esses novos modelos de negócio precisa pensar nisso também. É chamar atenção para a tecnologia é chamar atenção dentro da academia para estudantes de ciências contábeis, para essas novas tendências, é pensar que nós podemos atender também esses novos modelos de negócios e quais são eles. Não é pensar só nas grandes [empresas]. Nós temos que pensar que todo o negócio começa pequeno. A gente tem que pensar nos pequenos negócios que são a maior parte das empresas no Brasil são pequenas e médias. Então a gente também tem que falar sobre elas e a gente tem que falar também associar as novas gerações o que que as novas gerações estão criando o que as novas gerações estão empreendendo é pensar isso problematizar dentro da academia para que quando estudantes [da contabilidade] saíram da academia já estejam preparados e saibam qual a realidade e quais os modelos de negócios que estão surgindo lá fora.

Essas reflexões relativas a conhecimento, capacitação e proatividade para a oferta de serviços contábeis em meios digitais; além da necessidade de um posicionamento da academia e do mercado de trabalho para a discussão de novos formatos de negócios se mostram alinhadas aos avanços tecnológicos que tem impactado a contabilidade desde as décadas finais do século XX.

Ao profissional da contabilidade resta rever seu posicionamento e estar aberto à aprendizagem e utilização de estratégias para a oferta de serviços contábeis que atendam às novas profissões e atividades econômicas que têm resultado em negócios caracterizados pelo uso da tecnologia. A nova geração de contadores e contadoras deve a princípio começar a pensar e identificar as atuais necessidades dos clientes, e compreender como a contabilidade pode ser melhorada a fim de atender ao novo público que vem surgindo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa discutiu as experiências de uma contadora que constituiu uma empresa para oferta de serviços contábeis no formato digital. Constatou-se que a formação profissional e conhecimento sobre inovação e tecnologia foram fatores essenciais à sua decisão por esse formato de negócios. O conhecimento sobre o modelo tradicional de prestação de serviços contábeis, em escritórios físicos, e as estratégias usadas por uma grande empresa brasileira de serviços contábeis, pioneira na oferta de serviços online, possibilitaram à contadora comparar os três modelos de negócios e readequar sua própria estratégia.

Constatou-se que ao constituir sua empresa o fez no formato online, baseada na proposta de valor que considerava o preço, e só após se decidiu pelo nicho específico de clientes prestadores de serviços e mudou sua estratégia para valor ao invés de preço do serviço, ao ofertar consultoria e mentoria aos clientes.

Algumas dificuldades e desafios foram confirmados, como a concorrência desleal por parte de contadores tradicionais que tentaram desacreditar a oferta da contabilidade digital; a dificuldade na prospecção de clientes; os investimentos necessários, principalmente em relação à segurança da plataforma para envio, recepção, armazenamento e transmissão de documentos. Também o grau de instrução do cliente para interagir nas redes sociais e dominar a internet a fim de tramitar os documentos foram destacados como desafios.

Os resultados levam a inferir que a contabilidade digital tem como nicho de mercado os prestadores de serviço e empresas de pequeno e médio porte. Para empresas de grande porte, devido ao grande fluxo de documentos compartilhados, esse formato de prestação de serviços contábeis não é ideal, sobretudo de consideradas a proposta de valor e estratégia de mercado baseadas em preço, bem como a relação com o cliente.

Entende-se que essa pesquisa contribuiu aos estudos que investigam sobre a contabilidade digital, em termos de levantamento bibliográfico sobre o tema, e ainda por apresentar a experiência de uma contadora sobre a prestação de serviços contábeis no formato digital. A reflexão sobre o papel da academia deve ser considerada, pois aponta que é necessário discutir sobre as novas profissões e atividades econômicas e a forma de contabilização das operações relacionadas a elas, quando da formação do profissional.

Outra consideração é feita ao Conselho Federal de Contabilidade, no sentido de que essa entidade mantenha registros também das organizações contábeis que ofertam a contabilidade tradicional, a contabilidade online e a contabilidade digital, pois não é possível saber quantas são e onde estão localizadas essas organizações contábeis.

Para estudos futuros, sugere-se ampliar a quantidade de profissionais entrevistados a fim de que as experiências possam ser comparadas e confirmadas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Charliene Bruna Holanda; MEHLECKE, Querte Teresinha Conzi. As inovações tecnológicas e a contabilidade digital: um estudo de caso sobre a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil em um escritório contábil do Vale do Paranhana/RS. **FACCAT – Revista Eletrônica de Ciências Contábeis**, v. 9, n. 1, p. 93-123, jan./jun., 2020. Disponível em: <https://seer.faccat.br/index.php/contabeis/article/view/1596>. Acesso em: 16 jul. 2022.

ANTONELLI, Ricardo Adriano; NEITZEKE, Ana Claudia Afra; BEZERRA, Cícero Aparecido; VOESE, Simone Bernardes. Relação entre a qualidade da informação recebida e o nível de desempenho individual nos processos organizacionais: uma investigação juntos aos profissionais contábeis. *Revista Contabilidade Vista & Revista*, v. 29, n. 2, p. 42-67, maio/ago. 2018. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/50947/avaliacao-hierarquica-da-influencia-do-pais--setor-e-empresa-na-evidenciacao-da-responsabilidade->

social-corporativa. Acesso em: 16 fev. 2023.

ATHAYDE, Márcia; MARTINS, Gilberto Andrade. Educação empreendedora em contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, n. XLI, p. 41-53, 2012. Disponível em: <http://rbc.cfc.org.br/index.php/rbc/article/view/975>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BARBOSA, Laise Maria Rodrigues. **A contabilidade e as novas tecnologias: um levantamento do perfil de escritórios virtuais de contabilidade no Brasil**. 2018. 49f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis), Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/41423>. Acesso em: 16 jul. 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. **Decreto nº 6.022, de 22 de janeiro de 2007**. Institui o Sistema Público de Escrituração Digital - Sped. Diário Oficial da União [República Federativa do Brasil], Brasília, DF, 22 jan. 2007. Seção 1, p. 15. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6022.htm. Acesso em: 16 jan. 2023.

CARVALHO JÚNIOR, Ciro Ferreira. “*Chatbot: uma visão geral sobre aplicações inteligentes*”. **Revista Sítio Novo 2.2**, p. 68-84, 2018.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS - CPC. **Pronunciamento conceitual básico CPC 00 (R2) – Estrutura conceitual para relatório financeiro**. 2019. Disponível em: [http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00\(R2\).pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00(R2).pdf). Acesso em: 03 set. 2022.

COSTA, Ligia Maura. “A pirataria do nome de domínio na internet”. **Revista de Administração de Empresas**, n. 41, p. 45-53, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/G7sLLtj3dvGqGb69pcXQhVd/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 jul. 2022.

DOMINGOS, Jeane Natalina Gomes; MOURA, Fábio Viana. Fatores que afetam o conhecimento do microempreendedor individual marianense sobre a legislação tributária. In: Seminários de Administração, 2014, São Paulo. **Anais eletrônicos... SemeAd**, 2014, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/17semead/resultado/trabalhosPDF/519.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

DEZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Orgs). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DUARTE, Alex Rodrigues; ANDRADE, Antônio Marcos Fernandes; BORGES, Carla Cristina Borges. A importância da educação continuada do profissional de contabilidade: um estudo com o e social no Pará. **Revista Paraense de Contabilidade**, Belém, v. 3, n. 2, p. 6-18, 2019. DOI: <https://doi.org/10.36562/rpa.v3i2.30>. Disponível em: <https://crcpa.org.br/revistaparaense/index.php/crcpa/article/view/30>. Acesso em: 25 maio 2023.

FAGUNDES, Eduardo Mayer. **Como ingressar nos negócios digitais**. São Paulo: Edições Inteligentes, 2004.

GRASSI, José Augusto; HELENA, Linda; CRISTINA, Maiara; LEMOS, Margarida. O impacto da contabilidade digital nos escritórios contábeis com base em quatro escritórios de

Pedreira. **Revista Gestão em Foco**, n. 14, p. 392-405, 2022. Disponível em: revistaonline@unifia.edu.br. Acesso em: 16 jan. 2023.

HERNANDES, Anderson. Como a tecnologia está mudando as empresas contábeis. 1. ed. SP: Tactus, 2019.

KENSKY, Vani Moreira. **Tecnologia e ensino presencial e a distância**. 8. ed. São Paulo: Papirus, 2010.

KOTLER, Philip T. **Marketing social**. Saraiva Educação, 2019.

LAUDON, Kenneth C.; LAUDON, Jane P. **Sistemas de informação gerenciais**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LOMBARDO, Marcelo; DUARTE, Roberto Dias. **Contabilidade digital x contabilidade online: qual é a diferença?** 2017. Disponível em: <https://robertodiasduarte.com.br/Contabilidade-Online-x-Contabilidade-Digital.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2023.

MACHADO, Luciana. **A invenção do mundo clássico e o contraponto com outras sociedades**. Notas de Aula. 2020. Disponível em: https://apppublico.com.br/educacao_cristais/pdf/20200812142214_6%20HISTO.pdf. Acesso em: 16 jan. 2023.

MOREIRA, Márcia Athayde; ANDREASSI, Tales. Sobre a relação de confiança e mentoria entre contadoras e empreendedoras para superação de barreiras e alcance do sucesso em negócios liderados por mulheres. In: USP *International Conference in Accounting*, 2020, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo, 2020. Disponível em: <https://congressosp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/ArtigosDownload/2741.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

NIBO CONTEÚDOS. **Contabilidade digital: O que é, e por que todos estão falando dela?** 2019. © Nibo. Disponível em: <https://www.nibo.com.br/blog/contabilidade-digital-o-que-e-e-porque-todos-estao-falando-dela/#:~:text=Iniciada%20em%202015%2C%20podemos%20caracterizar,ao%20servi%C3%A7o%20de%20contabilidade%20online>. Acesso em: 25 maio 2023.

PAYPAL BRASIL. **Ritmo de expansão de lojas online no Brasil foi superior a 22% nos últimos 12 meses; pequenas empresas detêm 52% dos e-commerces**. 2021. Disponível em: <https://newsroom.br.paypal-corp.com/pesquisa-perfil-do-e-commerce-brasileiro-2021#:~:text=Ap%C3%B3s%20um%20ano%20e%20meio,criadas%20por%20dia%20no%20Brasil>. Acesso em: 16 jul. 2022.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Revista Saúde pública**, v. 29, n. 4, p. 318-325, 1995. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsp/a/fF44L9rmXt8PVYLNvphJgTd/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 02 ago. 2022.

SANTOS, Ithamyres Maria da Silva; PAES, Amanda Pimentel; LIMA, Thiago Henrique Claudino. Adoção e uso da contabilidade digital: uma percepção de organizações contábeis. **RC&C - Revista Contabilidade e Controladoria**, Curitiba, v. 14, n. 133-151, p. 8, jan./abr. 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/rcc.v14i1.82100>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SCHMITZ, Richard Salvalaggio. **A tecnologia como coadjuvante dos processos contábeis:** um retorno ao passado, uma passagem no presente e uma visão do futuro. In: Congresso de Iniciação e Produção Científica, 9, 2006. Disponível em: <http://www.docstoc.com/docs/121749031/O-profissional-de-Secretariado-Executivo-como-Gestor-da-Infoma%EF%BF%BD%EF%BF%BD>. Acesso em: 03 fev. 2023.

STAATS, Carolina; MACEDO, Fabrício. As inovações tecnológicas e a contabilidade digital: um estudo de caso sobre a aceitação da contabilidade digital no processo de geração da informação contábil em um escritório contábil de Joinville/SC. **Revista Controladoria e Gestão – RCG**, v. 2, n. 1, p. 348-369, jan./jun. 2021. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/rcg/article/view/14177>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Inovação:** a transformação digital está presente nos pequenos negócios. © 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/a-transformacao-digital-esta-presente-nos-pequenos-negocios,fc1603d0db7d4610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SEBRAE DIGITAL. **Digitalização das empresas:** um processo que veio para ficar. © 2023. SEBRAERS. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/digitalizacao-das-empresas-um-processo-que-veio-para-ficar/#:~:text=Voc%C3%AA%20sabia%20que%20a%20digitaliza%C3%A7%C3%A3o,tecnologia%20para%20potencializar%20um%20neg%C3%B3cio>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SILVA, Gustavo Oliveira; FERREIRA, Luan Aron dos Santos; FERREIRA, Tatiane Fernandes; HENRIQUE, Marcelo Rabelo; SILVA, Sandro Braz. O impacto da tecnologia na profissão contábil sob perspectivas de pessoas com formação e/ou experiência profissional na área. **Contribuciones a Las Ciencias Sociales**, n. 72, p. 1-23, outubro, 2020. Disponível em: dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7753831. Acesso em: 30 mar. 2023.

TESSMANN, Gislaine de Melo. **O desafio da contabilidade digital para os profissionais contábeis.** 2011. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNES, Criciúma, 2011. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/506/1/Gislaine%20de%20Melo%20Tessmann%20.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2023.