

CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL

Andréia de Gerard¹
Camila Martins Lopes²
Mayara dos Reis da Silva³
Renato Souto Princhak⁴
Mara Rúbia Muniz Monteiro⁵

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de viabilidade de inclusão do setor contábil no mundo digital. Já existem no mercado os serviços digitais para a área, com isso, também busca-se demonstrar a sua atratividade para gestores e clientes. As práticas apresentadas acompanham os avanços tecnológicos, as novas formas de comunicação e administração de informações. Os novos formatos de gestão sinalizam a necessidade de aprender e administrar digitalmente, criando novas oportunidades de ganho de custos, tempo e agilidade. Diante dos novos desafios contemporâneos, a gestão contábil igualmente transita por atualizações, visando atender as novas práticas corporativas.

Palavras chaves: Contabilidade. Digital. Novas práticas.

ABSTRACT

This paper aims to present a feasibility proposal for inclusion of the accounting sector in the digital world. Digital services for the area already exist in the market, so it also seeks to demonstrate its attractiveness to managers and customers. The practices presented accompany technological advances, new forms of communication and information management. New management formats signal the need to learn and digitally manage, creating new opportunities for cost savings, time and agility. In the face of new contemporary challenges, accounting management also moves through updates to meet new corporate practices.

Keywords: Accounting. Digital. New practices.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de viabilidade de inclusão do setor contábil no mundo digital, desde o acompanhamento de toda documentação enviada pelo sócio, ou responsável pela administração da empresa, em tempo real pelo escritório de contabilidade até encaminhar todas as empresas para que possuam o certificado digital e-CPF do sócio e também o e-CNPJ da empresa, mostrando para o sócio, os benefícios de se gastar um pouco mais, porém

¹ Cursando Bacharelado em Ciências contábeis pelo Centro Universitário Opet.

² Cursando Bacharelado em Ciências contábeis pelo Centro Universitário Opet.

³ Cursando Bacharelado em Ciências contábeis pelo Centro Universitário Opet.

⁴ Cursando Bacharelado em Ciências contábeis pelo Centro Universitário Opet.

⁵ Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná.

evitar multas aplicadas pela Receita Federal devido ao não acompanhamento da situação em tempo real da empresa.

Atualmente, muitos escritórios ainda dependem do *motoboy* para apanhar a documentação das empresas mensalmente para então conseguir efetuar o lançamento. Contudo, nesse processo, nem sempre a documentação vem exatamente da maneira que o escritório precisa para efetuar os lançamentos, ocasionando assim o retrabalho do *motoboy* de ir até a empresa novamente para buscar a documentação que está faltando. Se isso ocorrer em uma empresa uma vez ou outra, está tudo bem. Mas e se isso é recorrente? E se além de recorrente, acontecer em mais de uma empresa? O *motoboy* acaba tendo que deixar de fazer outras atividades para refazer o itinerário diversas vezes.

Pensando nisso, a proposta do presente estudo, quanto a viabilidade de serviço contábil, pretende fazer o acompanhamento através do sistema contábil digital. Já existe esse serviço no mercado de Contabilidade Digital. A partir dessa realidade, pretende-se ainda demonstrar a oferta de um serviço onde o cliente tenha, além de total confiança no escritório, a facilidade de acompanhar de forma simples e que entenda o que está sendo feito na sua empresa e o que está sendo informado aos órgãos competentes, tudo por meio digital.

CONTABILIDADE NA ERA DIGITAL

Atualmente, presencia-se a chamada “Era Digital”, onde tudo está ao alcance das mãos em um *smartphone*, *tablete* ou *notebook*. Pensando nessa facilidade, em que todos os empresários precisam ter acesso a um programa *online*, este trabalho traz para dentro da contabilidade uma forma de facilitar o envio de documentações para o escritório via digital.

Tendo a visão de que a tecnologia está por toda parte, precisamos estar preparados e capacitados para novas mudanças, para assim prestarmos um serviço diferenciado e qualificado.

A ideia de usar a tecnologia para melhorar a prestação de serviços de um escritório está, dentro outras vantagens, na economia de tempo dos processos. Assim, trata-se de utilizar a tecnologia a favor dos serviços contábeis. Para tanto, partiu-se da modelagem CANVAS como proposta metodológica, que traz uma facilidade de verificar as estratégias e viabilidade para melhorar esse serviço e torná-lo confiável.

MODELAGEM DE NEGÓCIOS

Para muitas pessoas o termo modelagem de negócios é desconhecido, porém, ele tem uma importância enorme para a organização e para o seu bom funcionamento (RONAN, 2018). Considerando essa importância podemos definir modelagem de negócios como a descrição clara e concisa de como uma organização cria valor, consegue entregá-lo e por fim capturá-lo.

O modelo de negócios serve para que o empreendedor consiga pensar a sua empresa de uma forma mais completa e geral, sem deixar de compreender que mudanças acontecem e tudo se transforma o tempo todo (SILVA, 2019). A empresa deve fazer parte dessa mudança, tendo em mente que o modelo inicialmente definido pelo sócio também deverá mudar. Esse modelo deve servir como mapa para nortear o empresário e seus colaboradores levando em consideração que deve acompanhar as atualizações do mercado.

Trazendo isso para dentro da proposta deste trabalho, tem-se que muitos empresários quando abriram as suas empresas, anterior a toda essa era tecnológica, estão acostumados a mandar toda documentação impressa via motoboy. Mas com a tecnologia de hoje, pode-se receber toda essa documentação online e ainda a deixar na nuvem, podendo acessar sempre que quiser sem que ocupe espaço de memória em HD externo ou *Pendrive*. Nesse contexto, entra a modelagem de negócios. O empresário quando abriu a empresa anos atrás estava acostumado a fazer as coisas de certa forma, e agora diante das mudanças, é preciso que ele se atualize e utilize a tecnologia disponível a seu favor, otimizando tempo.

MAPA DE EMPATIA

Empatia. Nunca uma palavra foi tão utilizada como é nos dias de hoje. Significa se colocar no lugar do outro e sentir o que o próximo está sentindo, para se tomar um posicionamento mais justo e compreensivo. O mapa de empatia trabalha nesse contexto, com a proposta de estabelecer uma visão mais empática da sua marca diante do consumidor. Esse mapa é desenvolvido em um esquema simples e gráfico que permite uma percepção mais objetiva do que está sendo analisado e pode ser feito de diversas formas. Mas já pensou que tipo de pessoa será analisado nesse contexto do mapa de empatia? Para isso foi criada a *persona*, que nada mais é um perfil fictício que representa o padrão comportamental do consumidor daquele determinado serviço ou produto.

Diante disso, pode-se afirmar que a *persona* e o mapa de empatia se relacionam e que um depende do outro.

- ✓ Quais elementos compõem essa ferramenta? O mapa de empatia é desenvolvido através de vários campos que se dividem na tela. Cada um desses espaços representa um sentimento, ideias, demandas e problemas que a *persona* representa. Montar o mapa consiste em distribuir as respostas da *persona* dentro desses campos que se dividem em:
- ✓ O que a *persona* pensa e sente? Nesse tópico será avaliado o que a *persona* pense e sente em relação ao produto ou serviço. Para termos as respostas adequadas precisamos fazer alguns questionamentos como:
- ✓ Quais são os sonhos da *persona*? O que a preocupa? Como ela se sente em relação a sociedade? O que ela ouve?
- ✓ Com isso, é possível entender melhor a *persona*. Os questionamentos que devemos fazer são: Quem influencia essa pessoa? Quem ela vê como destaque? A quais canais de comunicação ela tem acesso? Com quais marcas ela se identifica?

- ✓ O que ela vê? Aqui não se trata apenas da questão visual, mas tudo que a persona tem contato no dia a dia. As perguntas a serem feitas são: Qual é a sua visão de mundo? Quem compõe seu círculo social? Quais fatos são recorrentes no seu cotidiano? O que ela fala e faz?

Agora é a hora de avaliar como a persona age diante do produto ou serviço, ou seja, o que ela fala dele e como age quando considera a compra. Faremos as seguintes perguntas: Ela age de acordo com o que fala? Quais hobbies ela costuma praticar? Quais são suas dores?

As dores da persona devem ser avaliadas de acordo com os problemas que a levam a buscar o serviço ou produto e as objeções que ela tem referente à compra. Para ter um bom questionamento, pergunte: Do que ela tem medo? Quais são suas frustrações? O que ela deve ultrapassar para chegar ao que precisa? Quais são suas necessidades? Aqui o foco é entender o que a persona precisa, para compreender se obteve sucesso e se a empresa agiu de forma impactante e positiva.

Por isso, questione: O que a persona entende como sucesso? Quais são seus objetivos? Qual solução se encaixaria nas suas necessidades?

Esses conceitos básicos orientam a criação do mapa de empatia, a partir do qual se baseou a presente pesquisa realizada em um escritório familiar com cerca de 11 funcionários, dos quais 8 fazem uso do sistema contábil adquirido pela empresa. A pesquisa foi dividida por setores do escritório como segue abaixo:

- ✓ Fiscal: já faz uso do sistema em nuvem para realizar os lançamentos das notas fiscais de saídas e entradas de uma boa parte dos clientes. As notas de saídas são enviadas em arquivo XML pelo cliente via e-mail e alguns fazem direto via sistema. Esses clientes que fazem o envio representam em torno de 95% do total de clientes. Os outros 5% ainda não fazem o envio por alguns motivos, mas o principal é que acham difícil utilizar as ferramentas do sistema emissor de notas fiscais. As notas de entradas são baixadas através de um sistema que o escritório possui. A ferramenta é vinculada com a Receita Federal, que faz um manifesto da nota fiscal logo que é emitida, faz a baixa na ferramenta e deixa em um arquivo na nuvem, aguardando um funcionário importar as notas para o sistema. As funcionárias do fiscal disseram que essa facilidade de importar as notas, reduziu o tempo que elas levavam para fechar o faturamento em 60%, sobrando assim, tempo para cuidar de outras atividades do setor que muitas vezes eram postergadas.
- ✓ Contábil: nesse setor, elas dependem totalmente do motoboy para apanhar as despesas para serem contabilizadas. Dizem que é muito difícil manter a documentação em dia, pois nem sempre recebem dentro do prazo e isso atrasa bastante as atividades do setor. O escritório possui a opção de receber a documentação online. Para isso, o cliente teria que acessar online a plataforma do escritório, através de login e senha, anexar a documentação escaneada ou um arquivo Zip. Segundo as funcionárias, isso seria de grande valia para que pudessem entregar tudo dentro do prazo, pois poderiam acompanhar o envio da documentação online, sem precisar depender do motoboy, porém nunca tentaram viabilizar essa opção.
- ✓ Recursos Humanos: estão encontrando dificuldades para que os clientes se adaptem ao E-Social. Tiveram que solicitar para os clientes emitirem o

certificado digital e-CNPJ para que possam fechar a folha de pagamento. Os que só tiravam pró-labore e não conseguiram fazer o certificado, não estão mais recolhendo o INSS para aposentadoria.

- ✓ Setor de Expedição: não houve muitas mudanças significativas no setor, a mais importante é que agora, para se abrir uma empresa ou efetuar uma alteração contratual em uma empresa já aberta, será necessário que os sócios façam o certificado e-CPF para acessar os órgãos competentes. Segundo as funcionárias do setor, alguns clientes desistem de fazer a alteração por que terão mais um gasto com a empresa e a economia não está favorável para ter mais gastos variáveis.

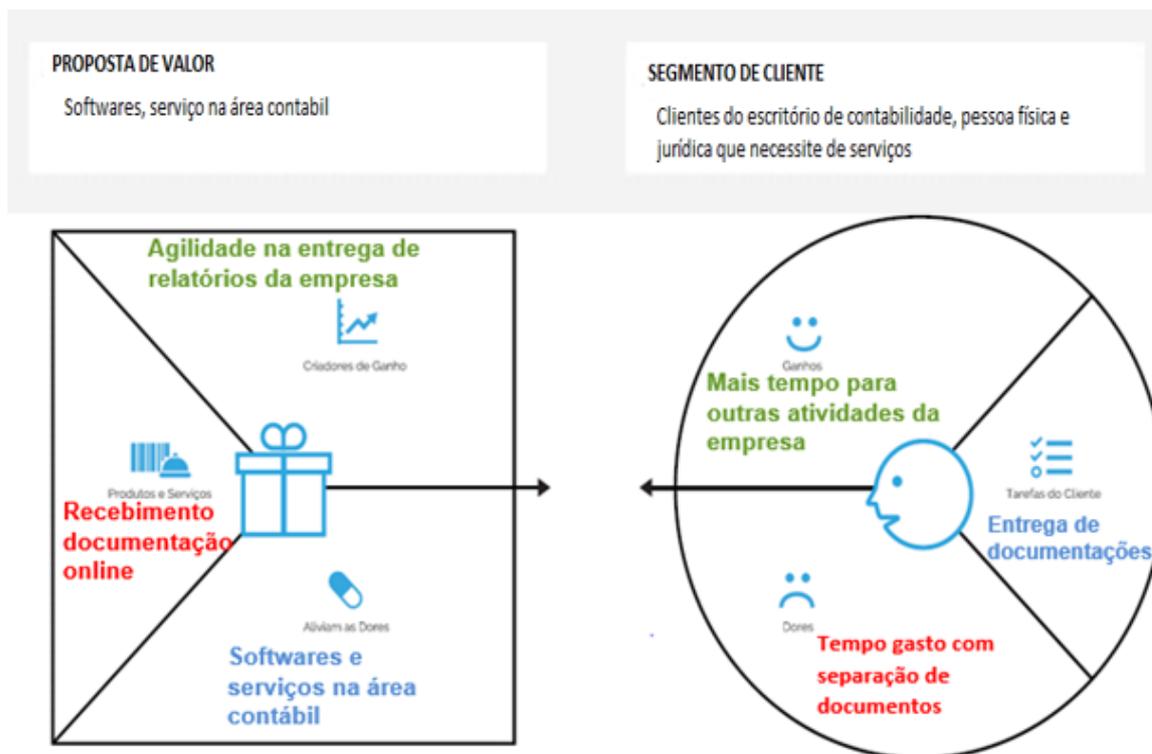
O setor mais afetado pela falta do uso da tecnologia é a contabilidade que demora a receber os documentos necessários. O setor fiscal teria que entrar em um acordo com os poucos clientes que ainda falta para automatizar 100% do setor. Com isso, nota-se o quanto é importante que todos usem todas as facilidades que temos ao alcance das mãos quando se trata de tecnologia. Se os clientes se abrirem para essa nova facilidade, o setor ganha com a otimização do tempo de aguardo para receberem os documentos, e o motoboy também não terá mais tanto trabalho.

Para ter acesso ao sistema, o escritório terá que criar uma senha para cada empresa. Essa será a forma que a empresa terá para acessar a plataforma online e anexar nela a documentação. Como cada senha é pessoal, e cada empresa terá a sua de acordo com o cadastro, toda documentação ficará separada por CNPJ. Depois, basta entrar, fazer o download dos arquivos e verificar a necessidade de cada. O sistema faz conciliação bancária da conta da empresa se houver a configuração adequada, o que evitaria precisar fazer a impressão de toda documentação, mas se por acaso houver a necessidade, o escritório poderá fazer a impressão em rascunho, ou até mesmo trabalhar online com os lançamentos, vai da opção de cada funcionário.

CANVAS PROPOSTA DE VALOR (VPN)

Esta ferramenta é separada em dois lados, sendo o círculo, chamado Perfil do cliente, onde é identificado um conjunto de características sobre o segmento de cliente que se pretende atender e o quadrado, chamado de Mapa de Valor, onde se descrevem como se pretende criar valor para o segmento de clientes (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2010).

Figura 1 – Canvas Proposta de Valor



Fonte: Autores, 2019.

Segmento de Clientes

Tarefas do cliente: Envio de documentação física para contabilidade através do motoboy da empresa ou terceirizado;

Dores do cliente: Devido à grande quantidade de documentação, a tarefa de imprimir, separar e enviar para contabilidade pode ser demorado e desgastante, e ainda correndo o risco de ser extraviado no meio do caminho;

Ganhos do cliente: Com as novas tecnologias utilizadas pelas empresas e escritórios contábeis, o tempo será mais bem aproveitado para as tarefas mais importantes;

Proposta de valor

Produtos e serviços: Serviços de contabilidade, área fiscal, tributária, gerencial e contabilidade básica;

Analgésicos: As documentações dos clientes poderão ser recebidas através da nuvem pela internet, evitando o trabalhado de ter que levar impressa;

Criadores de ganho: Com esse tipo de serviço, o cliente terá acesso as informações de sua empresa, como relatórios contábeis e financeiros com muito mais facilidade e em pouco tempo.

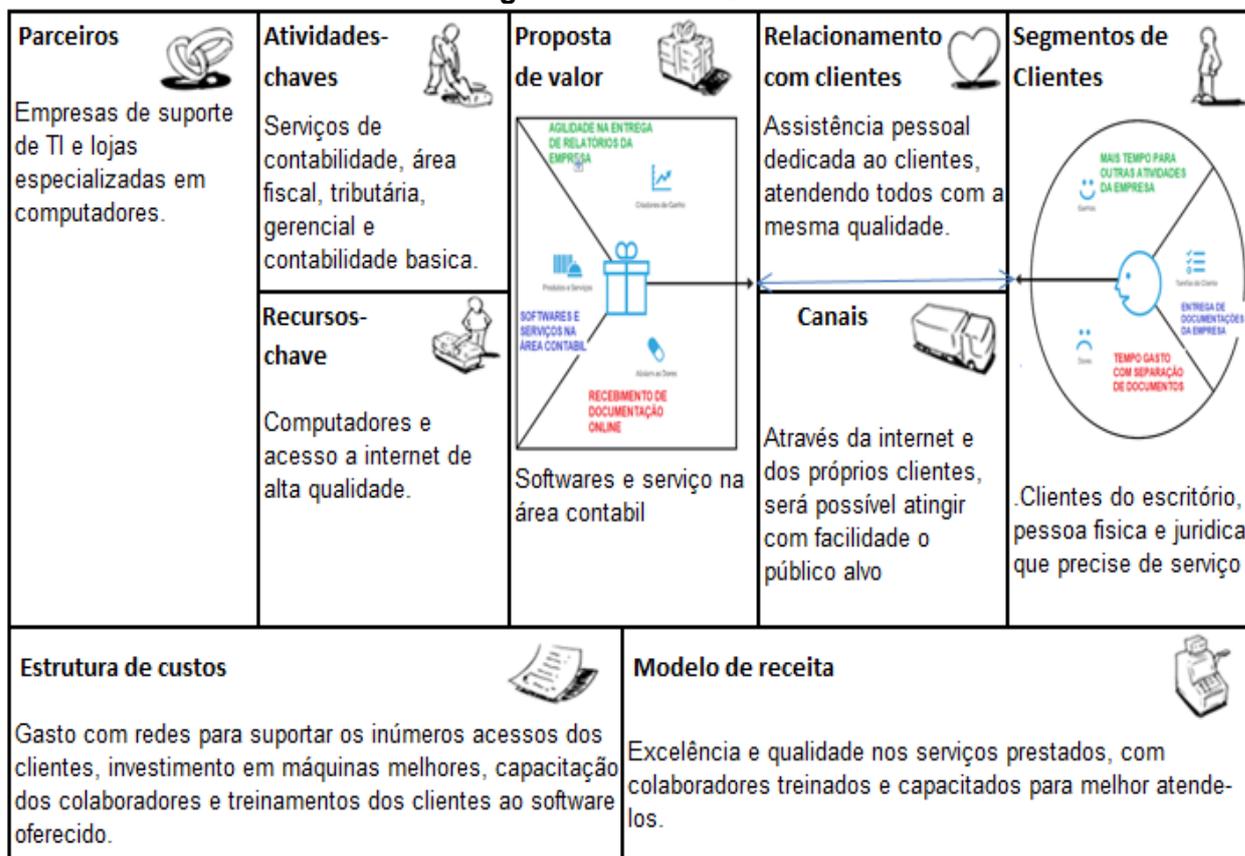
CANVAS BMG: DESCRITIVO

O objetivo do canvas permitir que seu projeto seja visualizado em apenas uma página, olhando o diagrama é possível compreender sua metodologia, que é uma das mais utilizadas para iniciar um negócio, servindo como inovação (LAMEIRA, 2017).

O modelo permite mostrar como funciona a empresa, auxilia na segmentação de clientes, área que deve ser bem definida.

A vantagem do canvas é gerar informações diretas e simplificada. Abaixo segue o modelo do canvas para nossa Contabilidade na Era Digital, que será a substituição do papel para arquivo digital.

Figura 2 – CANVAS



Fonte: Autores, 2019.

POR QUE A FONTE DE RECEITA É ESSA?

Procurando sempre ter o melhor atendimento para nossos clientes. A captação de recursos para que se possa ser possível a criação do programa e que possa ser instalado no computador de cada um de nossos clientes, para que assim eles consigam fornecer de maneira simples, prática e rápida todas as informações necessárias para a realização da contabilidade., Evitando assim qualquer tipo de cobranças de impostos futuros pela negligência de documentos

POR QUE O SEGMENTO DE CLIENTE É ESSE?

Procuramos ajudar o maior número de clientes possíveis, e de qualquer região do Brasil. Fazendo com que se torne tudo mais prático e ágil na contabilidade das empresas, principalmente para que as empresas tenham acesso a um excelente serviço e que atenda a todas as suas necessidades. De uma forma com que se tenham também facilidades de controle dos documentos aos quais foram enviados ao sistema para que seja contabilizado. Abrindo assim um vasto de clientes de várias localidades e tornando o acesso a contabilidade possível.

POR QUE A INOVAÇÃO É ESSA E ATENDE COMO AS DORES DOS CLIENTES?

O segmento que estamos inovando, serve para facilitar a contabilidade das empresas, e também facilitar aos clientes toda a questão de acumular todos os documentos físicos a ser enviados a contabilidade. E com a inovação da contabilidade na Era Digital, temos a possibilidade de facilitar esse método, fazendo com que todos os documentos sejam enviados por meios digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar esse projeto, foi identificado várias maneiras nas quais podemos estar inovando o ramo da contabilidade. E que mesmo com o passar dos anos podemos sim estar sempre pensando em inovar o processo de trabalho, visando assim facilitar para ambos os usuários da contabilidade. E que se tem todo um processo que precisa ser analisado, para que cada passo dê certo como esperamos, e também que possamos facilitar o trabalho das empresas contratantes do serviço de ter que ficar juntando todas as documentações necessárias e depender do motoboy ou até mesmo dia Correios.

Para concluir, entende-se que é viável, prático e moderno, pois acabamos tendo que acompanhar toda a tecnologia e usufruir dela da melhor maneira possível, buscando facilitar dos mais diversos tipos possíveis.

REFERÊNCIAS

LAMEIRA, R. **Usando o CANVAS da Proposta de Valor para Entender seu Cliente.** 2017. Disponível em: <https://medium.com/@ramonlameira/usando-o-canvas-da-proposta-de-valor-para-entender-seu-cliente-4edac09587ba> Acesso em: 26/08/2019.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. ***Bussines Model Generation*** - Inovação em Modelo de Negócios. 1 ed. Rio de Janeiro: Alta books, 2010.

RONAN, M. **Modelagem do Negócio.** 2018. Disponível em: <https://www.rtek.com.br/modelagem-do-negocio/> Acesso em: 26/08/2019.

SILVA, F. **Guia do Empreendedor.** 2019. Disponível em: <https://guiaempreendedor.com/o-que-business-model-canvas/> Acesso em: 26/08/2019.