

Contabilidade e Tecnologias Emergentes: Tendências na Profissão, Educação e Modelo de Negócio das Empresas de Contabilidade

Pedro António Ferreira¹, Ana Teresa Marracho²

pedro.ferreira@iscte-iul.pt; teresa1997@msn.com

¹ BRU Iscte – Instituto Universitário de Lisboa, Av. das Forças Armadas, Lisboa, 1649-026, Lisboa, Portugal

² Alumni Iscte Business School, Rua Carlos de Oliveira, 9, Vale-flores, 2810-416, Almada, Portugal

Pages: 389-403

Resumo: O propósito desta investigação é identificar tendências, fruto da disrupção tecnológica, nos modelos de negócio das empresas de contabilidade e no *skillset* dos profissionais de contabilidade, *lato sensu*, e propor linhas de orientação futuras para a educação daqueles profissionais. Analisa dados diretos recolhidos através de entrevistas a quatro empresas e dados indiretos de 50 documentos obtidos em 30 websites, portais, blogs, canais YouTube e similares. Utiliza a análise de conteúdo como técnica de análise de dados. Os resultados sugerem: (a) que o profissional de contabilidade do futuro deve possuir um sólido portfólio de competências tecnológicas, analíticas e de comunicação, (b) a necessidade de repensar os currículos dos cursos de contabilidade e similares e (c) a existência de várias possibilidades de modelos negócio desde que (re)desenhados e (re)pensados com inteligência e assentes em cinco dimensões: (1) elevado uso de tecnologia, (2) elevada relação de proximidade com o cliente, (3) busca incessante e proativa dos serviços financeiros mais promissores, (4) segmentação inteligente e (5) foco no valor confiança.

Palavras-chave: Tecnologias Emergentes; Empresas de Contabilidade; Modelo de Negócio; *Skillset* do Contabilista; Educação em Contabilidade.

Accounting and Emerging Technologies: Trends in Profession, Education and Business Model of Accounting Companies

Abstract: The purpose of this investigation is to identify trends, as a result of technological disruption, in the business models of accounting companies and in the skillset of accounting professionals, *lato sensu*, and to propose future guidelines for the education of those professionals. It analyzes direct data collected through interviews from four companies and indirect data found in 50 documents obtained from 30 websites, portals, blogs, YouTube channels and similar sources. It uses content analysis as data analysis technique. The results suggest that: (a) the accounting professional of the future must have a solid portfolio of technological, analytical and communication skills, (b) there is the need to rethink the curricula of accounting and similar courses and (c) the existence of various possibilities of

business models provided they are (re)designed and (re)thought intelligently and based on five dimensions: (1) high use of technology, (2) high customer proximity, (3) relentless and proactive search for the most promising financial services, (4) intelligent segmentation and (5) focus on trust value.

Keywords: Emerging Technologies; Accounting Companies; Business Model; Accountant Skillset; Accounting Education.

1. Introdução

O mundo digital faz parte do nosso cotidiano e traz consigo uma série de desafios em todas as vertentes das nossas vidas. Hoje, as organizações enfrentam rápidas mudanças de tecnologia, algumas disruptivas. Antony Jenkins afirma que o mundo de meados do século XXI não é apenas um mundo mais volátil e incerto, mas também que a tecnologia irá certamente modificar a natureza do trabalho e o que pode ser alcançado com ela (White et al., 2017). As “novas” tecnologias prometem fazer as coisas de maneira mais rápida e econômica (White et al., 2017), sendo que o sucesso das empresas depende parcialmente da capacidade de investir, usar e explorar aquelas tecnologias (Cong et al., 2018).

Uma das mudanças neste século decorrente das tecnologias de informação e comunicação é a redução profunda da necessidade de posse de infraestruturas e ativos físicos. O mesmo cenário aplica-se na área da contabilidade. Com o advento de tecnologias cada vez mais sofisticadas e com capacidades disruptivas, surgiram novas empresas de contabilidade com modelos de negócio inovadores (Watson, 2017) e algumas das estabelecidas reinventaram o seu modelo de negócio. Em conexão, as profissões contabilísticas estão sob pressão (Cai & Singh 2019; Kaya et al., 2019; Kokina & Blanchette, 2019; Kruskopf et al., 2019; Marshall & Lambert, 2018) e a educação em contabilidade carece de reinvenção (Alderman, 2019; Kokina & Blanchette, 2019; Pan & Seow, 2016).

Tradicionalmente, a contabilidade foca-se na produção de uma *narrativa estreita e singular*, uma *narrativa repetitiva e pouco ou nada humana* (Frey & Osborne, 2017; Ghio & McGuigan, 2019). Todavia, atualmente, é necessário seguir direções e noções mais humanísticas, como a criatividade, a inovação e o pensamento crítico (Frey & Osborne, 2017; Ghio & McGuigan, 2019) aproveitando as potencialidades da tecnologia.

Neste contexto, o objetivo deste trabalho é identificar as próximas tendências, já em curso, nos modelos de negócio das empresas de contabilidade (MN) e nas profissões contabilísticas e o seu impacto na educação em contabilidade, isto em plena 4ª revolução industrial.

Além desta Introdução, o artigo compreende mais quatro secções: revisão de literatura, metodologia seguida, resultados e discussão e, por fim, conclusões, limitações e sugestões para trabalhos futuros.

2. Revisão de Literatura: Do Futuro para o Presente na Contabilidade

Modelo de Negócio. Para Adrian Simmons, “*There is not just one definitive business model for accounting firms in the future.*” (Drew, 2015, p. 2) e para Drew (2015), as

principais características do modelo de negócio das empresas de contabilidade do futuro são as seguintes:

- Oferta de serviços de consultoria proativa e confiável, aconselhamento oportuno e desenvolvimento de estratégias de negócios a longo prazo.
- Desenvolvimento de conhecimento em profundidade em setores verticais da indústria. Centralização em nichos de mercado. Exemplo: não centralizar apenas na indústria da restauração, mas na cadeia de serviços rápidos.
- Aplicação do método *value pricing* na definição do valor dos serviços.

Drew (2015) menciona alguns protótipos de possíveis futuros modelos de negócio para as empresas de contabilidade que emergiram, utilizando a ferramenta *Business Model Canvas*, durante a experiência do Thriveal Laboratory - que teve como objetivo testar a hipótese “*there will be multiple successful business models for accounting firms of the future*” (Drew, 2015, p.1). Salientamos quatro:

1. *Filhos de meia-idade e seus pais*: à medida que as pessoas envelhecem, algumas tendem a tornar-se menos capazes de gerir os seus assuntos financeiros. Nestas situações, frequentemente, os filhos começam a auxiliar os pais e podem precisar de ajuda profissional.
2. *Serviços padronizados*: existem indivíduos e empresas que necessitam apenas do básico: contabilidade, preparação de impostos e *payroll*. Este modelo de negócio é projetado para esses clientes, que apenas pretendem “fazê-lo” e não envolve nenhuma forma de aconselhamento.
3. *Plataforma de educação e interação*: plataforma, gerida por contabilistas, de conteúdos educativos, tipo *e-books*, vídeos e publicações de blog sobre finanças e outras temáticas que podem ser do interesse dos seus clientes levando-os a inscreverem-se.
4. *Carteira de clientes baseada em start-ups*: a especialização em *start-ups* é outra possibilidade. O problema tradicional de trabalhar com este tipo de clientes é que, geralmente, não têm dinheiro. Ainda assim, o contabilista podia arriscar e ser pago em ações.

Um exemplo de sucesso da reinvenção do modelo de negócio, inspirado e baseado no poder das novas tecnologias, é o da Bean Ninjas. É uma empresa de contabilistas, online, que oferece serviços de contabilidade e consultoria de negócios apenas para sites de comércio eletrónico, fornecedores de software, agências digitais e similares, ou seja, atua num nicho de mercado (Watson, 2017). Os seus clientes têm negócios digitais, como el própria.

Profissão. Na atualidade, a contabilidade, *lato sensu*, é essencialmente uma atividade de pensamento crítico (Kaya et al., 2019). Primeiramente, a contabilidade era manual; posteriormente, foi substituída pelo mecânico e, logo de seguida, pelo eletrónico. Diversos estudos sugerem que uma elevada percentagem do trabalho da contabilidade financeira será automatizada ou até eliminada (BI4ALL, n.d.). As tarefas rotineiras e trabalhosas serão substituídas por tecnologia e robôs, tendo os contabilistas, finalmente, uma oportunidade para se dedicarem à análise estratégica (Kaya et al., 2019; Kokina & Blanchette, 2019) e ao apoio à tomada de decisões de negócio, análises preditivas e monitorização do desempenho.

Contudo, esta oportunidade também é uma ameaça devido (Alderman, 2019) a uma significativa lacuna de competências tecnológicas em profissionais de contabilidade e auditoria *lato sensu*, o que, conseqüentemente, pode levar à diminuição de colocação de estudantes de contabilidade e similares. A título de exemplo, Cai & Singh (2019, pp. 4) alerta para os reduzidos conhecimentos em *blockchain* na profissão: “*One key reason for the lack of blockchain development in accounting is the knowledge gap between blockchain developers and accounting experts.*”

Ferreira (2020) acredita que existem cinco competências essenciais que os contabilistas do futuro devem desenvolver: (1) capacidades de adaptação num cenário de incerteza e mudança constante; (2) pensamento sistemático que permita desvendar questões centrais não evidentes à superfície; (3) boa comunicação, quer com os clientes quer com os colegas; (4) *problem-solving*, saber de onde vêm os dados, como analisá-los e qual o melhor caminho a seguir e (5) aptidão para adoção, exploração e uso das novas tecnologias.

Por decorrência, uma questão que se coloca é a seguinte: como é que a profissão, *lato sensu*, se adaptará às mudanças tecnológicas? Ao longo do tempo, as máquinas demonstraram mais competência que os humanos em *structured problem-solving, routine tasks and arithmetic and other types of mathematics* enquanto que em *unstructured problem-solving* as máquinas ou fazem com dificuldade ou não conseguem fazer. Já os humanos produzem estas tarefas com facilidade (Marshall & Lambert, 2018). De acordo com Marshall & Lambert (2018), deve começar-se a pensar na colaboração entre humanos e máquinas. O principal poder da tecnologia é complementar os humanos, as Pessoas (Daugherty e Wilson, 2018) (Tabela 1).

Liderar	Simpatizar	Criar	Julgar	Treinar	Explicar	Sustentar	Amplificar	Interagir	Incorporar	Efuturar	Repetir	Prever	Adaptar
Atividades apenas Humanas				Humanos complementam as máquinas			Inteligência Artificial dá superpoderes aos Humanos			Atividades somente das Máquinas			
													
Atividades Híbridas Homem-Máquina													

Fonte: Daugherty e Wilson (2018, pp.5)

Tabela 1 – Trabalho Homem-Máquina

Kruskopf et al., (2019, pp. 9), com base na revisão de literatura, identificaram diversos possíveis futuros cargos para o contabilista, nomeadamente: (1) *Blockchain Accountant*; (2) *Historical Accounting Analyst*; (3) *Healthcare Accountant*; (4) *Cybercrime Accountant*; (5) *Analytics Guru*; (6) *Fintech Accountant*; (7) *Data Security Accountant*;

(8) *Fintech City Planner Accountant*; (9) *Cloud Accounting Specialist*; (10) *Strategic Accounting Analyst* e (11) *Systems Integrator*.

Decorrente das novas funções, os contabilistas enfrentarão novos desafios, como a garantia da qualidade dos dados inerente à enorme quantidade de informação disponível que, não obstante as máquinas estarem a assumir o controlo (Kruskopf et al., 2019), é imprescindível.

Educação. Os desafios que a profissão enfrenta exigem educação tecnológica, formação permanente (Alderman, 2019) e alteração do ensino da contabilidade (Alderman, 2019; Kokina & Blanchette, 2019; Pan & Seow, 2016).

Após uma revisão crítica das competências, perspetivando o futuro, Pan & Seow (2016) acreditam que os cursos de contabilidade devem incluir: computação em nuvem, arquitetura em nuvem, segurança dos dados, XBRL, programação analítica, mineração de dados e outras competências de tecnologias de informação. Kruskopf et al. (2019, pp. 11) sugere que uma das melhores maneiras de expandir o novo *skillset* em direção ao futuro é através da realização de uma mescla de cursos online disponíveis em plataformas tipo Edx, Coursera, Codecademy entre outras; de cursos em *Open university*; *Training courses offered by own company*; *Youtube-channels*, tais como o *Executive Finance* e *CPA Strength*; *LinkedIn trainings*; *Podcasts*; *Volunteering for leadership or teamwork positions*. Pan & Seow (2016) sugere que também devem ser exploradas outras ferramentas e formas de ensino, como o uso de *smartphones*, *online teaching*, *course modularization* ou até *hybrid of online and physical teaching* (Pan & Seow, 2016).

Resumindo a literatura, as disciplinas a manter e prováveis novas disciplinas da educação universitária em contabilidade são as constantes da Tabela 2.

Disciplinas a manter	Autores	Disciplinas novas	Autores
Disciplinas técnicas	Kruskopf et al. (2019)	Dados e Segurança Programação Nuvem	Kruskopf et al. (2019) Pan & Seow (2016)
		<i>Blockchain</i> Inteligência artificial Automação de processos Estratégia digital	Cai & Singh (2019) Kaya et al. (2019) Kokina & Blanchette (2019) Kruskopf et al. (2019)

Tabela 2 – Potenciais disciplinas a constar nos cursos de contabilidade *lato sensu*

3. Metodologia

Esta investigação visa nomear as tendências que se vislumbram no horizonte de possíveis modelos de negócio das empresas de contabilidade, decorrentes da emergência de tecnologias disruptivas, e consequente impacto na profissão e educação em contabilidade. Para tal, é necessário: (a) identificar os serviços financeiros mais promissores nos próximos anos; (b) descobrir o propósito organizacional das empresas de contabilidade do futuro; (c) identificar as futuras competências e funções do profissional da contabilidade e (d) identificar o conteúdo da futura educação do especialista em contabilidade *lato sensu*.

Para concretizar o objetivo, o estudo segue (Cândido & Ferreira, 2020; Tavares & Ferreira, 2020) uma metodologia qualitativa porque analisa dados qualitativos de documentação preexistente e de quatro empresas, visando “identificar” evidências: (a) de práticas similares inovadoras desenvolvidas por empresas pioneiras no uso das tecnologias emergentes, (b) do próximo *skillset* do contabilista e (c) de eventual conteúdo educacional.

Tem subjacente (Tavares & Ferreira, 2020) o interpretativismo como paradigma teórico porque são obtidos, analisados e interpretados dados decorrentes de “casos” individuais de modo a obter conhecimento sobre o fenómeno e explicar os eventos com base nas características descobertas. Deste modo, obtém-se *analytic generalizations* nesta área de estudo pouco desenvolvida (Yin, 2018). Adota (Tavares & Ferreira, 2020) uma abordagem construtivista, mais especificamente o construtivismo pragmático que defende que os gestores organizacionais apenas constroem uma realidade bem-sucedida na prática caso incorporem as quatro dimensões da realidade: factos, possibilidades, valores e comunicação (Jakobsen et al., 2019; Nørreklit et al., 2013; Nørreklit et al., 2010). É um dos mais aplicados na área contabilística/de gestão. O construtivismo, enquanto corrente, padece de pluralidade, ou seja, no limite, existem tantos construtivismos quantos os autores e cada autor constrói o seu. Por inerência, a resposta para uma determinada questão dependerá sempre da formação que se teve e das preferências pessoais de cada indivíduo (Riegler, 2005). É um estudo *híbrido - empírico e conceptual* - e (Colaço et al, 2018) *exploratório* dado que o objetivo é obter um conhecimento profundo e extenso de um fenómeno em particular do qual pouco se sabe (Sekaran & Bougie, 2013). Adaptando a ideia de Yin (2018), e por analogia, a construção de teorias a partir de casos múltiplos geralmente produz teorias mais robustas, generalizáveis e testáveis do que a partir do estudo de caso único (Yin, 2018).

A lógica da recolha e análise de dados está sintetizada na Figura 1.

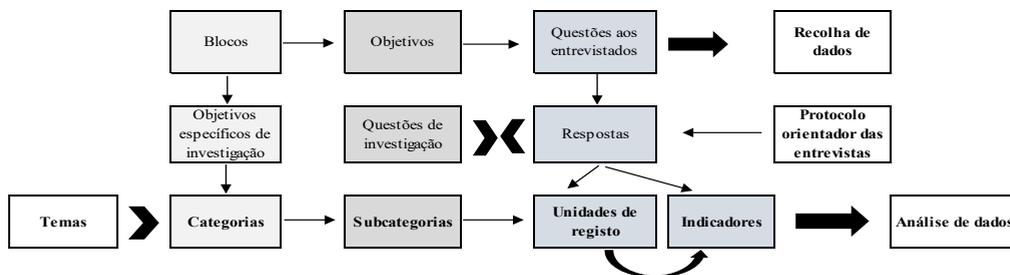


Figura 1 – Lógica da recolha e análise de dados

Recolha de dados. Tendo em conta a natureza do objeto de estudo e o tipo de estudo, foram seleccionadas como técnicas de recolha de dados: (1) entrevistas semiestruturadas gravadas e (2) análise documental de documentos preexistentes, disponíveis em diversos suportes, antes e após entrevistas.

Entrevistas semiestruturadas. A partir da revisão de literatura e da análise documental prévia, prepararam-se os protocolos orientadores das entrevistas com responsáveis

das empresas (Tabela 3). A seleção dos entrevistados teve como critério a visão que detêm sobre o objeto de estudo. A opção pelas entrevistas adequa-se ao tipo de estudo (Tavares & Ferreira, 2020; Ribeiro et al., 2018; Sekaran e Bougie, 2013) e deve-se ao facto de possibilitarem um discurso mais espontâneo do que um discurso preparado (Bardin, 2009). Devido à pandemia COVID-19, as entrevistas foram realizadas através de ferramentas online (Zoom, Google Meet e Microsoft Teams) de 19 a 21 de agosto de 2020 e duraram entre 45 minutos (empresas de tecnologias) a 1h30 (empresas de contabilidade). Foram conduzidas em linha com as seguintes diretrizes: colocação de perguntas imparciais; esclarecimento de questões e realização de apontamentos durante entrevista (Sekaran & Bougie, 2013).

Análise documental. Foram também analisados 50 documentos obtidos de 30 websites, portais, blogs, canais YouTube e similares, nomeadamente artigos de opinião - técnicos e não técnicos -, notícias, entrevistas, vídeos e *post's* de blogs das empresas, para: (a) contextualizar e preparar os protocolos de entrevistas e (b) esclarecer e confrontar com a informação obtida nas entrevistas. Esta segunda técnica de análise de informação robustece a validade do estudo (Merriam, 2002). A análise de documentos preexistentes é vantajosa na medida em que aqueles já estão disponíveis de forma independente da situação em análise (Merriam, 2002).

Entidade	Idade	Profissão	Nº de Páginas da Entrevista Transcrita
Pedro José (PJ)	37	Partner na Conceito	7 páginas
Gabriel Manes (GM)	32	Gerente executivo na Conta Azul	11 páginas
Adriano Ferreira (AF)	47	Senior Marketing Manager na Thomson Reuters - Domínio	9 páginas
Ricardo Ramos (RR)	43	Marketing Intelligence na Qlik	9 páginas

Tabela 3 – Caracterização dos sujeitos dos entrevistados

Análise de dados. Para a análise de dados recorreu-se à análise de conteúdo (Ribeiro et al., 2018). Esta é um conjunto de técnicas de análise de comunicações que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de escrutínio do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/receção destas mensagens (Bardin, 2009, pp. 44). De um modo geral, a análise de conteúdo persegue a superação da incerteza e o enriquecimento da leitura, ou seja, o desejo de rigor e necessidade de descobrir, de adivinhar, de ir além das aparências. Possui a função de “administração da prova” – é a análise de conteúdo para “servir de prova” (Bardin, 2009).

A análise de conteúdo aplica-se a situações de comunicação dual (diálogo), como sejam as entrevistas semiestruturadas, em suporte escrito e oral, realizadas neste estudo. Para que a análise seja válida, as regras de categorização devem ser: homogêneas, exaustivas, exclusivas, objetivas e adequadas ou pertinentes (Bardin, 2009). Existem diversas técnicas de análise de conteúdo. Neste estudo aplica-se a técnica categorial complementada pela técnica das relações. Em consonância, os dados recolhidos foram,

primeiro, reduzidos e agrupados (Merriam, 2002) e, *depois*, analisados e relacionados e extraídas as conclusões.

Testes. Foram efetuados três testes ao longo do estudo para garantir a qualidade do desenho da investigação: validade das construções durante a recolha da evidência e composição; validade interna durante a análise de dados (critério: coerência) e validade externa (critérios: múltiplas vozes e múltiplas fontes). As táticas aplicadas durante os testes foram: utilização de múltiplas fontes; técnicas de *pattern matching*; utilização, por analogia, da lógica da replicação em múltiplos estudos de caso; elaboração de protocolos de investigação e criação duma base de dados. O surgimento de dúvidas originou uma nova pesquisa para as esclarecer (Yin, 2018).

4. Resultados e Discussão

Este estudo abrange quatro empresas de excelência: a Conceito e a Conta Azul, na categoria de vozes de empresas de contabilidade, e a Thomson Reuters-Domínio e a Qlik na categoria de vozes de empresas de tecnologias.

A **Conceito** presta serviços, em *outsourcing*, nas áreas de contabilidade, fiscalidade, recursos humanos, tesouraria e apoio geral à gestão, tendo iniciado a sua atividade em 1982. Conta com 300 técnicos com elevados níveis de qualificação. Recentemente, desenvolveu uma solução de desmaterialização documental, *workflow* de faturas contabilidade automatizada: o Digiup. Afirma-se como “uma empresa que antecipou o futuro da contabilidade” (Pedro José).

A **Conta Azul** apresenta-se como “a plataforma que conecta tudo o que você precisa para a gestão do seu negócio”. Surgiu no Brasil em 2007. Segundo os seus responsáveis, a Conta Azul distingue-se dos restantes *players* em 4 pontos-chave: “Tudo num só lugar”; “Aprender para empreender”; “Segurança para os seus dados” e “Equipa dedicada”. “Acredita que todo o dono de um negócio merece o sucesso.”. 800 mil empresas já adquiriram os serviços desta *start-up* (Gabriel Manes).

A **Qlik** é uma multinacional que ajuda as empresas a serem mais rápidas na tomada de decisão e a trabalharem de maneira mais inteligente. É líder mundial no Quadrante Mágico da Gartner para *Business Intelligence* (BI) e *Analytics* pelo 10º ano consecutivo. Sustenta que a sua plataforma é a única no mercado que “permite a exploração aberta e orientada pela curiosidade, dando a todos - em qualquer nível de habilidade - a capacidade de fazer descobertas reais que levam a resultados reais e mudanças transformadoras.” Têm diversas crenças, uma delas é “Acreditamos que os dados são a nova linguagem dos negócios.” (Ricardo Ramos).

A **Thomson Reuters-Domínio** garante que há 20 anos que torna mais produtivo e inteligente o dia a dia dos contabilistas no Brasil ao colocar à sua disposição sistemas integrados, inteligentes e eficientes. É referência nacional no desenvolvimento de sistemas de contabilidade e fornece mais de 20 mil contabilistas. Esta aliança entre a Domínio, empresa de software de contabilidade, e a Thomson Reuters, líder mundial em informações, garante a inovação permanente e alta tecnologia. Uma delas é o ONVIO, uma plataforma de contabilidade em nuvem, lançado em 2019 (Adriano Ferreira).

A análise de dados indiretos e diretos segue uma lógica descendente, ou seja, parte das categorias, seguem-se as subcategorias até se chegar aos indicadores, os quais são resultado das unidades de registo, ou seja, de blocos de informação extraídos da documentação obtida online (análise documental) e das respostas dos entrevistados. As categorias e subcategorias foram definidas *a priori* com base na revisão de literatura e na análise documental pré-entrevistas. Na Tabela 4 apresenta-se uma síntese dos resultados obtidos sobre Tendências utilizando a análise de conteúdo.

Tema: Tendências		
Categorias	Subcategorias	Indicadores
A. Profissão	Visão	- Convicção de que é tempo de mudança
		- Crença na “extinção” da profissão contabilista como conhecemos
		- Orientação para tarefas de valor acrescentado
	Competências	- Preferência por profissionais mais eficientes e tecnológicos
		- Ideia de contabilista-consultor
		- Maior orientação para o cliente e os dados
B. Educação	Disciplinas	- As competências técnicas não são nucleares
		- Gestão de projetos; Relações interpessoais; Rigor; <i>Storytelling</i>
		- Lecionação de várias disciplinas na área das tecnologias
	Evolução	- <i>Soft skills</i> determinantes: saber conduzir reuniões, saber negociar
		- Análise de dados, gestão de projetos, negociação, expansão de negócios
		- Crença de que as relações humanas são insubstituíveis
C. Modelo de Negócio	Forças	- Dificuldade em prever o futuro da contabilidade
		- Crença que o propósito das empresas de contabilidade não será assim tão diferente do atual
		- Automatização de tarefas operacionais
	Fraquezas	- Confiança e relacionamento próximo
		- A comunicação é uma fraqueza que se acentuou com o digital
		- Inflexibilidade do cliente em trabalhar com pessoas diferentes
Serviços Financeiros	Distinção	- A escala de serviços (escalabilidade)
		- Baixo tratamento de dados
		- Modelo de negócio estagnado e sujeito a que apareça um concorrente com preços mais baixos
	Direção	- A consultoria fiscal, <i>compliance</i> não fiscal e <i>payroll</i> são serviços promissores
		- Antecipação de recebimentos é uma tendência
		- Abertura de contas digitais, abertura de um banco e consequentemente de um meio de pagamento
Direção	Distinção	- Ideia/Conceito de contabilista-consultor
		- Plataformas de investimento em imobiliário
		- Acompanhar a tecnologia é um fator vencedor
Direção	Distinção	- A ideia de contabilista-consultor é fator de distinção
		- Direção para mercado em massa - gigantes da contabilidade
		- Direção para nicho de mercado

Tabela 4 – Categorias, Subcategorias e Indicadores mais relevantes do Tema: Tendências

Depois da extração de resultados via análise de conteúdo, confrontaram-se os dados tratados com as conclusões dos principais autores referidos na revisão de literatura.

Profissão. Visão. Acerca da *visão* da profissão, todos os entrevistados deixaram claro que ela enfrenta uma mudança. Isto confirma o mencionado por Kokina e Blanchette (2019) e Kokina e Davenport (2017) de que a contabilidade não escapará à disrupção digital e tecnológica. Adriano Ferreira (Thomson Reuters-Domínio), tal como Alderman (2019), salienta que o elevado nível de automatização pode eliminar a profissão. Todavia, a Thomson Reuters-Domínio não acredita na extinção da profissão, o que é coerente com Kokina e Davenport (2017) quando mencionam que a tecnologia inteligência artificial (IA) apenas substitui tarefas específicas em vez de profissões. Todos os entrevistados referem que as pessoas devem dedicar-se a tarefas de valor acrescentado, validando Davenport e Kirby (2016) e Marshall e Lambert (2018) que argumentam que os profissionais devem ser redistribuídos para atividades que acrescentem maior valor e em sintonia com Frey & Osborne (2017) e Ghio & McGuigan (2019) quando defendem a necessidade da profissão seguir noções mais humanísticas.

Competências. Sobre as novas *competências* do contabilista, referem que devem ser no campo das tecnologias, análise de dados, comunicação, flexibilidade, gestão de projetos, relações interpessoais, negociação e *storytelling*. Isto corrobora a literatura que indica como nucleares para o contabilista do futuro: conhecimentos tecnológicos (Alderman, 2019; Cai & Singh, 2019; Kruskopf et al., 2019); orientação para o cliente (Ferreira, 2020; Kruskopf et al., 2019); comunicação (Ferreira, 2020; Kruskopf et al., 2019) e adaptação à mudança (Ferreira, 2020; Kruskopf et al., 2019). São da opinião de que o rigor é uma competência nuclear e que deve ser mantida, mas esta não é mencionada na literatura. Gabriel Manes (Conta Azul) refere que as competências técnicas não são decisivas para o contabilista do futuro contrariando, assim, os autores Kruskopf et al. (2019).

Educação. Para que as competências mencionadas sejam construídas, é necessário lecionar, nos cursos de contabilidade *lato sensu*, **disciplinas** na área das tecnologias, informática, análise de dados, gestão de projetos, negociação, expansão de negócios e consultoria. Isto é concordante com autores no caso dos dados (Kruskopf et al., 2019; Pan & Seow, 2016), tecnologias (Cai & Singh, 2019; Kruskopf et al., 2019; Pan & Seow, 2016) e consultoria (Kaya et al., 2019; Kruskopf et al., 2019).

Modelo de Negócio. Evolução. Acerca da *evolução* do modelo de negócio das empresas de contabilidade, todos os entrevistados acreditam que o propósito das empresas de contabilidade, daqui a 10 anos, não será assim tão diferente do atual, que se consubstancia na satisfação e entrega de valor ao cliente e como elemento de ligação entre empresas e o Estado. Todos referem que a adaptação à tecnologia é uma questão de sobrevivência, é inevitável. O trabalho passível de automatização está a ser eliminado. Gabriel Manes refere que o próximo passo no *business model* da Conta Azul é a eliminação da dependência da utilização da plataforma de gestão para tornarem a contabilidade mais produtiva, ou seja, só os clientes (pequenas empresas) que utilizam a plataforma Conta Azul Pro é que têm a sua contabilidade feita na plataforma de contabilidade em nuvem. A Conceito demonstrou dificuldade em visualizar o futuro da contabilidade e alguma inflexibilidade em ir mais além dos serviços contabilísticos e *payroll*. Pedro José menciona que a próxima fase na Conceito é a simplificação da captura de dados. Acredita que as relações humanas são insubstituíveis. Salienta que

existem sinais de diminuição na prestação de serviços de contabilidade e que as áreas de burla financeira e externalização completa dos serviços de contabilidade são tendência na Conceito.

Forças. No campo das *forças*, todos os entrevistados mencionam a posição de confiança no trabalho do contabilista. Gabriel Manes afirma que para os contabilistas serem considerados indispensáveis no mercado é necessário elevado uso de tecnologia e elevado relacionamento com o cliente (Figura 2).



Figura 2 – Como obter a posição de indispensável no mercado da contabilidade

Fraquezas. Os entrevistados enumeraram como *fraquezas* a má comunicação; a inflexibilidade do cliente em trabalhar com pessoas diferentes; a falta de escalabilidade e a baixa oferta de mais-valias. Todos os entrevistados salientam que a tecnologia ou a resistência dos contabilistas à tecnologia constitui uma ameaça ao atual modelo de negócio. Ricardo Ramos e Gabriel Manes acreditam que a uniformização das normas contabilísticas possibilita a entrada de gigantes¹ que eliminem os locais, ao praticarem preços mais atrativos.

Serviços financeiros. Os *serviços financeiros* considerados mais promissores foram: (1) *payroll*; (2) consultoria fiscal e *compliance* não fiscal; (3) antecipação de recebimentos; (4) abertura de um “banco”; (5) lançamento de um meio de pagamento; (6) ideia de contabilista-consultor; (7) fornecimento de serviços bancários e de armazenamento assentes em *blockchain*; (8) plataformas de investimento em imobiliário e (9) a tendência para serviços ágeis, flexíveis, simples, transparentes e seguros.

Distinção. Foram consideradas como *fatores distintivos-oportunidades* para o futuro do negócio das empresas de contabilidade os seguintes: (1) acompanhar a tecnologia;

¹ Os gigantes da contabilidade são multinacionais de contabilidade compradas por empresas de tecnologia que vendem serviços básicos de contabilidade por um preço reduzido.

(2) a ideia de contabilista-consultor; (3) direção para mercado em massa-gigantes de contabilidade e (4) direção para nichos de mercado.

Leque de possibilidades. Os entrevistados mencionam existir um *leque de possibilidades* de modelos de negócio, ou variantes, tal como Adrian Simmons (Drew, 2015) que atenta que não existe um modelo de negócio único para as empresas de contabilidade do futuro. A ideia do contabilista se transformar num consultor de gestão/negócios é mencionada por todos os entrevistados. Como sustenta Drew (2015), a oferta de serviços de consultoria proativa e confiável é uma possibilidade para o futuro negócio dos contabilistas. Watson (2017) exemplifica com a empresa Bean Ninjas, uma empresa de contabilistas, online, que se transformou numa empresa prestadora de serviços de consultoria de negócios apenas para um nicho de mercado. Também existe coerência entre as conclusões de Drew (2015) e outra possibilidade de MN mencionada pelos entrevistados, a dos gigantes de contabilidade. A prestação de serviços padronizados de contabilidade a diversas organizações que necessitam apenas do básico é outro modelo de negócio válido para o futuro. Porém, todas estas possibilidades-oportunidades apenas são executáveis caso se apliquem tecnologias nas atividades operacionais e se eliminem as tarefas rotineiras (Adriano Ferreira).

5. Conclusões, Limitações e Sugestões

Esta investigação confirma a proposição de Adrian Simmons “*There is not just one definitive business model for accounting firms in the future*” (Drew, 2015, p. 2). Neste contexto, foram identificadas várias tendências a privilegiar na configuração do futuro modelo de negócio das empresas de contabilidade as quais abrem portas à existência de várias possibilidades de modelos de negócio (lógica das possibilidades inerente ao construtivismo pragmático) desde que (re)desenhados e (re)pensados com inteligência e assentes em cinco dimensões: (1) elevado acompanhamento e uso de tecnologia, no sentido da automatização e digitalização total; (2) elevada relação de proximidade com o cliente; (3) busca incessante e proativa dos serviços financeiros mais promissores e de maior de valor acrescentado, para direcionamento da oferta; (4) segmentação inteligente, quer na orientação para nicho de mercado - uniformizar a carteira de clientes (exemplo: especialista num setor) - ou orientação para mercado de massas - direcionamento da oferta para serviços básicos padronizados - e (5) foco no valor confiança, o valor supremo da contabilidade *lato sensu*. Em suma, pode dizer-se que são necessárias novas formas de trabalhar, idealmente, em ambiente altamente tecnológico, com elevada proximidade de modo a alcançar a posição de indispensável para o cliente (propósito organizacional).

Os profissionais da contabilidade do futuro devem possuir um portfólio de competências tecnológicas, analíticas e de comunicação. Estas competências devem ser desenvolvidas através de disciplinas na área das tecnologias, informática, análise de dados, gestão de projetos, negociação, expansão de negócios e consultoria. Logo, é necessário repensar os currículos dos cursos de contabilidade e similares.

O estudo apresenta limitações, salientamos duas. Primeira, baseou-se em documentação preexistente online em websites e similares e em quatro entrevistas a gestores de empresas. Um maior número de entrevistados podia ter acrescentado informação.

Segunda, foi executado exclusivamente na perspetiva do produtor (oferta), não considerando a perspetiva do cliente/mercado (procura).

A validação das possibilidades de modelos de negócio junto das empresas de contabilidade (oferta) e dos clientes (procura), o aprofundamento do *skillset* de competências do contabilista do futuro e as alterações do currículo dos cursos são potenciais temas para trabalhos futuros, que nos apaixonam.

Referências

- Alderman J. (2019). Auditing in the smart machine age. *Graziadio Business Review*, 22(1), 1-6.
- Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, Lda.
- BI4ALL. (n.d.). *Que impacto tem o data analytics e a inteligência artificial no dia-a-dia do Diretor Financeiro?* Consultado em 3 março de 2020. https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/52285/1588801565Info_CFO_PT.pdf?utm_campaign=resposta_automatica_da_landing_page_infografia_cfo_-_pt&utm_medium=email&utm_source=RD+Station.
- Cai, C. W., Linnenluecke, M. K., Marrone, M., & Singh, A. K. (2019). Machine learning and expert judgement: analysing emerging topics in accounting and finance research in the Asia-Pacific. *Abacus*, 55(4), 709:733.
- Cândido, J. V. & Ferreira, P. A. (2020). Proposition of the 3-block Perfume Exhibition Model: using technology on turning visible an invisible reality such as perfumes. In *Proceedings of 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*, Sevilla, (pp. 1-7). IEEE publishing.
- Colaço, F., Laureano, L. M. S., Laureano, R. M. S. & Ferreira, P. A. (2018). The collective online shopping system: the impact of the effectiveness for the Portuguese business partners. In *Proceedings of 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, Cáceres, (pp. 1-6). IEEE.
- Cong, Y., Du, H., & Miklos A., Vasarhelyi. (2018). Technological disruption in accounting and auditing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 15(2), 1-10. <https://doi.org/10.2308/jeta-10640>
- Davenport, T., & Kirby, J. (2016). *Only Humans Need Apply: Winners and Losers in the Age of Smart Machines*. New York, NY: Harper Collins Publishers.
- Daugherty, P. R., & Wilson, H. J. (2018). *Human+Machine: Reimagining Work in The Age of AI*. Harvard: Harvard Business Press.
- Drew, J. (2015). Models of success? *Journal of Accountancy*, 219(4), 1-5. <https://www.journalofaccountancy.com/issues/2015/apr/accounting-firm-business-models.html>
- Ferreira, A. (2020). *Cinco competências essenciais para o contabilista do futuro*. Thomson Reuters Blog. <https://www.dominiosistemas.com.br/blog/5-competencias-essenciais-para-o-contador-do-futuro/>

- Frey, C. & Osborne, M. (2017). The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting & Social Change*, 114, 254-280.
- Ghio, A. & McGuigan, N. (2019). Art, accounting and technology: unravelling the paradoxical “in-between. *Meditari Accountancy Research*, 27(5), 789-804.
- Jakobsen, M., Mitchell, F., Nørreklit, H., & Trenca, M. (2019). Educating management accountants as business partners: pragmatic constructivism as an alternative pedagogical paradigm for teaching management accounting at master’s level. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 16(4), 517-541. <https://doi.org/10.1108/QRAM-10-2017-0099>
- Kaya C. T., Turkyilmaz M. & Birol B. (2019). Impact of RPA technologies on accounting systems. *Journal of Accounting & Finance*, (82), 235-249.
- Kokina, J. & Davenport, T.H. (2017). The emergence of artificial intelligence: how automation is changing auditing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 14(1), 115-122. <https://doi.org/10.2308/jeta-51730>
- Kokina, J., & Blanchette, S. (2019). Early evidence of digital labor in accounting: innovation with robotic process automation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35, 1-13.
- Kruskopf, S., Lobbas, C., Meinander, H., Söderling, K., Martikainen, M., & Lehner, O. (2019). Digital accounting and the human factor. *ACRN Oxford Journal of Finance and Risk Perspectives, Special Issue Digital Accounting*, 8, 1-15.
- Marshall, T. E., & Lambert, S. L. (2018). Cloud-based intelligent accounting applications: accounting task automation using IBM Watson cognitive computing. *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 15(1), 199-215.
- Merriam, S. B. (2002). Introduction to qualitative research. In S. B. Merriam & Associates (Eds.). *Qualitative Research In Practice: Examples For Discussion And Analysis* (pp. 3-17). San Francisco: Jossey-Bass.
- Nørreklit, H., Nørreklit, L., & Mitchell, F. (2010). Paradigms and pragmatic constructivism: a reply. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(6), 764-773. <https://doi.org/10.1108/09513571011065862>
- Nørreklit, H., Nørreklit, L., & Mitchell, F. (2013). Thinking: what can accountants gain from applying the principles of pragmatic constructivism? *Financial Management*, 1, 14.
- Pan, G. & Seow, P.-S. (2016). Preparing accounting graduates for digital revolution: a critical review of information technology competencies and skills development. *Journal of Education for Business*, 91(3), 166-175.
- Ribeiro, T. D., Ferreira, P. A. & Vaz, M. J. (2018). Creating shared value in Rock in Rio business model – Case study. In *Proceedings of 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, Cáceres, (pp. 1-6). IEEE.
- Riegler, A. (2005). Editorial. The constructivist challenge. *Constructivist Foundations*, 1(1), 1-8.

- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Tavares, S. A. & Ferreira, P. A. (2020). *Business Model Canvas* as diagnostic tool of the creation of cultural value - Conceptual and exploratory approach to the case of Ferreira's de Castro Cultural Complex. In *Proceedings of 15th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*, Sevilla, (pp. 1-7). IEEE.
- Watson, A. (2017). Making it work. *Acuity*, 4(1), 36-38. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=bth&AN=121858273&lang=pt-pt&site=eds-live&scope=site>
- White, A., Yakis-Douglas, B., Helanummi-Cole, H., & Ventresca, M. (2017). Purpose-Led organization: "Saint Antony" reflects on the idea of organizational purpose, in principle and practice. *Journal of Management Inquiry*, 26(1), 101-107.
- Yin, R. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Los Angeles: Sage Publications Inc.