

Inovação Introduzida nos Serviços Contábeis

Paulo Roberto Pegoraro

prpe@utfpr.edu.br

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

Campus Pato Branco - PR

Resumo: A influência da tecnologia de informação no setor de contabilidade tem gerado grandes avanços no sentido de agilizar, informar e orientar os usuários da contabilidade, a utilizá-la como ferramenta de apoio à decisão gerencial. Neste contexto e no objetivo geral deste trabalho, buscou-se identificar as evoluções e inovações nos serviços contábeis, no período dos anos de 1970 a 2010, quanto ao uso das tecnologias de informação, à melhoria na relação com os clientes e a importância dos dados fornecidos pela contabilidade, na micro-região de Pato Branco - PR. A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa teve caráter exploratório descritivo com predominância qualitativa. Para a coleta de dados foi utilizada a entrevista não estruturada, com a participação de 17 (dezesete) entrevistados, na micro-região de Pato Branco - PR, levada a efeito no período de 06 a 16 de abril de 2011.

Palavras chave: Inovação; Serviços; Contabilidade.

Introduced in Financial Services Innovation

Abstract: The influence of information technology in the accounting industry has led to great advances in order to streamline, inform and guide the users of accounting, using it as a tool to support management decision. In view of the overall objective of this work, we sought to identify trends and innovations in financial services, during the years 1970 to 2010, regarding the use of information technologies, improving the relationship with customers and the importance of the data provided for accounting, micro-region of Pato Branco - PR. The methodology used for this research was predominantly exploratory descriptive qualitative. To collect data we used the unstructured interview, with the participation of seventeen (17) respondents in the micro-region of Pato Branco - PR, conducted in the period of 06 to 16 April 2011.

Key-Words: Innovation; Services; Accounting.

1 Introdução

Os serviços profissionais se originaram na Idade Média, principalmente as profissões ligadas às leis. Com referência a estas profissões, as forças armadas ofereciam à aristocracia uma forma socialmente aceitável de ganhar a vida. As pessoas que exerciam estas profissões desfrutavam de uma importância social elevada e viviam como cavalheiros, um sinônimo do conceito do profissionalismo (KLOTTER, 2002).

Ainda para Klotter (2002), o crescimento dos serviços profissionais ocorreu no século XVI, quando surgiram diversas atividades profissionais, entre elas a contabilidade, como resultado do desenvolvimento do capitalismo e da expansão da tecnologia industrial.

Os avanços da tecnologia mudaram a maneira pela qual os prestadores de serviços desempenham suas funções. Oferecendo formas mais seguras, menos evasivas no tratamento de assuntos profissionais com os clientes, as bases de dados permitem que os profissionais de serviços compreendam melhor o ambiente onde os clientes encontram-se mais vulneráveis.

A contabilidade é uma das ciências mais antigas e executadas no mundo, já que existe desde o início das civilizações, quando os povos sentiram a necessidade de controlar o seu patrimônio ou os seus bens (SÁ, 1997).

Desde o surgimento da contabilidade, até a sua aplicação no Brasil, de forma bem menos rudimentar; o primeiro con-

tato, propriamente dito da contabilidade com as empresas brasileiras, deu-se pela necessidade de controlarem as transações mercantis realizadas pelas mesmas. Desta forma, a contabilidade tornou-se essencial e necessária para o controle e análises dos fatos operacionais realizadas pelas empresas (MARION, 2006).

Chegou-se à regulamentação da profissão do contabilista e à criação do Conselho Federal de Contabilidade e os Conselhos Regionais de Contabilidade através do Decreto Lei nº 9.295 de 27/05/1946, publicado no Diário Oficial da União em 28/05/1946.

Após sua criação, o Conselho Federal de Contabilidade desenvolveu e publicou princípios e normas tornando a contabilidade uma ciência em seu aspecto profissional e social. Buscou-se, assim, mostrar a sua funcionalidade e confiabilidade aos usuários em suas atividades diárias.

Para Santos, Schmidt e Machado (2005), a contabilidade é uma ciência social. Para este autor, a natureza social da contabilidade traduz-se na preocupação com a compreensão da maneira com que os indivíduos ligados à área contábil criam, modificam e interpretam os fatos contábeis e informam a seus usuários. Representa a realidade que deve ser observada por esse ramo do conhecimento humano. A preocupação do contabilista não está apenas em apreender, quantificar, registrar e informar os fatos contábeis das empresas, mas também em analisá-los e revisá-los, demonstrando suas causas determinantes ou constitutivas.

A contabilidade é uma ciência que fascina a quem dela necessita, para robustecer-se frente a todas as mudanças ocorridas no país, como fiscais, monetárias, econômicas, trabalhistas, de informação etc. na evolução e desenvolvimento de um mundo em que cada dia é mais competitivo e onde controlar, apurar, resolver e tomar decisões são vitais para toda a atividade mercantil. Com o passar dos anos novos usuários foram surgindo (governo, banqueiros, fornecedores e outros segmentos), de tal forma que se tem hoje um cenário moderno da contabilidade, e que não se volta apenas para as pessoas, mas para entidade (empresa) como figura central. O proprietário do patrimônio, pelo uso das informações obtidas na contabilidade, passa a conhecer melhor a situação econômico-financeira da empresa com o fim de tomar decisões mais adequadas.

O estudo da evolução e das inovações ocorridas na contabilidade, no período de 1970 a 2010, na micro-região de Pato Branco - PR, e a necessidade de se obter um histórico de uma ciência utilizada por todas as empresas e pessoas para controlar seu patrimônio (bens, direitos e obrigações), surgiu basicamente da necessidade de registrar tal evolução no intuito de realizar estudos prospectivos a partir da evolução histórica.

O objetivo geral deste estudo foi identificar a evolução e as inovações introduzidas nos serviços de contabilidade no período de 1970 a 2010 na micro-região de Pato Branco, PR. Como objetivo específico preocupou-se em:

- 1) Descrever a evolução dos serviços de contabilidade com o uso das tecnologias de informação (TI);
- 2) Verificar a evolução no relacionamento com os clientes;
- 3) Registrar a evolução da importância dos dados fornecidos pela contabilidade.

A metodologia utilizada para a realização desta pesquisa teve caráter exploratório descritivo com predominância qualitativa. Para a coleta de dados foi utilizada a entrevista não estruturada de forma intencional, com a participação de 17 (dezessete) entrevistados, na micro-região de Pato Branco - PR, levada a efeito no período de 06 a 16 de abril de 2011.

2 Embasamento Teórico

As empresas estão em mudanças permanentes e ajustar-se a essa realidade é uma questão de sobreviver à realidade do mercado. O que se busca nestas circunstâncias de desenvolvimento é a inovação nos serviços prestados e que esta inovação esteja inserida na realidade do mercado, conquistando seu verdadeiro espaço dentro das empresas e junto aos clientes, no uso de serviços úteis, capazes de proporcionar um diferencial em relação aos concorrentes e ao mercado.

Neste contexto os usuários de serviços, tornaram-se mais exigente. Devido à concorrência estabelecida pela globalização, à diversificação e diminuição do ciclo de vida dos produtos e dos serviços oferecidos aos consumidores. As empresas que prestam serviços estão enfrentando um novo desafio: a busca da inovação para oferecer maiores diferenciais em seus serviços. O cliente cada vez mais busca a sua satisfação em ser bem atendido e que seus anseios em relação a que os serviços sejam concretizados.

Para Gianesi e Correa (1994), a qualidade em serviços é composta de vários critérios de avaliação perceptíveis aos usuários. Dentre esses, podem ser destacados: consistência; flexibilidade; competência; credibilidade; tangibilidade, custo, acesso; formas de atendimento e rapidez no atendimento. Cada critério terá mais ou menos importância dependendo do tipo de serviço prestado.

Ainda para Gianesi e Correa (2006), os serviços prestados internamente nas empresas podem ser gerenciados sob as seguintes formas:

- a) Contábil – concentra-se na diminuição dos custos gerados pelos serviços realizados internamente, tendo como enfoque principal estimar os custos indiretos gerados por serviços internos e transferi-los aos usuários.
- b) Organizacional - assume que a layout organizacional é a chave para a eficácia dos serviços internos, dando ênfase à definição das relações entre os setores e sua comunicação. Gianesi e Correa (2006) acreditam que uma estrutura organizacional adequada facilita a troca de informação, aprimorando a qualidade dos serviços internos.
- c) Operacional - que, por sua vez, baseia-se na premissa de que se a produção e a distribuição dos serviços internos forem gerenciados de forma eficiente, os resultados globais da organização serão maximizados.

Gianesi e Correa (2006 p. 27) afirmam que “A premissa é de que todo o serviço interno tem algum impacto na capacidade da empresa oferecer produtos e serviços de qualidade”

Para Albrecht (2002), os departamentos internos de serviços das empresas, devem concentrar-se em prestar uma contribuição importante ao processo global do atendimento ao cliente.

Segundo Riddle (1986 p. 27), os serviços estão no centro econô-

mico de qualquer atividade; o setor de serviços no contexto geral e econômico está centrado nos três principais setores da economia, no extrativista, no manufatureiro e no de infraestrutura, o qual está dividido em cinco subgrupos. Sendo que todas as atividades direcionam-se ao cliente, sendo:

- 1) Serviços de apoio empresarial: consultoria, contabilidade, finanças, bancos;
- 2) Serviços de apoio comercial: varejo, manutenção, consertos;
- 3) Serviços de apoio à infra-estrutura: comunicações, transporte;
- 4) Serviços de apoio social/pessoal: restaurante saúde;
- 5) Administração pública, educação, governo.

Os serviços de infra-estrutura, transportes e comunicações são o elo de ligação entre todos os setores da economia, incluindo o consumidor final, conforme a Figura 01, a seguir:

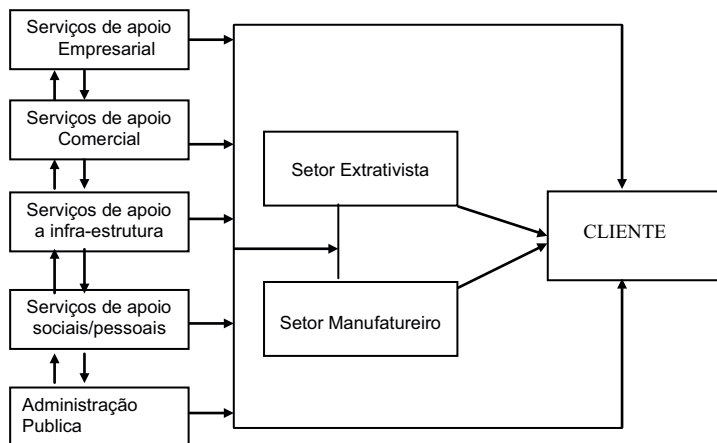


Figura 01: Canal de distribuição para o cliente final.

Fonte: Adaptado de Riddle (1986 p. 27).

Para Gianesi e Correa (2006), os serviços têm papel primordial no desempenho da economia, concomitantemente com o setor industrial e de manufatura, sendo que este pode ser definido em três categorias:

- 1) Diferencial Competitivo – a prestação de serviços, por empresas de manufatura interagem no sentido de diferenciar os produtos e serviços oferecidos aos consumidores, os quais geram um diferencial de competição entre concorrentes.
- 2) Suporte às atividades de manufatura – a prestação de serviços, nas empresas de manufatura, como departamento de pessoal, manutenção, e tratamento de dados, contabilidade, assessorias, entre outros, são fundamentais para o desempenho da empresa.
- 3) Geradores de lucros – muitas atividades de serviços de empresas de manufatura podem desenvolver-se a um ponto tal que ultrapassem a mera função de apoio, passando a constituir “centros de lucros”.

Nas atividades diárias, entra-se em contato com as operações de serviços seguidamente, sendo como prestadores ou usuários da quantidade ampla de serviços comerciais, de saúde, administrativos e públicos, oferecidos. Assim, a prestação de serviços é uma atividade que diz respeito ao cotidiano dos consumidores.

Dessa forma, a prestação de serviços envolve: gerenciar os processos de prestação de serviços, assegurar que os objetivos

sejam atendidos e, ao mesmo tempo, continuar com o aperfeiçoamento dos serviços prestados. Assim sendo, a administração de serviços é uma função organizacional central e crítica para o sucesso empresarial (JOHNSTON; GRAHAM, 2002). Já para Ganesi e Correa (2006 p. 30), “a função de serviços e processos é a função central da maioria das organizações. É a função que provê produtos ou serviços aos clientes, envolvendo projeto, planejamento, controle e melhoria do sistema”.

Consequentemente, em relação ao crescimento do setor de serviços, surge a preocupação das empresas com a melhoria e inovação deste setor, pois o nível de exigência dos clientes e a concorrência do setor econômico, crescem juntamente com a importância deste setor.

2.1 Inovação Em Serviço

Tomado como referência pelos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 1997), o Manual de Oslo conceitua a inovação científica e tecnológica como a transformação de uma idéia em um produto ou serviço vendável, novo ou melhorado, ou em um processo operacional na indústria no comércio, ou em um método de serviço social.

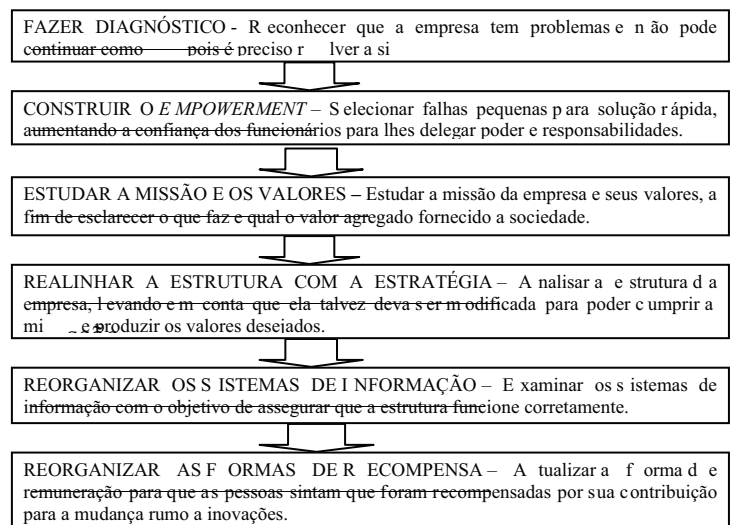
Ainda para Reis (2004), as inovações tecnológicas incluem novos produtos, processos e serviços, com mudanças tecnológicas, podendo uma inovação ser implementada se for introduzida no mercado ou for usada dentro de um processo de produção, envolvendo uma série de atividades científicas, tecnológicas, organizacionais, financeiras e comerciais. Segundo Waterhouse (2001), as circunstâncias que envolvem projetos de mudança são específicas em cada situação. O que é preciso saber para transformar uma organização não pode ser detalhado com precisão, já que não existe cálculo explícito nem caminho previamente traçado para introduzir mudanças na empresa. Entretanto, há um conjunto de princípios que podem servir de inspiração no momento de mudar conforme quadro 01 a seguir:

Aproveitar a diversidade de recursos humanos. Atualmente, o número crescente de mulheres que ingressam no mercado de trabalho, minorias étnicas e estrangeiros que trabalham nas empresas representa uma fonte sem-par de pensamento inovador.
Desenvolver novas capacidades na empresa. Em outras palavras, investir no capital humano, aumentando a competência profissional dos funcionários em todos os níveis. O esforço, aqui, é ampliar a competência técnica para a solução de problemas, a capacidade de tomar decisões e a liderança dos que trabalham no chão de fábrica.
Planejar. Será preciso elaborar um plano de ação detalhado para impulsionar a mudança. Nele, deverão ser especificadas todas as ações importantes; as mudanças nos processos, nos sistemas, nos funcionários, na cultura, no ambiente físico, na estrutura e nas necessidades de treinamento.
Promover a integração de iniciativas. É vital manter uma base lógica integrada e coerente para todo o modelo de mudança. A apresentação de iniciativas sem planejamento apenas servirá para confundir os funcionários e diminuir o impacto positivo.

Quadro 01 – Princípios de ajuda a mudança.

Fonte: Adaptado de Waterhouse (2001)

Para Adizes (2001), as seis etapas do processo de mudança para o gerenciamento da inovação são: diagnóstico, empowerment, missão e valores, realinhamento estrutural, e reorganização das formas de informações e recompensas, conforme demonstrado a seguir passo a passo.



Quadro 02 – Os seis passos do processo de mudança.

Fonte: Adaptado de Adizes Isack (2001)

Para Kotter (2001), cada vez mais as mudanças que ocorrem no mercado obrigam as empresas a modificar sua estrutura, processos e serviços. Às vezes, a pressão vem da concorrência, por exemplo, quando esta desenvolve e lança novos produtos e serviços com maior rapidez. Outras vezes, são os clientes que pressionam, com o objetivo de que a empresa reduza seus preços. Pode acontecer também que um concorrente utilize novas ferramentas de informática, e se a empresa não incorporar imediatamente, terá problemas. Ou então, podem surgir novos concorrentes. Kotter (2001) ainda comenta que os oito principais erros comuns ao processo de mudança são:

Enfrentar a realidade. A estruturação de uma empresa, de um produto ou serviço, os processos e as tecnologias em que se baseiam não adequados à atividade da empresa, perdem a validade em pouco tempo, e o fracasso é eminente.
Agir com estratégia. O capital e os recursos são limitados. Deve-se concentrar esforços de mudança somente nas áreas em que é possível diretamente obter benefícios.
Comando firme. A mudança, para ser implantada, precisa de comando enérgico, a responsabilidade é da alta administração, mas deve ser reforçada pelo cliente interno e externo da empresa.
Clima de mudança. É necessário concentrar esforços na melhoria de rendimento dos setores mais importantes da organização e cultivar o clima de mudança entre os colaboradores da empresa.
Informações convincentes. Não se deve supor que todos estejam preparados para a mudança, o que é muito raro. É preciso um trabalho de comunicação constante e sincero, com relatórios freqüentes sobre o desempenho do setor, para obter consenso dos envolvidos.
Fazer do cliente a mola mestra da mudança. O cliente deverá ser um aliado quando chegar o momento de argumentar a favor do projeto de mudança e inovação. As necessidades dele, examinadas com rigor, deverão ditar o caminho da mudança.
Conhecer pessoas estratégicas. As mudanças constituem um centro de interesse para algumas pessoas. Será preciso dividi-las em segmentos, entender e atribuir prioridades às necessidades desses grupos de pessoas.
Comunicar-se continuamente. Para o projeto obter sucesso, é necessário que se comunique, constantemente, a forma como a mudança será conduzida. Se as mensagens forem claras, serão entendidas; se forem concretas, terão credibilidade.
Reformular os sistemas de medidas. Após o projeto de mudança ter sido elaborado, deve-se estabelecer um novo sistema de medidas, coerente com as estratégias e os objetivos traçados. O antigo sistema de medidas deve ser reavaliado e, se necessário, desativado.
Utilizar todos os recursos. São vários os fatores que são fundamentais para provocar as inovações e mudanças, tais como os mercados e os clientes que se procura conquistar; a oferta de produtos e serviços; a estrutura da organização; os processos em que se baseia a atividade da empresa e as tecnologias que os tornam possíveis. Uma mudança de grande escala só poderá ocorrer se todas essas alavancas funcionarem de forma coordenada.
Ser audacioso. O líder da mudança deve trabalhar sem descanso para convencer a equipe a pensar de modo audacioso e, assim, implementar as inovações positivas da organização. O pessoal precisa sentir-se livre para abandonar os caminhos conhecidos, pensar por conta própria e trazer idéias novas à tona.

01 Não ter sentido de urgência - A empresa precisa examinar o mercado, estudar os competidores e identificar as crises, tanto reais como potenciais e as grandes oportunidades que deve aproveitar.
02 Não envolver a alta direção e não formar uma equipe apoiada por ela para comandar as mudanças - Altos executivos devem se comprometer com a mudança e montar um grupo de pessoas que tenha poder suficiente para liderá-la e consiga trabalhar em equipe.
03 Subestimar o poder da visão corporativa - A empresa deve criar uma visão que ajude a direcionar os esforços de mudança. Além disso, precisa elaborar as estratégias para atingir esta visão.
04 Não transmitir a visão de mudança - A empresa tem de utilizar todos os veículos para informar constantemente a nova visão e as estratégias. Para isso, deve ter um modelo que sirva de guia do comportamento que se espera dos funcionários.
05 Não fomentar o empowerment - A empresa deve eliminar os obstáculos à transferência de poder e responsabilidade para os funcionários, modificar os sistemas ou as estruturas que atrapalham a visão de mudança (pelos funcionários) e estimular suas idéias e iniciativas.
06 Não obter resultados a curto prazo - A empresa precisa providenciar melhorias visíveis e rápidas no desempenho, além de reconhecer e recompensar os autores de possíveis resultados.
07 Satisfazer-se logo com os resultados, deixando de consolidá-los para criar mais mudanças - A empresa deve ter credibilidade crescente para mudar os sistemas, estruturas e políticas que não se encaixem na política de inovação.
08 Não incorporar as inovações na cultura da empresa - A empresa deve chegar a um patamar de desempenho melhor, com um comportamento orientado para o cliente e para a produtividade de produtos e serviços.

Quadro 03 – Oito principais erros no processo de mudança.

Fonte: Adaptado Kotter, J.P. (HSM, 2001).

Os inovadores de serviços enfrentam dificuldades para testar suas idéias. O processo de desenvolvimento de produtos inclui a construção de um protótipo em laboratório para a realização de testes, antes do início da produção em escala. Entretanto, novos serviços raramente são testados antes de serem lançados no mercado consumidor, o que explica parcialmente a alta taxa de falha de novos serviços prestados e observados pelos consumidores.

Sobre isso, Alonso (1991, p 76,) assegura:

O peso econômico da inovação deriva do seu efeito agregado sobre a configuração e grau de rivalidade dos setores. Pese embora a redução que se verifica na durabilidade das vantagens que outorga, à sua importância de-vera, ser maior que de outras fontes que não evidenciam uma estrutura intrínseca perdurável.

Ainda para Alonso (1991) apud Vieira (2000), a economia coloca a inovação na dependência da estrutura competitiva do mercado – oligopolista ou monopolista, pelo que não deverá ser tomada no seu sentido de produção, mas sim no sentido amplo de mudança radical ou incremental, materializada nos processos, produtos ou serviços, na comercialização, na gestão e inclusive na estratégia. Ainda para Deschamps (2001), para inovar é importante que a organização esteja disposta a enfrentar problemas, sendo preciso moldar um processo decisório codificando os pressupostos sobre valores e inclinações no momento da sua criação, conforme demonstrado no quadro 04, as principais fases a serem enfrentadas.

Pessoal	Envolve atributos de liderança, políticas de admissão, treinamento e promoção
Estrutura	Inclui a especificação de relações de subordinação formais autoridade decisória, fluxos de informação e fluxos de tarefas.
Sistemas	Incluem processos de planejamento e orçamento, normas para avaliação do desempenho da empresa, seleção de indicadores de desempenho e esquemas de incentivo.
Cultura	Inclui noção sobre comportamentos valorizados, pressupostos implícitos sobre o caminho para o sucesso no negócio.

Quadro 04 – Moldagem do processo decisório.

Adaptado de Deschamps (2001).

2.2 Serviços De Contabilidade

A contabilidade é uma ciência com normas e princípios próprios e considerados como um conjunto ordenado de conhecimentos sistematizados. É, no conceito de ciência, uma das ciências econômicas e administrativas, utilizada e difundida por todas as pessoas jurídicas e físicas, com fins de controlar, analisar e interpretar o patrimônio (MARION, 2006).

Para Abreu (2006), a contabilidade é a ciência que estuda o patrimônio das organizações, que elabora relatórios e que resume a situação das organizações. Ainda para Abreu (2006), o processo contábil é dividido em cinco etapas:

a) Planejamento - Nessa etapa estuda as atividades típicas das empresas e elabora planos e manuais que serão seguidos no decorrer da atividade.

b) Coleta e registro de dados - Verifica os eventos ocorridos e é realizada a escrituração feita conforme planejamento anterior.

c) Elaboração de relatórios - os dados são resumidos em relatórios contábeis como balanços patrimoniais, demonstração do resultado do exercício, demonstração de lucros e/ou prejuízos acumulados, demonstração das origens e aplicação de recursos.

d) Interpretação dos dados - os relatórios serão traduzidos para uma linguagem acessível ao leitor, enriquecidos com notas explicativas e elementos gráficos.

e) Análise dos dados - a análise busca relações com fatos externos à empresa, como mercado, concorrência, fornecedores e a situação geral da empresa frente à economia nacional.

Segundo Franco (1990, p. 18), a finalidade e objetivo da contabilidade é manter o registro, estudo e o controle do patrimônio das empresas e das pessoas.

A contabilidade alcança sua finalidade pelo registro de todos os fatos relacionados com a formação, a movimentação e as variações do patrimônio administrado, vinculado à entidade, com o fim de assegurar seu controle e fornecer a seus administradores as informações necessárias à ação administrativa, bem como a seus proprietários e demais pessoas com elas relacionadas sobre o estado patrimonial e o resultado das atividades desenvolvidas pelas entidades para alcançar seus fins.

Sobre a contabilidade Franco (1990) assim se manifesta:

Continua Ribeiro (2005), a contabilidade é uma ciência nitidamente social quanto às suas finalidades, mas como metodologia de mensuração, abarca tanto o social quanto o quantitativo. Nesse sentido, as empresas precisam dar ênfase a evidenciar a situação patrimonial e as mutações do patrimônio e, além disso, que possibilitem inferências perante o futuro.

Para Jacintho (1981), a contabilidade possui forte comprometimento com os aspectos jurídicos das empresas no que tange o patrimônio, mas não raro, a forma jurídica pode deixar de demonstrar a essência de natureza econômica. Nessas condições, deve a contabilidade orientar-se pela sua finalidade de informar, seguindo-se for preciso para tanto, a essência em vez da forma.

O patrimônio é o objeto da contabilidade, isto é, constitui a matéria sobre a qual se exercem as funções dos serviços contábeis. O patrimônio é um conjunto de bens, direitos e obrigações vinculadas à entidade econômico-administrativa, e constitui um meio indispensável para que esta realize seus objetivos. Para alcançá-los, a administração da entidade pratica atos de natureza econômica, produzindo variações aumentativas e diminutivas na riqueza patrimonial.(FRANCO 1990).

Sobre o patrimônio Franco (1990) assim se manifesta:

Ainda para Franco (1990), para conhecer a situação do patrimônio em determinado momento, bem como suas variações e os efeitos da ação administrativa sobre a riqueza patrimonial, é que a contabilidade registra, demonstra e analisa os fatos ocorridos no patrimônio, evidenciando seus aspectos específicos ou qualitativos e quantitativos.

Franco (1990, p. 86) assim se pronuncia com referência à expectativa da profissão contábil:

A contabilidade se ramifica, e atua em todas as áreas das

As expectativas da sociedade crescem continuamente, uma vez que ela vê a profissão contábil, como capaz de enfrentar os desafios do futuro e de cumprir suas responsabilidades. A profissão contábil tem, portanto, de avaliar e reconhecer até onde ela pode atender às expectativas da sociedade sempre crescentes, adaptando-se às novas situações, seu crescimento será assegurado.

empresas e entidades, com fins ou sem fins lucrativos, conforme demonstrado na Figura 02, abaixo:

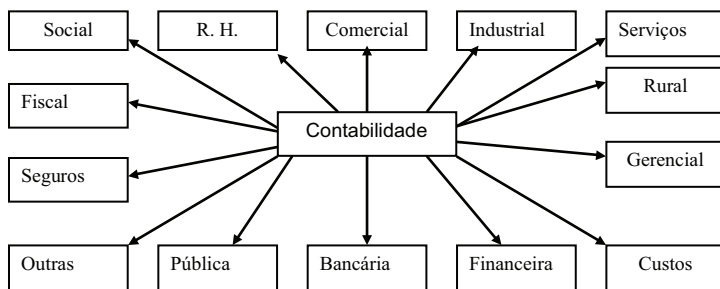


Figura 02 – Ramificações da Contabilidade.

Fonte – Autoria própria, baseado e adaptado Hilário Franco (1990)

Diante do exposto, a contabilidade possui estreita ligação com as tecnologias de informação, com ela o processamento dos fatos ocorridos nas empresas, tornou-se mais eficiente e eficaz.

Na atualidade, as empresas estão atravessando a era da informação. Nesta fase as empresas estão em contato direto com as tecnologias de informação – TI. Estas exigem mudanças no modo de gestão das empresas, que passam de maneira intensa utilizar-se, dos sistemas de processamento de dados, redes de comunicação e automação de processos produtivos com o objetivo de gerar informações para as suas operações (MARTINS; LAUGENI, 2005).

Ainda para Martins e Laugeni (2005), surge um novo conceito de gestão empresarial, denominado de “gestão de recursos de informação”, fundamentado em três componentes:

1) informação, como sendo o modo organizado para

apresentar e usar o conhecimento das pessoas para a gestão empresarial;

2) sistemas de informação, que criam um ambiente integrado e consistente capaz de fornecer informações necessárias a todos os usuários;

3) tecnologia da informação, ferramenta de informática, comunicação e automação, juntamente com as técnicas de organização e gestão alinhadas com a estratégia de negócios para aumentar a competitividade da empresa.

Os sistemas de informação, denominados de sistemas integrados de gestão, tais como o Enterprise Resource Planning (ERP ou Planejamento de Recurso da Corporação) tem o objetivo de promover a integração entre os processos de negócios da empresa e fornecer elementos para as decisões estratégicas.

No entender de Martins e Laugeni (2005), o objetivo de um ERP é ser capaz de entrar com a informação uma única vez, e essa informação poder ser acessada por todos. A figura 03, a seguir, demonstra uma visão geral do ERP.

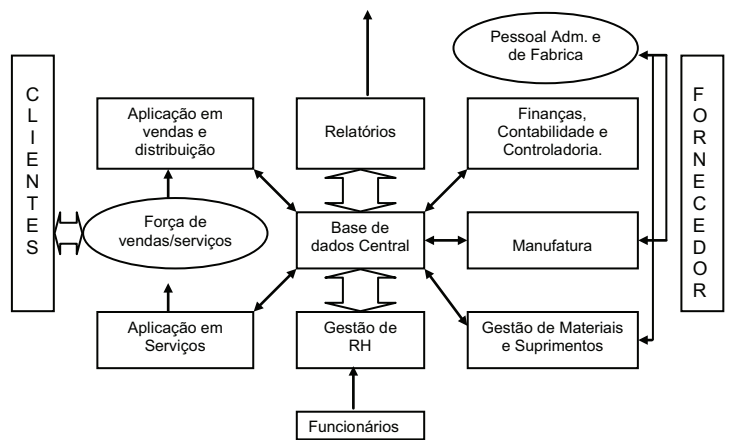


Figura 03 – Fluxograma do ERP (Enterprise Resource Planning).

Fonte: Adaptado de Davenport, T. H. (1998). Putting the enterprise into the enterprise system. (Apud Martins e Laugeni, 2005.)

Segundo Martins e Laugeni (2005), os sistemas corporativos ou ERP, permitem o armazenamento de informações internas e externas à empresa, principalmente as tendências de mercados internos e do exterior, as políticas econômicas e financeiras nacionais e internacionais, informações de caráter monetárias e não monetárias. Com os sistemas corporativos, é possível obter a reunião de informações textuais e quantitativas para a gestão da empresa.

Para Correa, Giansi e Caon (2001), o ERP, é composto de módulos voltados para a administração das empresas, um desses módulos é denominado de Sistema de informação contábil (SIC) que para Ribeiro (2005) é um conjunto de informações de dados processados e armazenados, técnicas de acumulação, ajustes e emissão de relatórios gerenciais, os quais permitem:

- a) tratar as informações de forma contínua com o máximo possível de fidelidade e minimizar ao máximo os custos;
- b) disponibilizar informações extraídas da própria contabilidade utilizando-se de informações contidas em arquivo básico, pelas técnicas derivadas da contabilidade, fornecer relatórios do processamento dos serviços contábeis prestados, para finalidades específicas, em oportunidades definidas ou não.

A seguir, são demonstrados fatos que contribuíram para a evolução da contabilidade no Brasil.

Data	Evento
1880	Publicação do livro MANUAL MERCANTIL, de Veridiano de Carvalho.
1902	Criação da Escola de Comércio Álvares Penteado.
1931	Publicação do Decreto 20.158, que organizou o ensino comercial e regulamentou a profissão contábil.
1940	Publicação do Decreto nº 2.627, a primeira Lei das sociedades por ações.
1945	A profissão contábil foi considerada carreira universitária.
1946	Fundação da FEA-USP – Instituição do curso de Ciências Contábeis e Atuariais.
1946	Criação do Conselho Federal de Contabilidade e dos Conselhos Regionais de contabilidade pelo decreto nº 9.245.
1947	Publicação do decreto-lei nº 24.239, permitindo a reavaliação de ativos fixos em contrapartida de uma reserva especial do patrimônio líquido.
1964	Publicação da Lei nº 4.357, a qual tornou obrigatória a correção monetária do ativo imobilizado e a criação da depreciação do valor corrigido do imobilizado.
1972	Resolução nº 220 e circulares 178 e 179 do Banco Central do Brasil, obrigou o registro dos auditores independentes no BC e tratou dos princípios e normas de contabilidade (não listou os princípios e normas).
1972	O CFC publicou a resolução 321 que conceituou os princípios da contabilidade geralmente aceitos e adotou as normas e procedimentos de auditoria.
1976	Publicação da Lei 6.404, a nova lei das sociedades por ações.
1976	Criação da Comissão dos valores Mobiliários (CVM).
1977	Publicação do decreto-lei 1.598, adequou o regulamento do Imposto de Renda (RIR) a nova lei das sociedades por ações e estendeu as normas e princípios contábeis da Lei das sociedades por ações para as demais empresas.
1981	Resolução do CFC 529, que disciplinou as normas brasileiras de contabilidade e as dividiu em NBC técnicas e NBC profissionais.
1981	Resolução CFC 530-81, estabeleceu os princípios fundamentais de contabilidade.
1987	Instrução 64 do CVM, instituiu a correção monetária integral.
1993	RESOLUÇÃO CFC 750, que estabeleceu novos princípios de contabilidade.
1995	Publicação da lei 9.249 que eliminou a correção monetária das demonstrações contábeis.
1997	Lei 9.457 - modificou o direito de retirada dos acionistas nas operações de cisão.
2001	Lei 10.303- modificou o cálculo da reserva de lucros a realizar e do dividendo obrigatório.
2002	Lei nº 10.406 de 10/01/2002 – Novo Código Civil – que discorreu sobre o direito das empresas, empresários, associações, fundações, da escrituração contábil, das responsabilidades do contador.
2007	Lei 11.638 e 11.941, dispõe sobre novas formas contábeis no Brasil.

Quadro 05 – evolução da contabilidade no Brasil, leis, normas e convenções
Fonte – Autoria própria, adaptado de Schmidt e Santos (2006)

3 Procedimentos Metodológicos

Diz Goldemberg (1999 p. 106) que a pesquisa é a ferramenta para a construção do conhecimento original de acordo com certas exigências científicas. Para que uma pesquisa seja considerada válida e científica, é desejável que preencha os seguintes requisitos:

- a) a existência de uma pergunta a ser respondida;
- b) a elaboração de um conjunto de passos que permitam chegar à resposta;
- c) a indicação do grau de confiabilidade na resposta obtida.

Para Silva (2005), o planejamento de uma pesquisa dependerá basicamente de três fases:

- 1) decisão: refere-se à escolha do tema, à definição do tema e a delimitação do problema de pesquisa;
- 2) construção: refere-se à elaboração e estratégias de um plano de pesquisa e a execução da mesma;
- 3) redação: é onde se realiza a tabulação e à análise dos dados e informações obtidas na fase construtiva, e a organização das idéias de forma sistematizada visando à elaboração do relatório final.

Para Gil (1999), a pesquisa tem um caráter pragmático, é

um “processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

Segundo Silva (2005), a pesquisa é, um conjunto de ações e propostas para resolve-lo um problema, que não se tem informações necessárias para resolve-lo e que tem por base procedimentos racionais e sistemáticos.

Para Marconi e Lakatos, (1996), a pesquisa de campo é de caráter quantitativa que considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. E a pesquisa qualitativa, para Gil (1991) apud Silva (2005) considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.

A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave.

E descritiva que, para Gil (1991), visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, de investigação empírica, com o objetivo de conferir o delineamento de um problema, análise de um fato, avaliação de programa e isolamento de variáveis principais, que usa técnicas de coleta de dados, como: entrevistas, questionários, formulários e em geral assume a forma de levantamento. Esta pesquisa de campo tem, portanto, caráter exploratório com predominância qualitativa.

O método da entrevista se caracteriza pela existência de um entrevistador, que fará perguntas ao entrevistado que anotará ou gravará as respostas. A entrevista pode ser feita individualmente, em grupo, por telefone ou pessoalmente (MATTAR, 1996). Segundo Marconi e Lakatos (1996), a entrevista pode ser de três tipos:

- a) Estruturadas: nos formulários e/ou questionários utilizados. Utilizam-se questões fechadas e o responsável pela entrevista não pode alterar a ordem das questões, ou criar novas questões sobre o assunto a ser pesquisado.
- b) Não estruturadas: nos formulários e/ou questionários usam-se questões abertas relacionadas ao assunto a ser pesquisado e o responsável pela entrevista tem liberdade de formular novas questões, para conduzir a entrevista sobre o assunto a ser pesquisado.
- c) Repetitivas: as entrevistas são repetidas em determinados períodos com os mesmos elementos da amostra anterior, para avaliar a evolução das opiniões das pessoas, com relação à pesquisa anterior.

De acordo com Boyd e Wetfall (1964), apud Silva (2005) os questionários usados nas entrevistas podem ser identificados ou não identificados. No caso de formulários identificados, o entrevistador sabe qual é o objetivo da pesquisa, enquanto que nos não identificados ele não tem condições de saber qual o objetivo da entrevista e a quem se destina.

Conforme relata Marconi e Lakatos (1996), Mattar (1996)

no sistema de entrevista existem vantagens que entre elas podem ser citadas:

- a) O entrevistador pode orientar o entrevistado e sanar eventual dúvidas referentes às perguntas ou questões;
- b) O entrevistador pode também identificar algumas discordâncias referentes ao assunto que gerou a entrevista;
- c) A forma de entrevista garante um bom controle de amostras ou formulários utilizados;
- d) Garante um alto índice de respostas;
- e) Garante uma significativa quantidade de dados a serem processados;

Marconi e Lakatos (1996) salientam que podem ocorrer algumas dificuldades para as perguntas serem respondidas com imparcialidade. Ainda segundo Marconi e Lakatos (1996), no sistema de entrevistas podem surgir algumas limitações e desvantagens, entre as quais destaca-se:

- a) Dificuldades de entendimento entre o entrevistador e o entrevistado;
- b) Bom senso do entrevistado em fornecer as informações a elas solicitadas;
- c) Compreensão comprometida por parte do entrevistado, referente ao significado das questões a ele solicitadas, o que pode levar a uma forma errônea de interpretação e conseqüentemente na resposta.
- d) Grau de controle reduzido sobre a coleta de dados;
- e) Dificuldades em tabular os resultados;
- f) O tempo utilizado pode tornar-se extenso e prejudicar a entrevista tornando-a difícil de ser realizada;
- g) Dificuldade do entrevistador em expressar suas perguntas ou questões.
- h) A presença do entrevistador não é garantia de anonimato do entrevistado.
- i) A dificuldade do entrevistador para interpretar as respostas.

Tendo por base tais explanações, o instrumento de coleta de dados deste trabalho foi a entrevista não estruturada. Critérios da amostra

4 Estudo de Caso

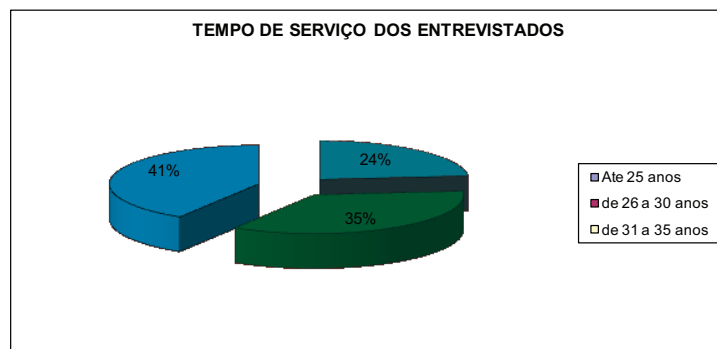
As entrevistas foram direcionadas para profissionais da área contábil, na proporção de 76% dos entrevistados com mais de 26 anos de profissão de contador ou usuário da contabilidade e 24% dos entrevistados com profissionais e usuários da contabilidade, conforme gráfico 01, a seguir. As entrevistas também foram direcionadas quanto a idade dos entrevistados sendo 12% com até 40 anos e 88% com idades superior a 41 anos de idade, conforme gráfico 02, a seguir. A entrevista foi realizada na micro-região de Pato Branco – PR, a qual é composta pelos seguintes municípios: Pato Branco, Vitorino, Palmas, Clevelandia, Coronel Vivida e Itapejara D'Oeste – PR.

Dessa forma, buscou-se trazer a experiência vivida pelos profissionais da contabilidade, residentes na micro-região de Pato Branco – PR, e traduzi-las, neste trabalho, demonstrando as ocorrências e o significado da contabilidade na atividade destes profissionais, no período de 1970 a 2010, enfatizando a evolução e da contabilidade com o uso das tecnologias de informação, e aproximação com o cliente ou o usuário da contabilidade, oferecendo dados eficazes, concretos e disponíveis instantaneamente para consulta.

O gráfico 01, representa o tempo de serviço dos entrevistados

com influencia direta da contabilidade em suas atividades diretas.

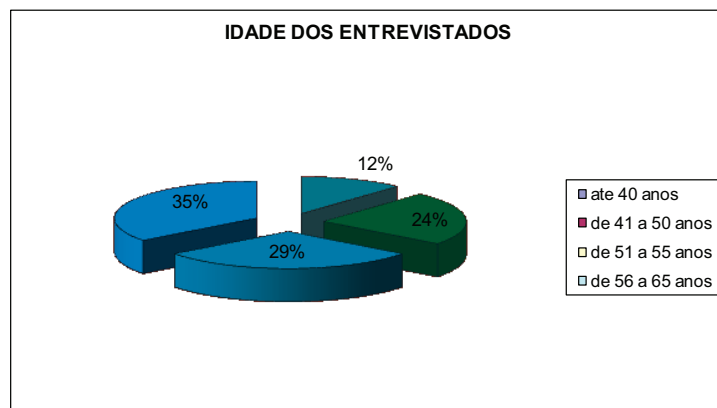
Gráfico 01: Tempo de serviços dos entrevistados



Fonte: Autoria própria

O gráfico 02, demonstra a idade dos entrevistados para a elaboração deste trabalho.

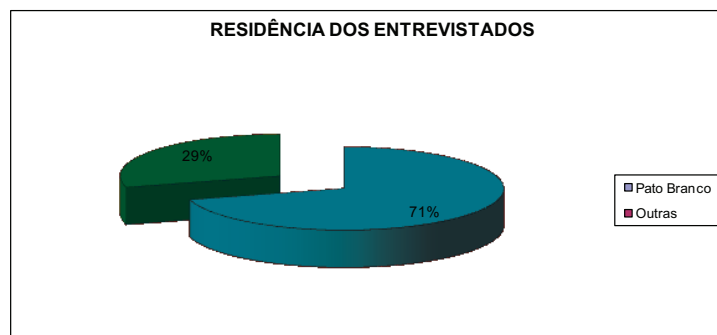
Gráfico 02: Idade dos entrevistados



Fonte: Autoria própria

O gráfico 03, demonstra o percentual da residência dos entrevistados.

Gráfico 03: Local de residência dos entrevistados

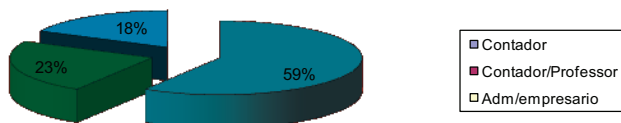


Fonte: Autoria própria

O gráfico 04, demonstra a profissão dos entrevistados.

Gráfico 04: profissão dos entrevistados

PROFISSÃO DOS ENTREVISTADOS



Fonte: Autoria própria

As entrevistas realizadas tiveram as seguintes perguntas, em relação ao período de 1970 a 2010.

- 1) Qual foi a evolução dos serviços de contabilidade com o uso das tecnologias de informação (T.I.)?
- 2) Qual foi a evolução do relacionamento com os clientes?
- 3) Qual foi a evolução da importância dos dados fornecidos pela contabilidade?

Resultados e Considerações Finais

Com relação aos objetivos específicos pode-se relatar que:

Quanto ao objetivo específico 1 que foi “Descrever a evolução dos serviços de contabilidade com o uso das tecnologias de informação (T.I.)”, as principais evoluções ocorridas foram:

- a) utilização da informática como a principal ferramenta de trabalho;
- b) a criação de softwares específicos para os lançamentos contábeis dos fatos ocorridos nas empresas;
- c) a criação de softwares para gerenciamento e análises das demonstrações contábeis;
- d) a facilidade de transmissão de dados para os mais diversos órgãos como Receita Federal, Estadual, Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), Sped Fiscal, Contábil, entre outros, bem como para acionistas, sócios e proprietários de empresas;
- e) agilidade no processamento das informações comerciais, para a transformação em dados com expressão monetária;
- f) confiabilidade em relatórios e dados fornecidos pela contabilidade;
- g) eficácia na comunicação entre o setor de contabilidade com os demais departamentos da empresa.

Quanto ao objetivo específico 2 que foi “Verificar a evolução no relacionamento com os clientes” as principais evoluções ocorridas foram:

- a) a renovação das atividades do contador com automatização dos processos, o contador passou a ter um maior contato com os clientes;
- b) a distância entre os contadores e as empresas diminuiu muito, em função da criação de recursos, através das T.I.;
- c) as respostas em tempo real, via de atendimentos on line, favorecendo o relacionamento com o cliente, que passou a ser um grande diferencial;
- d) o fornecimento de informações seja contábil, gerencial ou fiscal, ficou extremamente eficaz;
- e) a cumplicidade do contador/empresário tornou-se uma rotina fundamental, na troca de informações e ajuda mútua nas decisões a serem tomadas;

f) a interlocução entre o empresário (cliente) e o contador evoluiu significativamente a troca de opiniões no cotidiano das empresas.

Quanto ao objetivo específico 3 que foi “Registrar a evolução da importância dos dados fornecidos pela contabilidade”, pode-se ressaltar que as principais evoluções foram:

- a) a emissão de relatórios contábeis de forma padronizada mais confiável e de fácil manuseio;
- b) as informações geradas precisas e confiáveis, oportunas e relevantes;
- c) a flexibilidade dos relatórios permite análises em tempo real, e as tomadas de decisão sustentáveis e rápidas;
- d) os processos internos, controles financeiros e operacionais, tornaram-se seguros e confiáveis;
- e) as informações tributárias e bases de dados estão disponíveis a qualquer momento, a otimização das informações on-line são seguras e os dados protegidos;
- f) os processamentos de dados, dos tempos passados onde tudo se fazia de forma artesanal, e de modo nada seguro ou confiável, tornou-se ágil, confiável, seguro e instantâneo.

A acelerada evolução da tecnologia, o tratamento eletrônico de dados, tornou-se uma das melhores formas de processar os fatos operacionais gerados pelas empresas em seus departamentos financeiros, administrativos e econômicos.

Os sistemas corporativos de informática, os quais têm como característica principal o envolvimento pleno das atividades administrativas, comerciais e produtivas das empresas, em suas atividades diárias alimentam estes sistemas normalmente. Com rotinas específicas essas informações geram automaticamente os lançamentos fiscais, contábeis e trabalhistas, deixando o contador voltado para verificação da veracidade destas informações, conciliando as divergências, ajustando e homologando as demonstrações contábeis, fiscais e financeiras, realizando e gerando balanços e balancetes, com a emissão de livros fiscais e contábeis, integrando eletronicamente as informações fiscais das empresas e alimentando os sistemas das repartições públicas, municipais, estaduais, federais, entre outras exigidas pela legislação em vigor.

Finalmente, quanto ao objetivo geral que era identificar a evolução e as inovações nos serviços de contabilidade, no Brasil, no período de 1970 a 2010, também em resposta ao problema de pesquisa posto, pode-se afirmar que a forma de processar a contabilidade tem evoluído bastante nas últimas décadas. Nesse contexto é inegável a influência da tecnologia sob a nova visão de aperfeiçoamento e desenvolvimento dos profissionais e de empresas que prestam serviços no ramo da contabilidade.

Conforme relatam os entrevistados, as informações geradas para os interessados no processamento das informações fisco-contábil das empresas, como fisco, acionistas, proprietários, tornaram-se mais nítidas e explicativas com a possibilidade de extrair relatórios e documentos com maior rapidez e segurança nas informações, constantes nos citados relatórios, e assim poderem tomar suas decisões e considerações a respeito das atividades de sua empresa.

Entretanto, o advento da informática na área contábil propõe que o profissional da contabilidade proceda à atualização de seus conhecimentos constantemente, buscando compreender as inovações tecnológicas, a fim de produzir com qualidade os serviços prestados às empresas que o contratam.

Nesse sentido, a evolução das tecnologias de informa-

ção fez com que o profissional da contabilidade destinasse maior tempo ao atendimento e ao contato direto com seus clientes, posicionando-os de forma presencial, em suas atividades em relação aos serviços prestados, passando de um mero preenchedor de guias e apurador de impostos, para tornar-se um consultor e/ou assessor sendo que o mesmo chega a ser cada dia mais indispensável, na atividade da empresa e tomadas de decisão para projetar e estimular o seu crescimento.

Por outro lado, desde a edição do *Tractatus de Computis et Scripturis* (Contabilidade por Partidas Dobradas), de Frei Luca Pacioli, publicado em 1494, a metodologia de pensar o sistema contábil continua sendo da mesma forma executado, pelo mesmo princípio, o das partidas dobradas, ou seja, não existe um débito, sem que tenha um crédito correspondente, ou vários.

Dessa maneira, a evolução da contabilidade, deu-se pela criação de ramos contábeis partindo-se de uma contabilidade geral, para outros ramos como: contabilidade de custos, contabilidade gerencial, contabilidade industrial, comercial, e de serviços, contabilidade bancária, contabilidade rural, dentre outros. Apresentam fórmulas de interpretação dos dados, como análise das demonstrações contábeis, análises financeiras, análises econômicas, etc. fornecidas pela contabilidade, sendo desse modo possível visualizar o passado, o presente, e projetar o futuro da organização. Constitui-se também em uma ferramenta de extrema importância no auxílio à alta administração, nas tomadas e projeção das decisões no direcionamento a ser trilhado rumo ao futuro

Referências

ABREU, Ari F. de. Fundamentos de contabilidade: utilizando o excel. São Paulo: Saraiva, 2006.

ADIZES, Ichak. Inovação e Mudanças: Autores e conceitos imprescindíveis (org. Carlos Alberto Julio e Jose Salibi Neto) São Paulo: Publifolha, 2001.

ALBRECHT Karl. Revolução nos serviços. São Paulo: Pioneira Thomson Learning 2002.

ALONSO, J. A. Economia Española: Especialización Comercial e Factores de Competitividad. Madrid 1991.

CORREA, Henrique L; GIANESI, Irineu G. N., CAON, Mauro. Planejamento, Programação e Controle de Produção. 4ª Ed. São Paulo; Atlas, 2001

DESCHAMPS, Jean.P. Inovação e mudança. Autores e conceitos imprescindíveis (org. Carlos Alberto Julio e Jose Salibi Neto) São Paulo: Publifolha, 2001.

FRANCO, Hilário. Contabilidade geral, 22ª ed. São Paulo: Atlas, 1990.

GIANESI, Irineu.N., CORREA, H.L. Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente. 1. Ed. 14 reimpressão. São Paulo; Atlas, 2006.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar. Rio de Janeiro: Record,

1999.

JACINTHO, Roque. Contabilidade Industrial. São Paulo: Brasiliense, 1981.

JOHNSTON, Robert, GRAHAM, Clark. Administração de operações de serviço, São Paulo, Atlas, 2002.

KOTLER, Philip., Marketing de Serviços Profissionais. 2. Ed. Barueri: Manole, 2002.

KOTTER, John P. Inovação e Mudança: Autores e conceitos imprescindíveis (org. Carlos Alberto Julio e Jose Salibi Neto) São Paulo: Publifolha, 2001. - (Coletânea HSM Management).

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução e pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARION, José C. Contabilidade empresarial. 12. Ed. 2. reimpressão. São Paulo: Atlas, 2006.

MATTAR, Fauze. N. Pesquisa de marketing. edição compacta. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINS, Petrônio G., LAUGENI, Fernando P., Administração da produção. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO Oslo manual. Paris, OECD/Eurostat, 1997.

WATERHOUSE, Price. Inovação e mudança: Autores e conceitos imprescindíveis (org. Carlos Alberto Julio e Jose Salibi Neto) São Paulo: Publifolha, 2001.

REIS, Dálcio. R., Gestão de inovação tecnológica. Barueri: Manole, 2004.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade avançada. São Paulo: Saraiva, 2005.

RIDDLE, Doroty I. Serviço-Led growth. Praeger: Nova York, 1986.

SÁ, A Lopes de. Historia geral e das doutrinas da contabilidade. São Paulo: Atlas, 1997.

SCHMIDT, Paulo. SANTOS José.L. Historia do pensamento contábil. São Paulo: Atlas, 2006.

SANTOS, José L. dos Schmidt, Paulo. Machado, Nilson P. Fundamentos da teoria da contabilidade. São Paulo: Atlas, 2005.

SILVA, Edna.L. da. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação 4. Ed. Florianópolis: UFSC, 2005.

VIEIRA, José.M.C. Inovação e marketing de serviços. São Paulo – Verbo, 2000.