



O PERFIL DO CONTABILISTA DO SÉCULO XXI COM SUAS NOVAS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS

THE PROFILE OF THE 21ST CENTURY ACCOUNTANT WITH ITS NEW TECHNOLOGICAL TOOLS

Isabela Siqueira Silva

Graduanda em Ciências Contábeis pela Unievangélica-GO

Jonas de Oliveira Alves

Graduando em Ciências Contábeis pela Unievangélica-GO

Júlio Santos Menezes

Graduando em Ciências Contábeis pela Unievangélica-GO

Lucas Roriz dos Santos

Graduando em Ciências Contábeis pela Unievangélica-GO

Matheus Jardim dos Santos

Graduando em Ciências Contábeis pela Unievangélica-GO

José Fernando Muniz Barbosa

Professor Mestre do Curso de Ciências Contábeis da Unievangélica - GO

1. Isabela Siqueira Silva – Bacharelado no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) –Brasil - Email: siqueira.isa.0@gmail.com

2. Jonas de Oliveira Alves – Bacharelado no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) –Brasil – Email: jonasalvess@icloud.com

3. Júlio Santos Menezes –Bacharelado no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) –Brasil – Email: júlio26santos@hotmail.com

4. Lucas Roriz dos Santos – Bacharelado no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) –Brasil - Email: lucasroriz.10@gmail.com

5. Matheus Jardim dos Santos – Bacharelado no curso de Ciências Contábeis pela Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) –Brasil - Email: Matheuslinkin70@gmail.com

6. José Fernando Muniz Barbosa – Professor do curso de Ciências Contábeis da Universidade Evangélica de Goiás (UniEvangélica) – Brasil - Email: fernandomuniz@hotmail.com

RESUMO

O tema do presente artigo é o perfil do contabilista do século XXI e suas ferramentas tecnológicas, cujo o objetivo geral dessa pesquisa é evidenciar como o profissional contábil aperfeiçoa-se com auxílio das ferramentas que estão ao seu alcance. A problemática gira em torno da seguinte questão: como o profissional contábil pode aperfeiçoar-se com auxílio das ferramentas que estão ao seu alcance? A metodologia adotada neste artigo foi a pesquisa qualitativa do tipo bibliográfica. Mediante as situações apresentadas no Artigo, conclui-se que há diversos meios que o profissional contábil possa introduzir, adaptar e acompanhar na sua rotina cotidiana, nos quais partem desses avanços tecnológicos, além de ainda existirem algumas ferramentas que podem ser aliadas, como por exemplo, as Ferramentas tecnológicas, os Softwares de gestão contábil, a Assinatura eletrônica e o Marketing digital. Tudo isso aliado a própria internet como auxílio ao profissional contábil, por meio de eventos, cursos, vídeos explicativos e correto manuseio das ferramentas disponíveis, usando assim a tecnologia a seu favor.

PALAVRAS-CHAVES: Contabilista. Ferramentas tecnológicas. Avanços. Internet.

ABSTRACT

The theme of this article is the profile of the 21st century accountant and its technological tools, whose general objective of this research is to show how the accounting professional improves himself with the help of the tools at his disposal. The issue revolves around the following question: how can accounting professionals improve themselves with the help of the tools at their disposal? The methodology adopted in this article was a qualitative bibliographic research. Based on the situations presented in the Article, it is concluded that there are several ways that the accounting professional can introduce, adapt and follow up in their daily routine, which depart from these technological advances, and there are still some tools that can be allied, such as for example , Technological Tools, Accounting Management Software, Electronic Signature and Digital Marketing. All of this combined with the internet itself as an aid to the accounting professional, through events, courses, explanatory videos and correct handling of the available tools, thus using technology to their advantage.

KEYWORDS: Accountant. Technological tools. Advances. Internet.

1. INTRODUÇÃO

O presente Artigo contemplou um estudo, sobre como a tecnologia transformou os meios e a forma de prestar serviços, conseqüentemente, o perfil do contabilista do século XXI. Saber estar em constante evolução e aprimoramento faz parte do novo perfil do profissional contábil.

Quando iniciou-se a Terceira Revolução Industrial, também conhecida como Revolução Informacional, além do desenvolvimento alcançado no setor industrial aliado ao desenvolvimento do campo científico, tal Revolução mudou também as relações sociais e as relações entre o homem e o meio.

O principal objetivo da robotização na área contábil é gerar informações de forma mais fácil e rápida. As revoluções ocorrentes trouxeram consigo avanços tecnológicos, e uma transformação na sociedade como um todo. Mediante disso, o contador também assume um novo papel diante diversas inovações tecnológicas. O profissional contador, então, deve se diferenciar como um consultor, focado na solução de demandas e na atenção constante nas melhores oportunidades para os seus clientes, que estão em busca da eficiência máxima.

Diante da necessidade do controle sobre seu patrimônio, de maneira mais rápida sem perder a eficácia, os contabilistas, se viram em uma posição na qual precisavam entregar esse serviço a seus clientes. Com as modernas ferramentas contábeis, tornou-se possível a realização desse serviço. Aqueles profissionais contábeis que conseguem diariamente converter a tecnologia a seu favor, estão um passo a frente de seus concorrentes. “No que concerne a profissão contábil, o envolvimento da tecnologia trará inovação e, de forma inevitável afetará e subverterá o modo tradicional de desenvolvimento das rotinas contábeis” (LUO, MENG & CAI, 2018).

A paralisia diante os avanços tecnológicos, coloca qualquer profissional em posição inferior a aqueles que conseguem acompanhá-los. Pois hoje, o contador deve ir além de lançamentos realizados corretamente, deve se diferenciar como um consultor, focado na solução de demandas e na atenção constante nas melhores oportunidades para os seus clientes, que estão em busca da eficiência máxima.

“Deve o contador ter formação cultural acima da média, inteirando-se do que aconteceu a sua volta, na sua comunidade, no seu Estado, no país e no mundo. Deve o contador também participar de eventos destinados à sua constante atualização profissional. O contador deve estar consciente de sua responsabilidade social e profissional.” (NASI 1994. p.5)

Para adequar-se nesse novo cenário econômico-social, o contabilista pode se aliar de algumas ferramentas como por exemplo Ferramentas tecnológicas, Softwares de gestão contábil, Assinatura eletrônica e Marketing digital.

A vantajosa característica da atual contabilidade digital, segundo Corrêa (2018), é o fácil acesso e transmissão de dados financeiros em formato eletrônico. Computadores e ferramentas digitais tornam o profissional contábil mais produtivo ao mesmo tempo que reduz custo e tempo de execução de tarefas. O principal objetivo da robotização na área contábil é gerar informações de forma mais fácil e rápida.

Diante de tais circunstâncias decorridas o principal problema a ser questionado é: **Como o profissional contábil pode aperfeiçoar-se com auxílio das ferramentas que estão ao seu alcance?**

O objetivo geral dessa pesquisa é evidenciar como o profissional contábil aperfeiçoar-se com auxílio das ferramentas que estão ao seu alcance.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 História da formação do perfil do Profissional

A Contabilidade surgiu pela necessidade de controle do patrimônio, sendo feita no início manualmente: desenhos, pedras, símbolos, eram os instrumentos de trabalho. Havendo um pequeno monte pedrinhas ao seu lado, o homem separa uma pedrinha para cada cabeça de ovelha, executando assim o que o contabilista de hoje chamaria de inventário. Após o término da missão, o homem separa o conjunto de pedrinhas, guardando-as com muito cuidado, pois o conjunto representa a sua riqueza em determinado momento. (IUDÍCIBUS, MARIONEFARIA,2009).

Afirma-se que com as mudanças sócias a profissão do Contador deu um salto muito grande na história.

Atualmente, computadores juntamente com sistemas integrados, são a base dos registros contábeis e trazem, junto com a modernidade e facilidade de se trabalhar com os dados, a necessidade de adaptação do profissional às ferramentas de trabalho , aos conceitos e à postura profissional, de acordo com a necessidade atual das empresas e com a lei estabelecida pelo país.

Observando essa evolução que remetem à contabilidade digital, unificando informações e a maneira como é feita, Sá (2002, p. 50) afirma que tem sido uma tendência

crecente nos últimos tempos, especialmente a partir da década de 30, mas a grande corrida para uniformizar as maneiras de escrituração e de publicar as contas em demonstrações ocorreu a partir dos anos 60 do século XX.

Nota-se a existência de uma transformação na profissão contábil, que evidencia a importância desse profissional dentro de uma organização. A necessidade de atualização tanto visionária quanto de conhecimento bate a porta de todos os profissionais, não só os formados há tempos, mas também os iniciantes na profissão que devem estar aptos a estruturar, analisar e explicar o significado dos dados de um Balanço Patrimonial e uma Demonstração do Resultado do Exercício, influenciando diretamente na tomada das decisões estratégicas das empresas.

Como uma instituição social e histórica, que tem como fim gerar transformações tanto em nível das consciências individuais, como em nível amplo, da sociedade. Trazendo em seu bojo a concepção do homem na dimensão da práxis – como um ser capaz de refletir sobre a realidade e nela atuar, ao mesmo tempo que esta atua sobre ele transformando-o -, a educação e vista aqui como uma possibilidade, ainda que limitada por condicionantes históricos (e justamente o desvelamento desses condicionamentos históricos e que possibilita o pensamento de transformação), de uma ação transformadora buscando modificar as condições desumanizantes da sociedade industrial contemporânea e, em especial, da sociedade brasileira. (GONÇALVES 1996, p. 170).

Diante da amplitude da Ciência Contábil dentro do social, o contabilista precisa estar sempre se atualizando e modernizando conforme a demanda social. Por isso os estudos e aprimoramentos são constantes.

2.2 O perfil do contabilista moderno

O contador deve estar no centro e na liderança deste processo, pois, do contrario, seu lugar vai ser ocupado por outro profissional. O contador deve saber comunicar-se com as outras áreas da empresa para tanto, não pode ficar com os conhecimentos restritos aos temas contábeis e fiscais. O contador deve ter formação cultural acima da média, inteirando-se do que aconteceu ao seu redor, na sua comunidade, no seu Estado, no país e no mundo. O contador deve participar de eventos destinados à sua permanente atualização profissional. O contador deve estar consciente de sua responsabilidade social e profissional. (NASI 1994. p.5)

Em relação à formação dos contadores segue a abordagem de Franco:

...para ser bem sucedidos, contudo, os Contadores precisam, atualmente, ser treinados de forma diferente. Além dos conhecimentos técnicos essenciais, o Contador da atualidade precisa também de envolver habilidades relativas à comunicação, às relações humanas e à administração, criando um balanceamento adequado entre a formação teórica e a experiência

prática. De forma ainda mais fundamental, o treinamento deve doravante, ser baseado em dois polos: educação inicial e educação continuada.(FRANCO, 1999,p. 82-83).

Para Klein (1954 apud SILVA; MARTINS, 2009), a contabilidade é a ciência que estuda os registros, por meio de métodos e doutrinas contábeis, seja econômicas ou administrativas, a partir da evolução da sociedade juntamente com seu patrimônio.

Então a contabilidade é constantemente desafiada a aprimorar e desenvolver as técnicas utilizadas nos processos de geração de informações requeridas por seus usuários. No processo de evolução, para atender a necessidade da sociedade. O profissional contábil que entende essa necessidade, está a frene do demais concorrentes.

“Iudícibus e Marion (2007) afirmam que o desenvolvimento contábil acompanha de perto o desenvolvimento econômico.”

Com o crescimento da economia, essa ciência se desenvolve progressivamente por causa da necessidade de algo que fosse capaz de registrar e acompanhar as mutações do patrimônio. A partir daí começaram a surgir normas e teorias que passaram a regulamentar a ciência contábil, estabelecidas pelo CFC.

Mediante a análise, nota-se que o perfil do contador no Século XXI como um profissional flexível, estudioso e preparado para enfrentar um mercado de trabalho cuja competição e exigências crescem a cada dia, colaborando, assim, para o crescimento profissional e acima de tudo, para o desenvolvimento cada vez maior da profissão.

2.3 Qualificações

Na obra “La Regioneria come Scienza Del Patrimonio” (A Contabilidade como ciência do patrimônio) Sá (1998) transcreveu dizendo: Se examinarmos os fenômenos fundamentais de Contabilidade, não podemos deixar de reconhecer que eles requerem indagações acuradas; não se pode negar que se torna necessário observá-los, expô-los e procurar explicá-los; depois, munidos dos ensinamentos oferecidos pelas pesquisas feitas com o subsídio de métodos especiais de investigação, próprios das ciências experimentais, daí retirar normas de prática aplicação a casos concretos. Ora, os fenômenos dos custos, das receitas, do redito, das entradas e saídas financeiras, para lembrar só alguns dos mais evidentes fenômenos contabilísticos já por nós referidos, são todos investigados nas suas fases de constituição e de evolução.

Sabendo que a preocupação dos profissionais de contabilidade com a qualidade da informação que os tem levado a aperfeiçoarem continuamente os processos e mecanismos que se apresentam de uma forma bem mais complexa atualmente, fortalece assim, a concorrência entre os contadores.

“A Contabilidade, como ciência social, com profunda fundamentação epistemológica, impõe ao contador [...] a responsabilidade social, como cidadão gerador e distribuidor de empregos, riquezas, educação.” (HOOG, 2006, p.18).

Devido às novas dimensões tecnológicas, socioculturais, políticas, e econômicas, este novo cenário mundial vem sendo transformado de forma acelerada e estas evidenciam o uso necessário da informação e do conhecimento, projetando uma globalização.

Ensina o Prof. Dr. Antônio Lopes de Sá (2004, pag.136): [...] a profissão contábil consiste em um trabalho exercido habitualmente nas células sociais, com o objetivo de prestar informações e orientações baseadas na explicação dos fenômenos patrimoniais, ensejando o cumprimento de deveres sociais, legais, econômicos, tão como a tomada de decisões administrativas, além de servir de instrumentação histórica da vida da riqueza.

As outras profissões, assim como a contabilidade atual, estão em processo de transformação e adequação às novas exigências da sociedade, do mercado de trabalho e da nova tecnologia, se destacando entre uns dos assuntos mais importantes, desta era.

Percebe-se que diante, das opiniões dos autores que o profissional contábil deve ter condições de se relacionar com qualquer pessoa ou empresa, para tornar possível a análise crítica livre de interferências que possam privilegiar um ou outro, para assim, vencer as barreiras ideológicas criadas pelo meio de comunicação social, como também as relações político-religiosas e outras que direta ou indiretamente formam opiniões dentro de um convívio social.

2.4 Mercado de trabalho para o contabilista do século XX

A função social do conhecimento contábil é tão vasto que um dia haverá de ser assim reconhecida, entendendo que através da Contabilidade que se conseguira o bem-estar das nações, pelo emprego dos modelos de eficácia patrimonial, capazes de indicarem caminhos para a prosperidade individual e social, sob uma ótica de respeito a vida de todos os seres (KROETZ, 2003, p. 34).

O mercado de trabalho está em constantes mudanças, sendo necessário que o profissional contábil conheça essas novas mudanças, pois hoje não basta apenas atender as

necessidades práticas, é preciso que o contador do século XXI preste informações precisas, dando condições perfeitas aos empresários de como comandar com segurança as suas atividades econômicas. O contador necessita atender às expectativas voltadas a habilidades empreendedoras, para satisfação de seus clientes.

Ott e Pires (2009) explicam que o desafio não está relacionado apenas ao processamento e divulgação de informações econômicas, uma vez que o interesse da sociedade está voltado para a forma como a organização se relaciona no ambiente em que está inserida.

Aquele que presta serviços para terceiros por meio de uma, o empresário contábil infraestrutura pessoal ou escritório, entra em destaque e sai de cena o patrão único, tendo como resultado o surgimento de diversos clientes.

Com isso, é possível reconhecer que o profissional nesta área ganha não só mais espaço, como também mais oportunidades e opções, para sua atuação de trabalho. Sendo também, o trabalho no meio tecnológico nas redes sociais uma nova opção.

2.5 As principais Mudanças do contabilista do século XXI

Diante da amplitude da Ciência Contábil dentro do social, o papel Contábil é bastante amplo. A contabilidade como ciência é tão ampla que advogamos ser possível alcançar o bem-estar comunitário global, na atual era “científica filosófica”, pela aplicação das teorias e enunciados de vanguarda na obtenção da melhor eficiência e eficácia da riqueza das células sociais e seu patrimônios. O conhecimento científico, portanto, ciência pura, livre das impurezas da política contábil atual, deve identificar, de forma holística, o rumo da prosperidade material e, conseqüentemente, o bem-estar social comunitário (HOOG, 2006, p.26).

Com o fim da escrituração tradicional, causada pela chegada efetiva e mais presente dos meios eletrônicos, em primeiro lugar, devemos entender que a imagem deste profissional em nosso país ou em países subdesenvolvidos ou desenvolvimento, está a cada dia se expandindo de forma rápida e a cada dia sendo mais reconhecida.

Na nova era tecnológica, as características anteriores apresentadas, já não são mais consideradas suficientes em meio ao acelerado desenvolvimento global, conforme Fábio Primack (2008 p. 14) deve-se ainda somar: Capacidade de atualização constante; Criatividade; Visão altamente futura e estratégica; Desenvolvimento de atividades com

comunicação, informação e tecnologia; Desenvolvimento de valores adicionados como análise de negócios, estratégias e apoio em decisões; Desenvolver-se em vez de reagir; Buscar novas ideias.

O profissional passa a usar o marketing pessoal para fazer negócios, seguindo os agentes livres que a profissão e a economia os proporcionam, vendo que ele tem a capacidade de se destacar. Este profissional, conseguiu ver nitidamente que é necessário definir exatamente a área de ação, a especialidade, criar uma mensagem e uma estratégia para promover a marca pessoal, destacando cuidadosamente em que pontos o seu serviço se diferencia dos outros, ficando claro, qual o benefício que se trará para o cliente.

Devido a globalização, a informatização do comércio e da maximização dos contribuintes, o negócio cresceu volumosamente e os recursos para executar e movimentar toda esta troca de informações aumentou substancialmente, fazendo com que os gestores de tributos tomassem uma devida postura para detectar e prevenir a evasão tributária, assim afirma a RB 2010: No que se refere às administrações tributárias, há a necessidade de despender grandes somas de recursos para captar, tratar, armazenar e disciplinar informações sobre as operações realizadas pelos contribuintes, administrando um volume de obrigações acessórias que acompanha o surgimento de novas hipóteses de evasão. No que tange os contribuintes, há a necessidade de alocar recursos humanos e materiais vultosos para o registro, contabilidade, armazenamento, auditoria interna e prestação de informações às diferentes esferas de governo que, no cumprimento das suas atribuições legais, as desmandam usualmente por intermédio de declarações e outras obrigações acessórias.

2.6 Ferramentas Tecnológicas

De acordo com Carvalho (2018, p.11), as “Ferramentas tecnológicas são as novas tecnologias que auxiliam a promover uma maior facilidade de comunicação, sendo que um profissional pode fazer um atendimento ou auxiliar um cliente com apenas alguns cliques do seu smartfone, além de pagamentos de vias apenas usando a internet ou um cartão de débito ou crédito”

Percebe-se que na que sua utilização promovem uma diminuição no processo burocrático encurtando caminhos antes muito longos, também facilitando o trabalho de fiscalização que é feito todo por forma mais digital e simples.

Para Samira Ilarino, Marta Alves de Souza (2010, p. 6) as “Ferramentas tecnológicas são também sistemas que estão interligados com o objetivo de facilitar a os trabalhos contábeis com rapidez e segurança”

Observa-se que o profissional deve ser capaz de trabalhar com tais ferramentas, pois um bom profissional contábil vai muito além de produzir números e relatórios, ou ainda um contador que apenas trabalhe com o fisco pagando impostos

A As Ferramentas Tecnológicas se muito presente na contabilidade atual, sendo de grande auxílio para o contador. Pode se dizer que começaram a surgir ferramentas tecnológicas com a intenção de padronizar a Contabilidade em um nível que uma pessoa possa entender um relatório de uma empresa em qualquer país.

Essas novas tecnologias sujeitaram as multinacionais a criarem padrões contábeis que são importantes para padronizar informações para que possam ser analisadas pelo mesmo parâmetro, fazendo com que demonstrações financeiras sejam compreendidas por qualquer empresa de qualquer país. Ao mesmo tempo, permitem interessados de uma determinada organização compará-las às de outra e, se sentir mais confiante na tomada de decisões(DIEGO BIANCHI DE OLIVEIRA, CARLOS EDUARDO MALINOWSKI, 2016, p. 7)

2.7 Softwares De Gestão Contábil

O Sistema de Informação utiliza a Tecnologia de Informação compreendida pelo hardware e o software, para capturar, transmitir, arquivar, recuperar, manipular ou mostrar as informações que serão usadas no processo de gestão, consolidando os vários subsistemas de informação de uma empresa (RH, Finanças, Produção, Marketing etc.) (SOUZA, SERGIO 2004, p. 4)

Nota-se no entendimento do autor que os softwares são sistemas que fazem de forma automática a manipulação de informações que são usadas na contabilidade com seus subsistemas que podem servir para todas as áreas da empresa não necessariamente apenas a contabilidade, apesar de tudo em uma empresa gera dados contábeis

Quando o escritório começa a investir em sistemas gerenciais, tão somente o mesmo deverá investir em equipamentos que suportem os softwares implementados. Se tratando de melhorias para a empresa, deve-se considerar todo o contexto que leva os gestores a passar as informações para os empresários, visto isso, é necessário que os equipamentos do escritório estejam sempre compatíveis com o que está sendo implementado (ALINE MARIA, ANDRÉ LUIZ, JULIANA GONÇALVES 2019, p. 177).

Afirma-se que Softwares tem a função de trazer melhorias para a contabilidade afim de melhorar as informações para os empresários, mas sempre que os equipamentos sejam compatíveis com o que se pede.

Para Liege Moraes, Monica Zaidan, Marcelo Alvaro (2016, p. 76), ‘‘Os softwares de são sistemas que tem a finalidade de gerenciamento, custos, despesas, entradas e saídas de caixas com isso auxiliando nas tomadas de decisão’’

Conclui-se que os softwares são importantes para o gerenciamento com a sua grande quantidade de dados relevantes que se pode gerar, auxiliam muito os gestores e líderes de uma empresa a suas tomadas de decisões, com informações relevantes que tangem Custos, mão de obra, matéria prima lucros, perdas e despesas.

2.8 Assinatura Eletrônica

Assinatura provém do latim *assignare* que significa firmar, o que remete a um conceito de algo firme ou que possui segurança, ou seja, ao assinar tem-se claro um sinal de que uma marca pessoal atribui confiabilidade (ZOCCOLI 2000, p.178)

A assinatura teve sua origem do Latim da palavra *assignare*, tendo seu significado, firmar, passando uma ideia grande de confiança

Conforme Behrens (2005) quando se assina algum documento aquele que o faz está certificando a segurança das informações contidas no documento. O fato de a assinatura ser individual traz consigo o ‘‘valor de estabilidade’’.

Nota-se na afirmação que do autor, que a evolução da informática trouxe consigo a necessidade de transferência dessa segurança e estabilidade para o meio digital. Surge, portanto, a ideia de assinatura digital.

Quando se assina algo se passa uma confiança sobre o documento, pois a assinatura é pessoal e única, com a evolução da tecnologia se fez necessário fazer de forma digital.

O que diferencia a assinatura digital da assinatura manual é sua validade conforme afirma o autor Volpi (2001, p.53). ‘‘A validade é um dos aspectos que para o Direito possui maior importância quando se trata de um documento eletrônico, pois após a assinatura feita não há mais volta. Para alterar qualquer parte do documento será necessário invalidar a assinatura realizada, a fim de garantir a integridade do documento.’’

Denota-se o que difere a assinatura digital para a manuscrita é sua validade, quando se trata de um documento eletrônico a assinatura feita, não tem mais volta, qualquer alteração será necessária, invalidar a assinatura.

A assinatura digital não tem a possibilidade de falsificação pois somente o detentor da chave pode assinar. Behrens (2005) explica que a utilização de chaves na assinatura digital é realizada através de uma junção de números, símbolos e letras.

Percebe-se desta forma que é utilizado um software que resume os dados para enviar para outrem, fazendo com que haja uma assinatura para cada documento, ou seja, ela não se repete, essa é a técnica mais usual para chaves de assinaturas digitais.

A assinatura digital se torna mais difícil a falsificação, somente quem tem a chave pode assinar, existem softwares que servem para resumir dados para o envio assim não podendo ter cópias.

Descreve-se então que o formato de criação de chaves por meio da técnica de algoritmos que geram mensagens, tem como desvantagens a falta de agilidade, pois se faz necessário decifrar e comparar sua autenticidade

2.9 Marketing Digital

Marketing “é um processo administrativo e social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam, por meio da criação, oferta e troca de produtos e valor para os outros”. Kotler (2003, p. 3). É a área que relaciona questões de troca relacionadas aos desejos. Las Casas (2007, p 15)

Observa-se que o marketing é o processo que se analisa gostos de um determinado grupo, procurando saber o que se necessita para se criar a oferta relacionados aos desejos e necessidades

O marketing digital diferencia-se do marketing tradicional, devido o mesmo divulgar a imagem de uma organização através da utilização da internet. Por isso, Gabriel (2010, p. 104) conceitua o termo marketing digital como “o marketing que utiliza estratégias em algum componente digital no marketing mix – produto, preço, praça ou promoção”

Afirma-se desta forma que a diferença do marketing digital e tradicional é o uso da internet, utilizando estratégias que se relacionam com o público que estão nos celulares, televisões e computadores

O marketing digital se mostra bastante eficaz em diversos negócios, tanto para aqueles totalmente on-line, como para os que se utilizam de múltiplas plataformas de atendimento, cruzando o varejo físico com a loja virtual.

Para Sandra Turchi (2009) as redes sociais realizam a movimentação de informações relacionadas as empresas ainda que as mesmas não se pronunciem ou não utilizem essas mídias.

As redes sociais realizam um determinado marketing mesmo se as empresas não se pronunciarem ou não usarem as redes, isso acontece por causa do publico que é bastante ativo nessas redes

Torres (2009, p.72-79) diz que o marketing digital pode ser composto pelas seguintes ações:

Marketing de conteúdo: conteúdo publicado em um site, visando torná-lo visível na internet e atraente ao consumidor.

Marketing nas mídias sociais: as mídias sociais são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, interação social e o compartilhamento de informações em diferentes formatos;

Marketing viral: envio de uma mensagem na internet de uma pessoa a outra, visando à transmissão de uma mensagem de marketing;

E-mail marketing: as empresas adaptaram a velha mala direta ao e-mail formando esse tipo de ação estratégica, procurando garantir que a mensagem de fato atinja o consumidor;

Publicidade on-line: iniciou-se a partir de banners publicados em sites, atualmente os banners ganharam animação, interação, som, vídeo e outros recursos.

Pesquisa on-line: a pesquisa é à base da atividade de marketing, sendo que a pesquisa on-line pode ser apoiada por programas de computador, como os spiders.

Monitoramento: é a ação estratégica que integra os resultados de todas as outras ações estratégicas, táticas e operacionais.

O marketing é composto pelas ações de Conteúdo, que visa uma mensagem atraente ao consumidor na internet. Mídias sociais, que são as ações em sites que visam uma melhor interação com o público, Viral, que é uma mensagem de pessoa por pessoa propagando a informação para mais gente. E-mail que são ações que enviam e-mails para os consumidores para que a mensagem chegue com mais eficiência. Online, que são banners em sites com interações, som, vídeo dentre outros recursos. Pesquisa Online, que podem ser programas de computador como spiders. Monitoramento, que reuni todas as estratégias anteriores táticas e operacionais

Além dessas estratégias segundo Vaz (2011) o marketing digital possui a metodologia dos 8Ps, que são:

- 1º P, de pesquisa: envolve a questão de a empresa buscar fatos sobre seu consumidor, como hábitos, preferências, etc;
- 2º P, de planejamento: nessa fase as informações levantadas com a pesquisa sobre o consumidor, são usadas para a elaboração de estratégias de marketing, como por exemplo, a criação de web sites;
- 3º P, de produção: envolve a execução das ações elaboradas no planejamento;

- 4º P, de publicação: envolve o conteúdo que será disponibilizado pela empresa para o consumidor no mercado;
- 5º P, de promoção: está relacionado à criação de campanhas, hotsites promocionais, entre outros;
- 6º P, de propagação: está relacionado ao trabalho envolvendo redes sociais, fóruns, blogs que possibilitam a propagação do conteúdo da empresa de consumidor para consumidor;
- 7º P, de personificação: envolve o relacionamento com o cliente, utilizando e-mail e redes sociais para fidelizar o mesmo e conseqüentemente divulgar as promoções da empresa;
- 8º P, de precisão: consiste na mensuração dos resultados obtidos através da utilização do marketing digital pela empresa.

A utilização do marketing digital pela empresa gera possibilidade de expansão dos números de clientes e maior comercialização de seus produtos ou serviços.

2.10 Metodologia

A Metodologia adotada nesse artigo científico foi pesquisa qualitativa do tipo bibliográfica,

Para Moresi (2003, p 5), “A pesquisa é um conjunto de ações, para que se tenha uma solução de um problema, por bases de procedimentos racionais e sistemáticos. Existem algumas formas de classificação dos tipos de pesquisa, dentre elas as quantitativas e qualitativas.”

Se entendo que para se fazer uma pesquisa precisa de um problema a ser resolvido e com procedimentos sistemáticos e racionais se tenta achar uma solução, com diferentes métodos para se fazer a pesquisa.

Segundo Silva, Antônio Carlos Ribeiro (2003p 10). “A metodologia é onde se descreve a forma de elaboração da pesquisa com detalhes o suficiente para que outra pessoa possa reproduzir o estudo”.

Para o autor a metodologia é onde você descreve com detalhes o método e como se fez a pesquisa, a fim de que o estudo possa ser repetido por outra pessoa.

Conforme Rodrigues(2007 p 18), ‘‘A metodologia são algumas perguntas, como se procedera a pesquisa? Caminhos para se chegar aos objetivos propostos? Qual o tipo de pesquisa? Qual o universo da pesquisa? Dentre varias outras’’.

O autor justifica a metodologia como formas de como se fazer uma pesquisa da forma mais didática possível, sendo que respondendo essas perguntas se tem uma boa metodologia para sua pesquisa.

2.11 Pesquisa Qualitativa.

Para Augusto (2014, p 4). ‘‘Uma pesquisa qualitativa feita como deve ser, é rigorosa e exige um trabalho intenso dos investigadores treinados, se consome muito tempo e não existem soluções fáceis ou mecânicas para garantir uma ausência de erros’’.

Uma pesquisa feita na metodologia qualitativa carrega uma complexidade maior e mais intensa, sendo muito rigorosa nas questões de qualidade nas informações apresentadas e na confiabilidade que se deve passar na pesquisa.

De acordo com Fonseca (2008, p 1). ‘‘Os investigadores que optam pelo método qualitativo usam técnicas fenomenológicas e a sua visão do mundo para conseguir seus resultados’’.

Uma das diferenças da qualitativas para a quantitativa é que na quantitativa utilizam um conjunto de análises e estatísticas generalizadas, quanto a qualitativa se usa técnicas mais concisas que oferecem um resultado menos generalizado.

2.12 Pesquisa Bibliográfica.

Como ensina Fonseca (2002, p. 32) ‘‘a pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites’’.

A pesquisa bibliográfica é realizada a partir da análise de fontes secundárias que abordam, de diferentes maneiras, o tema escolhido para estudo. As fontes podem ser diversas, como livros, artigos, documentos monográficos entre outras fontes confiáveis.

Entretanto, ‘‘existem pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta’’.(FONSECA, 2002, p. 32).

Durante as pesquisas o registrar informações torna-se necessário, por meio de anotações e fichamentos para que seja fácil de encontra-los. Em vista que os sistemas de buscas funcionam por palavras-chaves, definir quais serão essas palavras facilitará com que você encontre de forma mais rápida o referencial teórico necessário

De acordo com Lima (2007), trabalhar com pesquisa bibliográfica significa fazer um movimento rigoroso e cansativo de compreensão de objetivos e observação de etapas, de leitura, de questionamentos e de interlocução e critica como o seu material bibliográfico”.

Pesquisa bibliográfica é mais rigorosa no aspecto de ter que fazer uma leitura mais rigorosa aos detalhes, saber criticar e questionar exigindo uma vigência epistemológica

3 CONCLUSÃO

Acredita-se que o futuro reserva o maior de todos os desafios: a constante busca do conhecimento no intuito de melhorar sobre todos os aspectos a vida das pessoas que é a razão da existência de qualquer ciência social. Como restou provado pela pesquisa bibliográfica realizada, percebe-se que o Profissional Contábil neste novo milênio deverá esforçar-se muito neste mercado competitivo e terá que usar de Criatividade, Dinamismo, Competência e Inovação.

Surge dessa forma um novo profissional contábil para este século com maiores formações humanísticas e atentas as constantes mudanças do mundo do trabalho. O perfil do contador moderno é o de um homem de valor que precisa acumular muitos conhecimentos, mas que tem um mercado de trabalho garantido, todavia, que o profissional tenha consciência de que a maior remuneração exige qualidade de trabalho e que esta se consegue com o melhor conhecimento, com estudo, com aplicação, esses profissionais têm que ser tecnicamente inteligentes e ter capacidade criativa, ser proativo, ter alta integridade, não podem ter medo de arriscar, não podem ser egoístas, ter boa capacidade de comunicação.

Nesta pesquisa abordou-se ferramentas, meios e maneiras de como um contador poder se enquadrar, e adaptar-se diariamente nesse século com tantas revoluções. É necessário sair do comodismo, e estar na linha de frente para acompanhar a tecnologia junto a as ferramentas que esta proporciona.

Mediante o exposto, volta-se para o principal problema a ser abordado neste artigo. **Como o profissional contábil pode aperfeiçoar-se com auxílio das ferramentas que estão ao seu alcance?** Tendo em vista que a própria internet é capaz de auxiliar o profissional contador, por meio de cursos, vídeos explicativos e correto manuseio das ferramentas que estão a sua disposição.

Conclui-se portanto que a oportunidade está para todos, mas sabe-se que são poucos os que estão acompanhando tantas mudanças diárias. No novo ambiente, os contadores precisam incorporar novas habilidades, pessoais, manter-se atualizados, agregando valor as organizações e inserindo-se cada vez mais no processo decisório e administrativo participando mais da área de gestão empresarial.

4 REFERÊNCIAS.

- AMARAL, Aline Maria; BRANDÃO, André Luiz Albernaz; DA SILVA, Juliana Gonçalves. Uma visão contábil para os sistemas integrados de gestão empresarial. **Negócios em Projeto**, v. 10, n. 2, p. 172-183, 2019.
- ARMSTRONG, G. KOTLER, P., **Princípios de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007. 600 p
- AUGUSTO, Amélia. Metodologias quantitativas/metodologias qualitativas: mais do que uma questão de preferência. In: **Fórum Sociológico. Série II**. CESNOVA, 2014. p. 73-77.
- BEHRENS, Fabiele. A assinatura eletrônica como requisito de validade dos negócios jurídicos e a inclusão digital na sociedade brasileira. Curitiba: **Dissertação de Mestrado PUC/PR**, 2005.
- CARVALHO, Adson Ferreira de. A Era Digital e suas contribuições para a Contabilidade: evolução histórica dos processos contábeis. 2018.
- CORRÊA, L. (2018). Você sabe o que é Contabilidade Digital?. Disponível em <<https://contadores.contaazul.com/blog/voce-sabe-o-que-e-contabilidade-digital>>. Acesso em: 23 setembro 2021.
- DE SOUZA, Marta Alves; ILARINO, Samira. Sped (Sistema público de escrituração digital): Impactos da sua implantação na empresa xx. **E-Civitas**, v. 3, n. 2, 2010.
- DE SOUZA, Sergio Alexandre et al. Os sistemas integrados de gestão erp: aplicabilidade na gestão contábil e na controladoria das empresas. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC**. 2004.
- DE OLIVEIRA, Diego Bianchi; MALINOWSKI, Carlos Eduardo. A importância da Tecnologia da Informação na Contabilidade Gerencial. **Revista de Administração**, v. 14, n. 25, p. 3-22, 2016.
- DO CARMO, Liege Moraes; GOMES, Monica Zaidan; DA SILVA MACEDO, Marcelo Alvaro. Competências em tecnologia da informação e sistemas de informação: um estudo sobre a percepção de discentes em ciências contábeis. **Revista Mineira de Contabilidade**, v. 17, n. 1, p. 25-38, 2016.
- FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. In: **Métodos de pesquisa**. Tatiana EngelGerhardt e Denise Tolfó Silveira [Orgs]. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: . Acessado em: 03 nov. 2021
- FONSECA, Jaime Raul Seixas. Os métodos quantitativos na sociologia: dificuldades de uma metodologia de investigação. In: **VI Congresso Português de Sociologia–Mundos Sociais: Saberes e Práticas**. Universidade Nova de Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. 2008. p. 8.
- GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. Novatec Editora, 2010.

- GONÇALVES, Maria Augusta Salin. Interdisciplinaridade e educação básica: Algumas reflexões introdutórias. In: Educação Básica e o básico em educação Porto Alegre: Sulina, 1996.
- HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M.F Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas, 1999.
- HOOG, Wilson Alberto Zappa. Tricotomia Contábil e Sociedades Empresariais. Curitiba: Jaruá, 2006.
- IUDICIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; FARIA, Ana Cristina De. Introdução a teoria da contabilidade para o nível de graduação. 5° Ed São Paulo: Atlas, 2009. 371 pag.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Introdução à teoria da contabilidade:para o nível de graduação. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007. 288 p
- LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamasso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katálysis**, v. 10, p. 37-45, 2007.
- Luo,J.;Meng,Q.,&Cai,Y.(2018).AnalysisoftheImpactofArtificialIntelligenceApplication on the Development of Accounting Industry. *Open Journal of BusinessandManagement*,6, 850-856.
- MORESI, Eduardo et al. Metodologia da pesquisa. **Brasília: Universidade Católica de Brasília**, v. 108, n. 24, p. 5, 2003.
- MARION, José Carlos. Contabilidade básica. São Paulo: Atlas, 2009.
- NASI,AntônioCarlos.AContabilidadecomoinstrumentodeinformações,DecisãoeControle da Gestão. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília. Ano 23 nº 77. Abril/Junho1994.
- OTT, Ernani; PIRES, Charline Barbosa. Estudando teoria da contabilidade: Conceito e objetivos da contabilidade. São Paulo: Atlas, 2009. 357 p.
- RODRIGUES, William Costa et al. Metodologia Científica–FAETEC.**IST–Piracambi–2007**, 2007.
- SÁ, A. Lopes de. Teoria da contabilidade. São Paulo: Atlas, 2002. 400 p.
- SÁ, Antônio Lopes de. Ética Profissional 6°. ed. São Paulo: Atlas. 2004
- SILVA, ANTONIO CARLOS RIBEIRO. Metodologia da pesquisa aplicada. **São Paulo: Atlas**, 2003
- TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. Novatec Editora, 2018.
- VAZ, Conrado Adolpho. Os 8Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital. **São Paulo: Novatec**, 2011.
- ZOCCOLI, D. Autenticidade e integridade dos documentos eletrônicos: a firma eletrônica. In: ROVER. Aires José (org.). Direito, Sociedade e Informática: limites e perspectivas da vida digital. Florianópolis: Fundação Boiteux. 2000, pp. 177-192.