

SYNERGY2020

Contábil

Um novo rumo econômico

Ricardo Amorim comenta o que podemos esperar para a economia após Covid-19

Um futuro sem contadores?

Confira o artigo de Marcondes de Borba e saiba tudo

Especial

Arthur Igreja conta como se preparar para ser um profissional do futuro



Ricardo Amorim

Economista e apresentador do programa Manhattan Connection na Globo News

Foto: Everton Rosa



Adrián Fognini

Managing Director
Thomson Reuters,
Latin America.

Carta ao Leitor

Bem-vindos à revista SYNERGY, este ano tivemos um formato inédito em nosso evento: totalmente online e gratuito, unindo nossos três segmentos de atuação: contábil, corporativo e jurídico - o que garantiu a segurança e a possibilidade de abranger e conectar mais pessoas.

Reimaginar um novo contexto, tem aguçado nossa capacidade de inovar, ultrapassar adversidades e de redefinir a forma como os profissionais trabalham. Seja de modo virtual ou presencial, o progresso é feito de maneira conjunta, atuando no presente para transformar o futuro.

O SYNERGY Contábil completou sua 2ª edição. Na primeira edição reunimos contadores de diferentes áreas, promovendo troca de experiência e aprendizado em uma imersão produtiva. Lançamos uma nova maneira de colocar a contabilidade no futuro, o ONVIO, aproximando contadores de seus clientes de forma 100% online, estratégica e orientada para resultados.

Neste ano em especial, o SYNERGY trouxe a inovação para o cotidiano, facilitando processos e aproximando pessoas e ideias. O evento foi reformulado para atender as necessidades atuais e futuras, continuando nosso desenvolvimento e mostrando novas respostas e perguntas, algumas que ainda não foram nem imaginadas.

Estamos lembrando discussões e o ambiente de inovação do SYNERGY nesta revista, reunindo profissionais experientes para compartilhar visões e percepções sobre o mercado. Entrevistas, como a de Ricardo Amorim e Arthur Igreja, além de temas atuais como Marketing Digital para escritórios contábeis, são alguns dos conteúdos que você encontrará aqui.

Reunir pessoas, ideias e tecnologias é parte do nosso propósito de desbloquear o potencial de clientes e parceiros para que possamos, sempre, avançar nos novos cenários econômicos e profissionais. Vamos juntos reimaginar o futuro das indústrias em que atuamos.

Boa leitura!

SUMÁRIO

- 04** Investindo em marketing digital nos escritórios de contabilidade
- 09** Como manter o atendimento aos clientes funcionando em meio a uma pandemia global
- 11** A transformação da contabilidade
- 12** O cenário econômico pós-pandemia
- 16** O profissional do futuro e a transformação digital

Investindo em marketing digital nos escritórios de contabilidade



O marketing digital está presente nas empresas e escritórios de todo o mundo, foi a partir dos anos 2000 que ele começou a ganhar força no Brasil. Em uma realidade cada vez mais conectada, uma estratégia de publicidade e divulgação online que não contemple plataformas digitais como Google, Facebook e LinkedIn se tornou algo inimaginável. As possibilidades são diversas e cada negócio precisa saber quais se adequam melhor às suas necessidades.

Esta é uma realidade para qual contadores e escritórios devem estar atentos, pois o mercado digital também está presente na contabilidade - uma boa estratégia digital pode servir de apoio no relacionamento com clientes e até na prospecção. Entretanto, muitas pessoas acreditam que investir neste novo mundo pode ser complicado ou caro, o que não é. Isto é o que nos explica Rodrigo Barros, diretor de Marketing LatAm da Thomson Reuters especialista em Marketing Digital e Inteligência de Mercado. Confira.

Como começar a investir?

Para começar é importante conhecer, em detalhes, o público do escritório e estudar o mercado antes de investir em estratégias digitais. Rodrigo Barros ressalta que o contador deve se questionar sobre coisas como “onde está o meu público? Ele fica na praça da cidade em frente a um outdoor ou passa mais tempo com um celular na mão?”. Além disso, sugere a atenção no momento da escolha dos responsáveis pelo gerenciamento das plataformas digitais do negócio. Conforme Barros, há duas opções para quem quer começar a investir em marketing digital, sendo a primeira a terceirização do processo por uma autoridade no assunto ou, a segunda, tornar este processo interno deixando alguém da equipe que tenha experiência responsável pelas mídias, “em ambos os modelos temos vantagens e desvantagens, a única ressalva aqui é que, seja interno ou externo, é importante ter um guia para ajudar o seu escritório de contabilidade no mundo digital”, complementa.

Quais são as melhores ferramentas para o meu negócio?

Existem diversas plataformas disponíveis no mercado para apoiar o marketing das empresas, algumas até gratuitas. Rodrigo Barros nos conta quais são as mais relevantes e permitem acompanhar o desenvolvimento da estratégia do escritório de contabilidade no mundo digital.



Para Customer Relationship Management - CRM, a gestão de relacionamento com o cliente, a indicação é o **HubSpot**, segundo Barros, “uma plataforma excelente para esta finalidade”.



Quando o assunto é organização, a sugestão é o **Evernote**, ferramenta gratuita, das mais utilizadas, para anotações e gerenciamento de projetos.



Para investir em marketing digital é importante saber como o cliente pensa e o que ele busca na internet. Para isso, a indicação é o Google Trends, ferramenta para pesquisa e análise de mecanismos de busca.



Apoiando a estratégia de email marketing do negócio, há o **MailChimp**, uma das ferramentas mais utilizadas pelo mercado e que possibilita o disparo de até 12 mil emails gratuitos por mês.



Para a produção e o gerenciamento de conteúdo, há o **WordPress**, sistema voltado para a criação de páginas eletrônicas e blogs online. “Gerar conteúdo é muito importante hoje em dia. Não há como sobreviver sem, é quase o coração de uma estratégia de marketing e, para isso, o Wordpress é um dos mais importantes”, diz Rodrigo Barros.



Para auxiliar na automação de processos, a sugestão é o **Zapier**, plataforma que permite aos usuários integração com outros aplicativos. “O que 10 pessoas faziam há 10 anos, hoje só uma faz. É muito importante automatizar processos”, comenta Rodrigo Barros.



Para ganhar mais destaque uma boa comunicação visual é essencial. Assim, peças e projetos visuais podem ser feitos pelo **Canva**, ferramenta online de fácil utilização.

5 dicas para quem quer começar a investir em marketing digital

1

Não se assuste com a era digital

Quando um escritório de contabilidade quer saber o que está por vir, os termos mais ouvidos são: realidade aumentada, inteligência artificial, blockchain, processamento quântico, entre outros. Isto era ficção científica até pouco tempo e, hoje, está se tornando real. Então, a primeira dica é: não se assuste com o digital, pois ele já é realidade.

2

Foque no seu negócio

É normal ficar vislumbrado com as possibilidades do marketing digital e sair um pouco do foco, mas fique atento: o resultado é uma consequência da estratégia de investimento. Então, lembre-se de focar no seu negócio e aprenda a transitar no mundo digital.

3

Não faça tudo ao mesmo tempo

Muitas vezes as pessoas se empolgam e acabam fazendo muita coisa ao mesmo tempo. Organize-se e estabeleça prioridades ou as coisas não sairão conforme você precisa.

4

Ganhe em escala, automatize

Outra dica importante para começar a investir em marketing digital é a automação. Só com ela você poderá ganhar em escala e atingir um número maior de pessoas dentro do seu público.

5

Não tenha medo de ousar

Conforme Rodrigo Barros, muitos escritórios de contabilidade se assustam no começo porque, de fato, há muita coisa. Então, com um guia ao seu lado, você verá que não é tão difícil. Tudo é possível neste tipo de ambiente.

ONBALANCE™

Uma **parceria** feita apenas de vantagens.

Controle total, simples e prático. Por meio de uma integração contábil online, cliente e contador ficam ainda mais próximos, inovando rotinas com facilidade e organização. Contador, aproveite as licenças gratuitas do OnBalance.

Acesse nosso site e descubra tudo o que o **OnBalance** tem a oferecer para você e seus clientes.

[Saiba mais](#)



CONTÁBIL™

Aumente as **possibilidades** com total eficiência

Expanda seu quadro de funcionários, sem se preocupar com limites. Conheça tudo o que oferecemos para auxiliar você a aumentar seu número de usuários e a fazer mais com nossos sistemas.

Acesse nosso site e encontre a unidade mais próxima de você.

[Saiba mais](#)



THOMSON REUTERS®

CONTÁBIL™

A solução que se adapta ao seu **escritório**.

Tenha mais resultados. O **Contábil** é a solução ideal para melhorar a performance do escritório de contabilidade, independente do seu tamanho, pois está disponível nas versões **Start**, **Plus** e **Premium**.

Acesse nosso site, conheça as vantagens e adquira a versão que melhor atende suas necessidades.

Saiba mais



THOMSON REUTERS
ONVIO™



O seu cliente mais próximo de **você**.

Com o Aplicativo **Onvio Portal do Cliente**, seus clientes têm a liberdade de fazer solicitações e se comunicar com você de qualquer lugar. Receba solicitações diretamente no Contábil, de forma automática e em tempo real.

Available on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Saiba mais



THOMSON REUTERS®

Como manter o atendimento aos clientes funcionando em meio a uma pandemia global



Fernando Coan

Diretor de Suporte e Operações para Tax Professional

Todos os anos empresas enfrentam diferentes desafios e em 2020, as adversidades foram maiores, surpreendendo os profissionais. Diante da crise sanitária que afetou a todos, muitas empresas tiveram de interromper atividades e adotar as medidas de isolamento social recomendadas pela Organização Mundial da Saúde. Fernando Coan, nosso Diretor de Suporte e Operações para Tax Professional, observa que a postura da companhia frente à pandemia global foi de apoiar os colaboradores para que pudessemos manter os clientes em primeiro lugar. Confira abaixo a entrevista completa.

Quando passamos a adotar as medidas de isolamento social?

FC- Em 18/03 já estávamos com 100% do nosso time trabalhando de casa em todos os escritórios do Brasil, nas grandes e pequenas cidades.

Com o home office, como vocês fizeram para manter os telefones funcionando?

FC- Foi fácil, temos recursos para que isso funcione, não precisamos de um esforço adicional. Em 2018 investimos em um sistema que contemplava o home office, já tínhamos a modalidade ao nosso dispor. Foi mais desafiador trazer a cultura de trabalhar de casa do que a tecnologia para que funcionasse.

Você percebeu algum tipo de dificuldade nessa adaptação?

FC- Todos conseguiram se adaptar, o que aconteceu foi que, como isso não era uma

cultura ou algo que exercíamos anteriormente na empresa, muitos funcionários não tinham uma estrutura totalmente adequada para trabalhar em home office naquele primeiro momento. Outro cenário que enfrentamos foi o de pessoas cuja internet não era tão eficiente. Então, para quem não tem computador ou uma internet tão boa em casa, restava o celular. Estas foram algumas das dificuldades que encontramos.

Quantas pessoas atuam no suporte hoje?

FC- São 512 pessoas, levar todas elas para trabalhar de casa pela primeira vez é um desafio. De uma hora para outra, sem tempo para um planejamento prévio. Essa foi a nossa dificuldade, não por questões tecnológicas.

Houve alguma outra ação tomada para facilitar a aceitação da cultura do home office?

FC- Adotamos um modelo de trabalho

em que os gestores se reúnem com os colaboradores ao final do dia, com mais proximidade, compreendendo melhor o que acontece. Esse cuidado do gestor com a equipe fez a diferença. Outra coisa que trabalhou a nosso favor foi que grande parte do nosso time está engajada em ajudar o cliente. Essa parcela, apesar das dificuldades, quer atender. Não termos reduzido os postos de trabalho também os motivou a continuar tendo um bom rendimento.

Houve algum impacto para os contadores sobre a nossa atuação em home office?

FC- Os usuários que nos ligam ficam satisfeitos quando falamos que estamos em casa. Conversam com o técnico e ouvem barulho de fundo, então sempre rola aquele bate-papo informal durante o atendimento. “Nossa, tu estás em casa?”, “Pô, que legal!”, “Que legal que a empresa deu essa oportunidade para vocês”. Estamos vendo os clientes surpresos, satisfeitos, pois independente da pandemia, estamos lá para atendê-los.

Em algum momento, durante a pandemia, nossa empresa deixou de atuar?

FC- Pelo contrário, em determinados dias estendemos nosso horário de trabalho. Até prestamos atendimento em dois sábados – o que não é normal para nós. Temos trabalhado bastante para termos mais soluções digitais para os clientes que precisam trabalhar final de semana ou à noite, assim, eles conseguem ter soluções sem depender do nosso contato telefônico exclusivo.

Esse trabalho foi feito por meio da TRIA, a inteligência artificial?

FC- Estamos fazendo por meio da TRIA, da Central de Soluções, da Comunidade. A TRIA, quando foi lançada, abordava apenas um

assunto, de lá para cá agregamos mais três novos conhecimentos a ela.

E esses novos assuntos foram acrescentados durante a pandemia?

FC- Exatamente. Quando o governo começou a lançar as Medidas Provisórias e todas as alterações trabalhistas para ajudar as empresas, tivemos que adaptar nossas soluções para atender as mudanças. Como era algo novo, os usuários das nossas soluções também estavam com dificuldade e puderam contar conosco para guiá-los - embora não tenhamos o objetivo de dar atendimento legal ou de consultoria. A demanda pelo nosso serviço foi altíssima nos meses de abril, maio e junho, tivemos que buscar outros meios para não deixar de atender ninguém. Fazíamos 3 ou 4 treinamentos por dia, ao vivo, gravávamos, fizemos um canal no YouTube que teve vários acessos e seguidores. Se o time não tivesse se empenhado em fazer essas entregas adicionais, não teríamos dado conta de passar por este período.

Para finalizar, como você avalia a nossa atuação e, principalmente, dos times que você lidera diante dos desafios de 2020?

FC- Eles tiveram um desempenho espetacular, pois não é fácil estar engajado em um ambiente totalmente novo, em home office, em um momento tão difícil como tivemos. O que tem me deixado mais satisfeito durante este período é o quanto os colaboradores estão se importando em ajudar os clientes. As pessoas têm buscado uma forma de produzir mais, de entregar mais. Cada cliente que ajudamos, é um sucesso que entra em nossa coleção, quando o time tem isso e busca produtividade é muito gratificante para nós, pois volta como reconhecimento de mercado.



A Transformação da Contabilidade

A humanidade em muitos momentos tentou estabelecer formas de prever o futuro. Inicialmente esses estudos estavam ligados a eventos que influenciavam a vida coletiva e que de certa forma ajudaram a garantir a nossa sobrevivência. Foi graças ao Stonehenge, aquele círculo de pedras gigantes erguido há mais de 3 mil anos no Reino Unido, que os ancestrais dos britânicos definiam a hora certa de plantar ou colher a lavoura. A interpretação era feita por meio das sombras produzidas pelas pedras. Não só os britânicos mas os assírios, babilônios, egípcios e até romanos foram desenvolvendo técnicas de interpretação dos astros como uma forma de prever o futuro. Estuda-se que no apogeu de Roma, a astrologia era uma ferramenta aceita e bastante respeitada pela nobreza. O imperador Adriano (76 d.C. – 138 d.C.) governou Roma por 21 anos e não tomava decisões sem antes consultar o seu astrólogo particular.

Dessa época para cá, muitas coisas mudaram e nossa humanidade se modernizou e deu grandes saltos em direção à tecnologia. Não precisamos mais nos guiar por pedras gigantes ou termos um astrólogo particular para tomarmos decisões. Entretanto, uma coisa não mudou: a nossa vontade de entender o futuro e estarmos preparados para ele.

Aqui na Thomson Reuters enxergamos o que outros chamam de futuro, como sendo o hoje. Entendemos que o cenário da contabilidade é dinâmico e que é preciso estar em constante evolução. Existe uma especulação sobre uma possível substituição do homem pela máquina, mas o que temos visto, é uma otimização do tempo do ser humano com a redução de tarefas operacionais e a adoção de uma postura diferente.

Com essa perspectiva, o que muda na atuação do contador é a priorização de tarefas. Diante de tarefas operacionais automatizadas a preocupação do profissional da contabilidade deve ser em manter o foco totalmente em seu cliente. O mercado é dinâmico e novos profissionais ingressam na área todos os dias. Isso não significa que não há espaço para todos, mas que com as automatizações de atividades de rotina, sobra mais tempo para que o contador possa subir um degrau



Marcondes de Borba

Vice-Presidente de Tax & Accounting Professional

nas prioridades dos seus clientes e tornar-se indispensável na tomada de decisões, assim como o astrólogo era para o imperador romano. Assumir uma postura mais consultiva é o próximo passo na evolução da contabilidade. Para dar esse passo, é importante que você tenha tempo para se atentar ao que é importante para o seu negócio, o seu cliente. Hoje em dia, são muitas as ferramentas que facilitam a comunicação e o relacionamento entre as partes, aproximando cada vez mais as empresas dos escritórios de contabilidade.

Nesse cenário de transformação da contabilidade conte com a Thomson Reuters e com as Soluções Domínio para te guiar nesse caminho. O nosso compromisso é oferecer a você, contador, as melhores ferramentas e tecnologias para o crescimento do seu negócio e moldarmos o futuro da contabilidade juntos.

O cenário econômico pós-pandemia



Foram tomadas medidas eficientes para reduzir a contração da economia, mas a um custo fiscal brutal.



“Um meteoro que atingiu o mundo eliminando qualquer chance de recuperação”, foi desta forma que o atual Ministro da Economia, Paulo Guedes, descreveu o impacto da Covid-19 na economia global. De fato, os números gerados pela pandemia até agora surpreendem. Conforme o site do Tesouro Nacional, já foram 379 bilhões gastos com benefícios aos cidadãos pelo Ministério da Saúde – mais da metade da verba estimada, sem ter ainda uma previsão de quando o vírus será combatido. Diante de tal situação, o economista e apresentador do Manhattan Connection, Ricardo Amorim, responde as principais dúvidas que o setor contábil tem sobre a temática.

1 - Como você acredita que se dará a retomada da economia após a Covid-19?

Ricardo Amorim- A economia brasileira e mundial passaram logo após o início da quarentena, pela maior contração econômica que a humanidade já viu. A boa notícia é que a partir de maio a gente começou a ter uma recuperação da economia brasileira que se sustentou de junho até agosto. Ela até acelerou, tivemos uma



contratação importante de pessoas com carteira assinada, mais de 100 mil pessoas no último mês, isso tudo está acelerando. O problema é que isso aconteceu diante de uma medida que não tem como ser sustentada por um extenso período, que é a medida do auxílio emergencial. A medida coloca 600 reais no bolso de 66 milhões de brasileiros, mas afeta outros 107 milhões e a renda de mais da metade da população. Ela tem um custo de mais de 50 bilhões de reais por mês. O governo brasileiro não tem condições de sustentar e exatamente por isso vai acabar. O último anúncio é de que ela deve ser mantida até o final do ano, mas não se sabe em que volume. Quando tivermos uma retirada da medida, veremos uma nova pequena queda, nada parecido com o que aconteceu em março e abril, mas veremos a economia sentindo o baque dessa retirada de renda, até que a volta da confiança venha. Só que quando a confiança voltar o que a gente verá é mais consumo, contratação, crédito e com tudo isso a economia vai para cima. O que precisa acontecer para a confiança voltar? As pessoas precisam perder o medo de ir à rua e consumir normalmente. E precisam perder o medo de perder o emprego, essas duas coisas vão acontecer quando tivermos uma vacina crível e disponível para todos. Já temos uma vacina, a russa, mas a maior parte das pessoas não confia nela. Ela não chegou ao Brasil. Então o resultado disso aqui é que a gente ainda não teve esse impacto, mas ele virá, entre o final desse ano e o começo do ano que vem. E quando vier é provável que tenhamos por algum tempo uma recuperação econômica forte, desde que a gente cuide com carinho das nossas contas públicas, que ficaram enfraquecidas por causa do aumento de gastos que aconteceu esse ano.

2 – Com base no histórico da atuação do Brasil diante da pandemia, você avalia ser possível se espelhar em países que já passaram pela primeira onda da Covid-19 para iniciar a retomada econômica?

Ricardo Amorim- Infelizmente o Brasil está entre os países que pior enfrentaram a Covid. Por consequência disso, a paralisação da nossa economia está durando mais que em outros locais, sem falar dos números de mortes que é assustador. E exatamente por isso, é provável

que a nossa economia demore mais para ter uma recuperação sustentável. Pelo menos até agora a opção no Brasil tem sido pelo custo fiscal. Então foram tomadas medidas importantes e eficientes para reduzir a contração da economia brasileira, mas a um custo fiscal brutal que, aliás aumentou demais a importância da reforma administrativa para cortar os gastos do governo e um amplo processo de privatização para reduzir a dívida pública. Se o Brasil avançar bem nos dois pontos, a gente tem todas as condições de ter uma recuperação econômica forte nos próximos anos. Agora, se não avançar, este pacote de estímulo que foi benéfico a curto prazo, a conta virá a médio e longo prazo fazendo com que o Brasil não tenha uma recuperação tão forte quanto outros países que conseguiram lidar melhor com a crise da Covid.

3 – Recentemente foi levada ao Senado uma proposta de reforma tributária, como você avalia o impacto de uma possível aprovação em nosso cenário atual?

Ricardo Amorim- Acho que ninguém tem dúvida que o Brasil precisa muito de uma reforma tributária. O país tem uma das legislações tributárias mais complicadas do mundo. A questão é, que reforma tributária? Infelizmente por conta de um cenário político conturbado, aparentemente o governo optou por uma reforma tributária que não é digna do nome. Em primeiro lugar, porque ela parece mais preocupada em tapar o buraco fiscal causado pelos gastos para estimular a economia por conta da Covid, do que realmente fazer uma reforma. Uma boa reforma tributária deveria simplificar muito, no mínimo manter a carga tributária constante e idealmente reduzir a carga tributária e, na melhor das hipóteses, reduzir a carga tributária brasileira. O Brasil é o terceiro entre os 165 países emergentes que mais cobra impostos. Só que a reforma tributária que vem aí parece focada com o objetivo primordial, quase que único, em aumentar a arrecadação de impostos e cobrir esse buraco. E a forma que está sendo proposta, fatiada, a primeira medida é a unificação do PIS e COFINS. A ideia é boa, só que a alíquota parece extremamente exagerada, empresas que trabalham com regime de lucro presumido devem ter um aumento substancial de impostos. Alguns, par-

ticularmente vão afetar o fator dos serviços e vários outros já em dificuldades muito grandes, o que não parece sustentável. E essa opção por fatiar a reforma em várias partes parece ser consequência de uma posição política não sólida do Governo junto ao Congresso e o medo de que se mandar tudo de uma vez não passa, então vamos passar cada uma delas. Só que, pra começo de conversa a gente deveria ter incluído o IPI e o ICMS, que é a parte mais complicada, é onde a da simplificação viria, mas eles não foram incluídos. E o pior, um dos grandes problemas dos impostos no Brasil é que eles recaem mais sobre os mais pobres, que pagam proporcionalmente a renda e mais impostos do que os mais ricos. Isso porque boa parte da arrecadação de impostos no Brasil recai sobre o consumo. E a reforma tributária começa exatamente aumentando mais ainda os impostos sobre o consumo. Então o efeito disso aqui é que a gente vai ter uma arrecadação de impostos ainda mais concentrada nos mais pobres, isso é inaceitável. Moral da história, sem dúvida precisamos de uma reforma tributária, mas a gente precisa aprimorar demais as propostas que foram mandadas pra que essa reforma tributária ajude ao invés de atrapalhar. Como está, melhor seria sequer fazê-la.

4 – Como você enxerga que se dará a retomada econômica para pequenos empresários e autônomos?

Ricardo Amorim- Em geral as pequenas empresas foram as mais negativamente impactadas pela crise do coronavírus por uma razão muito simples. Primeiro lugar, elas tinham uma folga de caixa muito menor do que empresas maiores. Em segundo, o acesso das pequenas empresas ao crédito é muito mais limitado. E com todas as linhas que foram disponibilizadas, as grandes empresas e a queda muito forte da taxa básica de juros da Selic, as grandes empresas tiveram bom acesso as linhas de crédito. Na maior parte não foi verdade no caso das pequenas empresas. Então a recuperação delas vai depender em grande medida, sim, em primeiro lugar num consumo mais forte que depende da confiança dos consumidores, que depende fundamentalmente do fim da preocupação com a pandemia da Covid. Ainda estamos muito longe disso. O segundo aspecto é que os bancos se sintam

mais confortáveis para emprestar. No caso brasileiro, tudo indica que isso só vai acontecer quando tivermos uma vacina em larga escala, ou que o Brasil atinja uma imunidade de rebanho, que já tenha tido tanta gente contaminada que o vírus não encontre com facilidade outras pessoas que possa contaminar.

5 – Com base em sua experiência, qual o seu conselho para uma retomada da economia?

Ricardo Amorim- Pra que a gente tenha uma retomada forte e sustentável, temos que ter confiança. Para termos confiança precisamos ter visibilidade em relação ao futuro. Foi o que o Brasil perdeu em várias áreas. A primeira delas foi a saúde, os problemas de saúde pública fizeram com que as pessoas ficassem com medo não apenas da sua própria saúde, mas também da saúde financeira. Medo de perder o emprego fez as pessoas segurarem o consumo. E segurando o consumo, elas seguraram vendas de empresas. Empresas vendendo menos começaram a mandar gente embora, pessoas que foram mandadas embora perderam a renda, e sem capacidade de consumo, consumiram menos. Como a gente quebra isso? A primeira coisa era impedir que ele continuasse aumentando. Foi isso que as medidas de estímulo até agora conseguiram fazer. Mas para quebrá-lo a gente precisa retomar a confiança. As pessoas não podem mais ter medo de viver normalmente. E para isso precisamos controlar a disseminação do coronavírus. O segundo aspecto mais puramente econômico é a confiança econômica. E aí a grande questão de desconfiança do Brasil passa por uma preocupação fiscal. O Brasil gastou tanto para fazer com que a economia não afundasse agora, e foi bem sucedido em evitar que ela afundasse mais, mas gastou tanto que gerou uma preocupação com como vai ficar a capacidade brasileira para honrar a sua dívida pública a médio e longo prazo. Como é que a gente acaba com essa preocupação? Reduzindo gastos de governo e reduzindo a dívida pública, com uma profunda reforma administrativa. Bom lembrar que na média a cada funcionário público do Brasil pra exercer a mesma função que na iniciativa privada ganha mais que o dobro, isso na média. Em segundo lugar, a gente precisa reduzir a dívida pública e

um bom programa de privatização além de colaborar para esta redução, melhoraria a eficiência da economia brasileira, aumentaria a arrecadação de impostos e teria um impacto extremamente positivo. Então as medidas no campo econômico que evoluíram seriam essas duas, até porque fazendo bem feito criaríamos

espaço para fazer uma boa reforma tributária, que ao invés da proposta atual que aumenta impostos, uma reforma tributária que não apenas simplificasse, mas reduzisse a carga tributária no Brasil. Mas sem as duas primeiras medidas, esta terceira fica impossível.

A man and a woman are shown in profile, looking at a tablet together. The man is on the left, wearing glasses and a white shirt. The woman is on the right, wearing a dark blazer over a white shirt. They are both smiling. The background is dark with some orange and blue dots and lines, suggesting a digital or network theme.**SIEG**

TODOS OS DOCS FISCAIS PARA O SPED EM TEMPO REAL

NF-e, CT-e, NFC-e, CF-e, NFS-e

+2.000 escritórios de contabilidade integrados com a Thomson Reuters

+670 prefeituras atendidas para importação de NFS-e

CONHEÇA MAIS EM WWW.SIEG.COM

O profissional do futuro e a transformação digital

Para onde vai a sua profissão?
Essa pergunta já foi mais fácil de responder.

Diante de tantas novidades junto a área tecnológica e com a transformação digital nas carreiras profissionais, o palestrante TEDx e Co-Fundador da AAA Plataforma de Inovação, Arthur Igreja, responde as principais dúvidas que o setor contábil tem sobre a temática.

1 – Como você define um profissional do futuro?

Arthur Igreja- Pra mim o profissional do futuro tem como característica a observação e a adaptação com muita velocidade. Muitos ainda se surpreendem com tudo o que aconteceu com a chegada da tecnologia, principalmente depois dos anos 2000. E a questão é que esse delta de mudanças só está se acelerando. Agora, de outro lado ele não é um tecnófilo, mas é um profissional que entende como usar a tecnologia como ferramental. As coisas estão mudando, principalmente os hábitos dos consumidores finais e o profissional do futuro tem a tecnologia para ajudar na sua organização e torná-la mais horizontalizada do ponto de vista de ter menos níveis, justamente pra ter proximidade com o cliente. Então pra mim é uma pessoa em constante movimento que vê com bons olhos a mudança e tem um dinamismo otimista como principal característica.

2 – Quais competências você acredita serem imprescindíveis ao profissional do futuro? E como você enxerga essa adaptação?

Arthur Igreja- Basicamente nós temos dois flancos, o primeiro deles é a compreensão de como a tecnologia pode ajudá-lo e como a tecnologia impacta o seu negócio. É muito difícil imaginar um profissional hoje que seja alheio às questões tecnológicas. O que complementa isso é uma visão extremamente humana, então não ver a tecnologia pela tecnologia e sim como ela pode ajudar na vida das pessoas, poupando tempo, potencializando seus negócios e outras softskills de gestão, além da liderança e a observação das pessoas, que também chamamos de observação do mercado.

3 – Em suas palestras você fala sobre inovação. De que forma você enxerga que pode se dar essa inovação quando falamos de Contabilidade?

Arthur Igreja- Sim, eu falo muito sobre inovação e



Arthur Igreja
TEDx e Co-Fundador
da AAA Plataforma
de Inovação

neste mercado contábil tenho um carinho gigantesco. E neste contexto do mercado contábil, eu acho que é um setor com infinitas possibilidades. Eu vejo como inovação no atendimento, no ferramental, na integração profissional e as empresas contábeis têm uma proximidade cada vez maior, uma sinergia com os seus clientes para de fato se tornarem estratégicos. Acho que o momento da pandemia é interessante pra isso, para resgatar o quanto que esse suporte contábil é imprescindível, especialmente em momentos de mudança. Claro que para poder ser visto desta maneira, as empresas contábeis têm que fazer a mudança dentro de casa. Então é um mercado que vai passar por profundas

transformações, já tem algum tempo que nós falamos sobre blockchain, agora estamos vendo toda essa revolução do open banking, enfim, tanta coisa acontecendo e a contabilidade está no meio disso tudo. Nós temos discussões riquíssimas sobre novos formatos de demonstração, novos arranjos, são empresas que não têm aquela característica do passado em que a contabilidade era um pouco mais fácil de ser compreendida. Hoje temos muitos intangíveis, então acho que é um momento pra quem quer encontrar novos mercados, oportunidades. É um tempo riquíssimo para a contabilidade, justamente pra quem tiver esse olhar em inovação.

4 – Para 2021, quais as principais transformações digitais que devem chegar com mais força?

Arthur Igreja- Para 2021 a gente vai colher muito dessa aceleração da pandemia, as empresas contábeis estarão trabalhando de um jeito diferente e com mais produtividade. Elas de fato agora incorporaram essa vivência digital, eu acho que será um mercado mais competitivo, aguerrido, que vai acabar expulsando quem é mais analógico, reticente a fazer mudanças. Acredito que a gente terá aceleração de meio de pagamento, integrações das blockchains verticalizadas, entre parceiros e negócios, isso é uma coisa que está começando acontecer em alguns mercados e vai acelerar sem sombra de dúvida. Veremos uma erosão dessas barreiras que tínhamos claramente na vida bancária, contábil financeira, da gestão onde está o RP e da análise estratégica de um negócio, tudo isso vai se fundir. Por isso é fundamental estar de olho em 2021.

5 – Como tornar as transformações digitais em alavancas de crescimento?

Arthur Igreja- A transformação digital só se torna alavanca a partir do momento em que o cliente vê graça nisso, graça no sentido em que ele vê um ganho na sua frente. Então mais uma vez, não é simplesmente a transformação digital, ela tem duas facetas, a primeira é a faceta interna de ter uma empresa contábil mais enxuta, mais ágil e na mão. E a segunda parte, é justamente conseguir levar esses processos ao cliente. Então nós temos transformação digital nos processos de atendimento e nos

processos internos, nas burocracias que os nossos funcionários acabam convivendo. Então, só conseguimos transformar em alavanca de crescimento a partir da hora que criamos uma experiência fluida para quem trabalha na empresa e a partir do momento que entregamos essa experiência fluida ao nosso cliente. Então aí os dois lados ficam encantados e a gente tem o famoso return experience, conceito criado em 2019, que nós não temos mais retorno sobre o investimento, mas sobre o tipo de experiência que criamos. Experiência aqui não falo do varejo, consumo, é justamente a experiência de quem é nosso cliente e consegue fazer as coisas com agilidade, preço adequado, enfim, quando entregamos as coisas sem travas e sem burocracias.

6 – As transformações digitais acontecem a todo momento, e conforme você explica em seu vídeo, muitas profissões vão desaparecer, enquanto outras novas surgirão. Como você avalia esse movimento dentro da Contabilidade?

Arthur Igreja- Na contabilidade isso está acontecendo com muita força, então aquele contador do passado, que está muito ligado ao registro contábil, ao feijão com arroz, está ficando pelo caminho, e certamente esse profissional e empresa que tem esta característica encontra ainda mais dificuldade, frente às restrições que a pandemia impôs. Impossibilidade de visitar clientes, estar junto no escritório, então é um momento em que a digitalização se tornou imperativa, então o contador mais old school e com hábitos mais tradicionais acaba desaparecendo. Quem está surgindo é o contador que está antenado com o seu cliente. Então esse profissional está ganhando espaço, um profissional com muito dinamismo, sede de aprender e tentar entender para onde o mundo está indo. Quem entende isso antes encontra a água mais limpa, mais oportunidades. Então quem fica para trás é quem fica agarrado a um passado e achando que o mundo por alguma razão era melhor ou pior daquele jeito, então não é que o mundo é melhor ou pior, é diferente. Então quem consegue se adaptar ao que é contemporâneo e ao que está acontecendo neste momento, com certeza encontra as melhores chances.

Estar ao seu lado é o que **nos fortalece.**

Há mais de 20 anos fornecemos soluções contábeis inteligentes e ágeis. Prevemos o novo entregando respostas para o presente. Mudamos, moldamos, transformamos juntos a contabilidade. Porque tornar a sua rotina mais eficiente, colocando você sempre à frente do seu tempo é o que nos inspira.

#CONTADORNOCENTRO



THOMSON REUTERS®