

## FERRAMENTAS DE INOVAÇÃO NA CONTABILIDADE: RELATOS PROFISSIONAIS

### TOOLS INNOVATION IN ACCOUNTING: PROFESSIONAL REPORTS

Cassiano Hoepers<sup>1</sup>  
Jonatas Dutra Sallaberry<sup>2</sup>

#### RESUMO

A pesquisa tem como objetivo avaliar os determinantes, as características, e resultados dos métodos, técnicas e ferramentas de inovação em pequenas e médias empresas contábeis do norte catarinense. A partir da literatura empírica sobre inovação, o desenvolvimento por meio de entrevistas revelou insights valiosos com profissionais do setor. A agilidade e a estratégia organizacional emergiram como fatores cruciais para a inovação, embora a resistência à mudança tenha sido identificada como o principal obstáculo. A consciência e o conhecimento dos usuários variam conforme o setor e a exigência governamental, especialmente quanto às obrigações acessórias. A necessidade de evitar a obsolescência e enfrentar a concorrência impulsiona o uso dessas ferramentas, muitas vezes descobertas pela internet conforme as necessidades específicas. A integração dessas ferramentas nos processos diários é essencial para evitar falta de foco e adaptação às mudanças. Os entrevistados reconhecem que essas ferramentas facilitam a geração de ideias, resolução de problemas e ganho de tempo e organização. As evidências sugerem que a incorporação de novos métodos e ferramentas para a inovação pode melhorar o desempenho das empresas e permitir a expansão em novos mercados.

**Palavras-chave:** Inovação; Métodos; Contabilidade.

#### ABSTRACT

The research aims to assess the determinants, characteristics and results of innovation methods, techniques and tools in small and medium-sized accounting firms in northern Santa Catarina. Based on the empirical literature on innovation, the development of interviews revealed valuable insights with professionals in the sector. Agility and organizational strategy emerged as crucial factors for innovation, although resistance to change was identified as the main obstacle. Users' awareness and knowledge vary according to the sector and government requirements, especially with

---

<sup>1</sup>Mestrando no Curso de Administração Universidade do Contestado. Possui graduação em Administração pela Universidade do Contestado (2001). Atualmente é analista financeiro da Universidade do Contestado. Santa Catarina. Brasil. E-mail: [cassianohoepers@gmail.com](mailto:cassianohoepers@gmail.com).

<sup>2</sup>Doutor em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina com dupla titulação pela Universidad de Murcia (ESP). Professor do Programa de Mestrado Profissional em Administração da Universidade do Contestado. Santa Catarina. Brasil. E-mail: [jonatas.sallaberry@hotmail.com](mailto:jonatas.sallaberry@hotmail.com).  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7492-727X>

regard to accessory obligations. The need to avoid obsolescence and face competition drives the use of these tools, which are often discovered on the internet according to specific needs. Integrating these tools into daily processes is essential to avoid lack of focus and adaptation to change. The interviewees recognize that these tools make it easier to generate ideas, solve problems and save time and organization. The evidence suggests that incorporating new methods and tools for innovation can improve companies' performance and allow them to expand into new markets.

**Keywords:** Innovation; Methods; Accounting.

**Artigo recebido em:** 19/08/2024

**Artigo aprovado em:** 31/10/2024

**Artigo publicado em:** 18/11/2024

**Doi:** <https://doi.org/10.24302/agora.v29.5574>

## 1 INTRODUÇÃO

A inovação, como uma forma intencional de aplicar o conhecimento, emerge como uma poderosa vantagem competitiva para as empresas, muitas vezes relevante para sua sobrevivência. Drucker (1985) destaca que inovar implica em utilizar os recursos de maneira inédita, resultando em uma nova capacidade de gerar riqueza.

Os mercados estão cada vez mais competitivos e os consumidores estão mais exigentes (Blocker *et al.*, 2011), diante disso as empresas precisam inovar em várias áreas para satisfazer as demandas desses clientes (Mattar *et al.*, 2009). Por isso é importante a busca por inovação para garantir uma vantagem competitiva sustentável, destacando o comprometimento da administração, a criação de métodos personalizados para gerenciar a inovação e a utilização eficaz dos recursos organizacionais.

Nesse sentido, as pequenas e médias empresas representam um percentual relevante da economia nacional. De acordo com o Atlas dos pequenos negócios, as pequenas e médias empresas (PMEs) movimentam cerca de R\$ 420 bilhões por ano, o equivalente a cerca de um terço do PIB do país, além de ser responsável pela maior parte dos empregos gerados (Brasil, 2022). São empresas em crescente pressão competitiva, que para manter sua fatia de mercado, aumentar seu portfólio de produtos, melhorar sua eficiência e reduzir custos, encontram na inovação o suporte que pode levá-las a alcançar tais objetivos (Flynn *et al.*, 2003).

Durante anos, vários autores têm destacado a relevância de uma cultura que favoreça o uso crescente de mecanismos e técnicas para implementar e efetivar a inovação (Vaccaro *et al.*, 2010). Hidalgo e Albors (2008) apontam que um dos desafios da nova economia baseada no conhecimento é a necessidade de novas ferramentas para gerenciar a inovação, já que seu uso eficaz é essencial nesse processo (Thia *et al.*, 2005).

Os métodos para gerar e implementar a inovação são importantes para aprimorar os resultados do processo de desenvolvimento de novos produtos (Nijssen; Frambach, 2000) e têm como objetivo reduzir as chances de fracasso do projeto, aumentando suas chances de sucesso (Nijssen; Lieshout, 1995). Nesse processo de construção e implementação da inovação, estes devem ser adaptados ao problema do contexto, e a pessoa encarregada de escolher o método deve entender quais são os mais adequados para o problema, ou seja, deve saber utilizá-los de maneira apropriada e reconhecer suas possíveis limitações relacionadas ao problema em questão (Brady *et al.*, 1997).

Os mecanismos para inovar nas organizações são amplos e adaptáveis, enquanto a literatura na área de gestão é esparsa. Essa abordagem de métodos, técnicas e ferramentas, denominado por Buchele *et al.* (2015) como MTF-I, pode ser exemplificado por brainstorming, análise morfológica, grupo focal, teste de conceito, cenários e retorno sobre o investimento, análise de curva-S, estudos de benchmarking, portfólios, estudos delphi, painéis de especialistas, roadmaps tecnológicos, roadmaps de produtos tecnológicos, rodas de produtos, curvas de experiência, simulações, modelos de opções de precificação, análise lead user, e desdobramento de função de qualidade (Buchele *et al.*, 2015; D'alvano; Hidalgo, 2012; Nijssen; Lieshout, 1995), entre outros. Ainda que caracterizados de forma independente, vários estudos têm constatado que a integração eficaz de MTF-Is é crucial para impulsionar o desempenho do processo de inovação, como apontado por Nijssen e Frambach (2000), Chai e Xin (2006), e Graner e Mißler-Behr (2012).

Com os avanços nos diversos sistemas de informações, inúmeras formas de inovação foram surgindo, como crowdsourcing, design thinking, design sprint, lean startup, mapa da empatia, teste de conceito, entre outras, demandando que as empresas se atualizem visando a sustentabilidade e a manutenção da competitividade e além disso, estudos apontam para a existência de uma relação entre MTF-I e o

desempenho das empresas (Floriani; Beuren; Hein, 2013; Miranda *et al.*, 2015). Entretanto pouco é conhecido do impacto das ferramentas de inovações na sustentabilidade organizacional, sob o aspecto do retorno no curto prazo ou longo prazo. Além disso, os Microempreendedores Individuais (MEIs) têm elevada taxa de mortalidade dos negócios, com 52,9% encerrando suas atividades após 5 anos, enquanto as Microempresas (MEs) têm uma taxa intermediária de 21,6%, e as Empresas de Pequeno Porte (EPPs) de 17% (Sebrae, 2023).

Entre diversos segmentos empresariais, o setor contábil pode ser compreendido como um uma área de atuação dentro de uma empresa ou um segmento empresarial próprio que se concentra no patrimônio das empresas, buscando controlar a esfera financeira diante das mudanças que ocorrem (Ribeiro, 2018). Por meio da contabilidade e sua utilidade, informações financeiras são coletadas para auxiliar na tomada de decisões relacionadas ao empreendimento. As transações monetárias realizadas pela empresa são registradas pela contabilidade, e esses registros são posteriormente transformados em relatórios, os quais fornecem insights sobre a viabilidade das decisões a serem tomadas e a saúde financeira da empresa (Marion, 2022). Assim, constituiu-se a questão de pesquisa: Quais são os principais determinantes, características, determinantes e resultados da aplicação de métodos, técnicas e ferramentas de inovação nas pequenas e médias empresas contábeis do norte-catarinense? Assim, a pesquisa tem como objetivo avaliar os determinantes, as características, e resultados dos métodos, técnicas e ferramentas de inovação em pequenas e médias empresas contábeis do norte catarinense.

Nesse contexto, torna-se relevante o estudo e a identificação dos determinantes, das características e dos resultados decorrente de inovações nas pequenas e médias empresas. Especificamente, por conveniência e por representar uma região cultural específica de comunidades interioranas, a pesquisa foi delimitada na análise da aplicação das ferramentas de inovação, uteis para pequenas e médias empresas contábeis delimitadas sob o aspecto geográfico no município de Mafra-SC e sua região de influência (Microrregião Ampla Norte).

A pesquisa contribui com o desenvolvimento do segmento empresarial, a contabilidade, e regional, em Mafra e sua região de influência. Essa potencial contribuição decorre dos avanços tecnológicos que têm transformado rapidamente o

campo da contabilidade. Métodos, técnicas e ferramentas de inovação estão cada vez mais presentes (Cardoso, 2023).

A identificação das MTF-I pode proporcionar vantagens competitivas significativas para os negócios contábeis e locais, permitindo a oferta de serviços mais eficientes, precisos e personalizados, pois o aspecto diferenciado continuará sendo a habilidade humana (Thomson, 2021). Além disso a promoção da atividade contábil de forma gerencial seria essencial para o desenvolvimento regional, por implementar e facilitar processos o que tende a ser potencializado com o desvelo dos conhecimentos sobre determinantes, características e resultados da inovação.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

O processo de inovação engloba múltiplas fases, durante as quais conceitos são convertidos em produtos, serviços ou procedimentos aprimorados, visando progredir, competir e destacar-se eficazmente em seu setor de atuação (Baregaheh et al., 2009). Essa inovação pode ser representada pela implementação de um produto (bem ou serviço) novo ou significativamente melhorado, ou um processo, ou um novo método de marketing, ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas (OECD, 2005). No contexto local, desde 2008, o Sebrae tem implementado o Projeto Agentes Locais de Inovação (ALI) com o intuito de trazer o conceito de inovação para os pequenos negócios em todo o país. Na edição 2021-2022, o ALI visou "promover a inovação para reduzir os custos e/ou aumentar o faturamento das microempresas e empresas de pequeno porte, utilizando e experimentando ferramentas ágeis e compartilhando experiências entre os empresários" (Sebrae, 2023).

### **2.1 CONTABILIDADE E INOVAÇÃO**

Os empreendimentos inovadores são identificados pela criação e aplicação de novos conhecimentos, frequentemente apoiados primeiramente por recursos internos, com possibilidade de envolvimento posterior de recursos externos (García-Quevedo; Segarra-Blasco; Teruel, 2018). As empresas inovadoras adotam uma abordagem sistemática para inovar e são capazes de converter habilidades em resultados

inovadores (Crossan; Apaydin, 2009). Essa inovação passa a depender de um sistema organizado, seja de natureza gerencial ou técnica, empregado para organizar ou influenciar a gestão e a realização eficaz do processo de inovação e suas atividades relacionadas (De Waal; Knott, 2016).

A contabilidade como sistema de informações ou como campo empresarial se torna cenário fértil para a inovação. A inovação desafia a contabilidade a evoluir e se adaptar, com profissionais atualizados às mudanças tecnológicas, que possam contribuir efetivamente para a inovação nas empresas (IFAC, 2019).

A evolução dos sistemas de contabilidade informatizados, como o uso de software de gestão empresarial (ERP), automatizou muitos processos contábeis, reduzindo a intervenção humana em tarefas repetitivas e aumentando a precisão das informações financeiras (Souza *et al.*, 2019). Nos últimos anos, tecnologias emergentes como a inteligência artificial (IA) e o aprendizado de máquina estão sendo incorporadas para melhorar a análise de dados, prever tendências financeiras e detectar fraudes, aumentando a eficiência, e produzindo insights mais estratégicos e de maior valor agregado às organizações (Heberle; König, 2023).

A digitalização dos dados e serviços contábeis também facilita a conformidade regulatória e a auditoria, com acesso, processamento e análise grandes volumes de dados em tempo real, permitindo realizar tarefas de maneira mais eficaz e rápidas (Telles; Telles, 2022). Mais recente, o uso de blockchain na contabilidade possui potencial de revolucionar a maneira como as transações são registradas, garantindo transparência, segurança e imutabilidade dos registros contábeis (Peters; Panayi, 2016). Mas enquanto a contabilidade se beneficia das novas tecnologias para melhorar a eficiência e a precisão, ela também desempenha um papel fundamental no suporte à inovação dentro das organizações (Burns; Scapens, 2000).

Conforme destacado por Rutzatz (2021), a relevância da contabilidade em uma empresa se evidencia por sua habilidade em receber e processar dados, e oferecer informações úteis para a tomada de decisões gerenciais nos sistemas patrimonial, societário e financeiro. Para Serafim (2021), os escritórios de contabilidade assumem uma posição estratégica dentro das organizações contemporâneas. Nas últimas décadas a sua atuação expandiu significativamente, passando de um foco primário nas operações e nas áreas financeira e contábil para se tornar um setor integral de suporte à gestão organizacional em todos os níveis decisórios. Isso implica em sua

capacidade de lidar com uma variedade de problemas e demandas dos gestores em diversas naturezas e contextos, forçando uma reavaliação das funções e práticas tradicionais (Gonçalves; Machado; Dalfovo, 2017).

Sales *et al.* (2018) ressaltam que procedimentos contábeis podem ser integrados à configuração organizacional de uma empresa, seja como uma entidade, divisão ou área específica, de modo que suas operações se desdobrem como uma extensão das práticas contábeis e de gestão. Isso se evidencia principalmente por meio de mecanismos de controle interno, além da disponibilização de dados para embasar o processo de tomada de decisão empresarial.

## 2.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E FERRAMENTAS PARA A INOVAÇÃO

No que tange à extensão e uso de MTF-I, na pesquisa de Buchele (2018), os empresários mencionaram que utilizam MTF-Is em todas as fases de seus projetos, desde o início até a execução, com foco variável em diferentes MTF-Is em cada etapa. Essas práticas são apoiadas por uma variedade de métodos, como pesquisa de dados, entrevistas, análises de viabilidade e benchmarking. Equipes multidisciplinares mostraram ser suficientes na geração e processamento de ideias inovadoras. Todas as organizações envolvidas no estudo são reconhecidas como inovadoras o que contribui para uma alta adoção de MTF-Is (Buchele, 2018).

Buchele *et al.* (2015) atribuiu como MTF-I os métodos, técnicas e ferramentas de inovação, que decorrem de necessidade de padronização a partir da divergência de termos na literatura de inovação (Phaal *et al.*, 2012; Shehabuddeen *et al.*, 1999), como citados como ferramentas (Coulon *et al.*, 2009; Hidalgo; Albors, 2008; Sallaberry *et al.*, 2019), ferramentas e técnicas (Igartua *et al.*, 2010), e métodos (Lichtenthaler, 2005), e modelos e métodos (Nijssen; Lieshout, 1995). Esses métodos, técnicas e ferramentas de inovação são considerados os meios fundamentais para aumentar a competitividade suportando o processo de inovação nas empresas (Shehabuddeen *et al.*, 2012). Eles podem ajudar as organizações a gerir a inovação, e enfrentar os desafios de forma sistemática (Igartua *et al.*, 2010).

Para sustentar a presente pesquisa, apoia-se suficientemente nos resultados de Buchele (2018). Nessa pesquisa os entrevistados enfatizaram a importância das habilidades de comunicação e técnicas, sendo que muitos reconheceram que a

inflexibilidade das pessoas às vezes restringe a aplicação das MTF-Is apenas seguindo manuais ou imitando outras organizações. Os resultados indicam que os profissionais devem conhecer tanto o processo de inovação quanto os MTF-Is, pois uma variedade de MTF-Is é utilizada, exigindo um bom conhecimento técnico para contribuir efetivamente para a inovação nessas organizações (Buchele, 2018). Essa adoção de MTF-Is é um processo iterativo, que se sustenta com os recursos humanos, qualificado por meio de capacitações para melhorar as taxas de sucesso dos projetos de inovação.

A atitude e o conhecimento dos gestores são aspectos que influenciarão na decisão do gestor ou da organização em adotar ou não um MTF-I, mas também fatores organizacionais, cultura e estratégias voltadas à inovação; apoio da alta gestão, novidade do projeto e competência técnica da equipe; fatores externos, como o setor e a dinâmica tecnológica; usabilidade, benefícios tangíveis, custo e flexibilidade; e experiência prévia em MTF-Is (Buchele, 2018). Habilidades técnicas também são importantes para entender e aplicar com sucesso os MTF-Is, aumentando as chances de sucesso do projeto, mas são fundamentais habilidades interpessoais para reduzir a resistência à mudança pois em muitos casos a inovação envolve muitas pessoas.

Estas características podem ser incentivadas pelo ambiente e correspondentes culturas organizacionais no que tange à promoção da inovação teoricamente mais propensas ao compartilhamento de conhecimento. Isto é considerado no sentido de uma estrutura organizacional menos centralizada e o apoio da alta gerência que também contribuem significativamente para o compartilhamento de conhecimento e inovação (Buchele, 2018).

As análises mostraram que os profissionais aprenderam a aplicar certos MTFIs tanto na academia quanto em experiências anteriores. Os MTF-Is mais simples são usados para resolver problemas do cotidiano dos projetos e geralmente são selecionados sem critérios específicos, inclusive para a gestão dos meios laborais (Santos; Sallaberry, Mendes, 2022). A maioria dos MTF-Is foi criada para ser usada em fases específicas da inovação, como no início do processo, embora possam ser aplicados em todas as fases do processo de inovação (Buchele, 2018).

A aplicação bem-sucedida de MTF-Is em projetos de inovação depende de vários fatores, ou de sua combinação. Para alcançar esse sucesso, é necessário ter



um bom conhecimento técnico sobre MTF-Is para aplicá-los corretamente, mantendo uma certa flexibilidade, a partir de uma visão holística ao longo de todo o processo de inovação, juntamente com o envolvimento de pessoas qualificadas (Buchele, 2018).

Ao analisar o processo de inovação, as análises indicaram que os profissionais aprenderam a aplicar certos MTF-Is tanto na academia quanto em experiências anteriores. Os MTF-Is mais simples são usados para resolver problemas cotidianos nos projetos e geralmente são selecionados sem critérios específicos (Buchele, 2018).

A inovação não precisa ser apenas um produto novo, mas por vezes ações de marketing e de atendimento, pois entende-se que melhorar a percepção dos clientes em relação a um produto gera valor à organização (Buchele, 2018). Esta inovação pode ser acompanhada por indicadores, como o controle preciso dos custos impactando diretamente na performance financeira do projeto, o volume de vendas, o e o tempo para lançar a inovação no mercado (Buchele, 2018).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

A investigação empírica é aquela que implica na observação ou testes com base em dados relacionados ao mundo real. Ela tem possui três processos principais: a coleta de dados, a síntese sistemática desses dados e a realização de inferências descritivas ou causais. Esse processo de pesquisa é regido por padrões e regras estáveis, mas também é dinâmico, visando superar possíveis paradigmas que possam prejudicar a análise aprofundada do fenômeno estudado (Epstein; 2013). Essas áreas não exploradas demandam cautela e seriedade por parte do pesquisador, para que, durante sua investigação empírica, ele conduza a coleta e análise de dados seguindo um procedimento metodológico rigoroso (Carvalho, 2020).

De acordo com Gil (2007), a pesquisa é caracterizada como um método lógico e organizado, visando oferecer soluções para as questões que são apresentadas. A pesquisa é exploratória e descritiva quanto aos objetivos, focando na compreensão profunda das percepções e práticas em escritórios de contabilidade (Gil, 2007). A abordagem adotada é a qualitativa, que conforme Minayo (2010) permite o desenvolvimento ou aperfeiçoamento de novas perspectivas, ideias e classificações relacionadas ao tema analisado em uma comunidade, respeitando sua variedade.

Para a análise do objeto da pesquisa, adota-se a estratégia de coleta por entrevistas bem como a análise pela técnica de análise de conteúdo conforme proposta por Bardin (2017). A análise do conteúdo sobre as respostas coletadas segue um método metódico, conforme as etapas estabelecidas por Bardin (2017), que incluem as etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

### 3.1 AMOSTRA E COLETA DE DADOS

A amostra foi definida em micro e pequenos empreendedores contábeis, que delimita uma amostra relevante para entender a aplicação de MTFis nas suas atividades, e que impacta todos os demais negócios (Marion, 2022; Ribeiro, 2018). Assim, para delimitação durante a operacionalização da pesquisa, foi definido que seriam micro e pequenas empresas contábeis

Inicialmente, serão utilizadas listagens de contatos provenientes nos escritórios de contabilidade de Mafra-SC a partir dos cadastros no Conselho Regional de Contabilidade, suas Delegacias Regionais, e Associações de classe de empresários e empregadores. O agendamento das entrevistas será decorrente do contato inicial via e-mail ou telefone para explicar os objetivos da pesquisa e convidar os profissionais a participar. Estas apresentações ocorrerão em horários convenientes para os participantes e após a realização das entrevistas ocorrerão de forma presencial ou virtual (via plataformas como Zoom ou Microsoft Teams), conforme a disponibilidade dos participantes. As entrevistas serão gravadas mediante consentimento prévio dos participantes, para garantir a precisão na transcrição dos dados.

Esta coleta ocorrerá será aplicada por meio de uma entrevista semiestruturada aos gestores de escritórios de contabilidade no intuito de identificar quais são as MTFs adotadas nas respectivas organizações. Esta entrevista semiestruturada também servirá de ferramenta de coleta das percepções sobre as crenças de uso de métodos, técnicas e ferramentas de inovação.

A pesquisa foi aprovada no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) com seres humanos, pela qual serão seguidos procedimentos para garantia de anonimato aos participantes, com codificação dos nomes e outros identificadores pessoais nas

transcrições e relatórios finais. Todos os participantes assinaram um termo de consentimento informado, garantindo sua participação voluntária e o direito de se retirarem da pesquisa a qualquer momento.

### 3.2 INSTRUMENTO DE COLETA

As entrevistas semiestruturadas seguiram um roteiro, do instrumento de coleta, que permitiu explorar as percepções dos participantes enquanto mantém a flexibilidade para aprofundar os temas emergentes tendo como roteiro da entrevista a elaboração com base no referencial teórico e nos objetivos da pesquisa. Assim, o instrumento aborda as principais categorias relacionadas a Métodos, Técnicas e Ferramentas para Inovação, além de delinear tais questões de pesquisa específicas e suas categorias, a interpretação dos resultados obtidos sinalizou descritores da situação desejada, apresentados no Quadro 1. Esses descritores foram apresentados para discussão e avaliação de especialistas, e posteriormente indagados aos respondentes, na condição de estruturação das entrevistas.

Quadro 1 – Perguntas norteadoras e categorias para as entrevistas

<b>Categoria</b>	<b>Questão Norteadora da Entrevista</b>	<b>Direcionador</b>
Extensão do Uso de métodos técnicas e ferramentas para a inovação	1. Até que ponto os profissionais utilizam métodos, técnicas e ferramentas para atingir a inovação na empresa?	- Custos - Agilidade - Facilidade
	2. Qual o nível de competência entre os profissionais que utilizam métodos técnicos e ferramentas específicos para a inovação?	- Experiência, - Treinamentos - Habilidades individuais
Determinantes	3. Quais os fatores que determinam a adoção de métodos técnicas e ferramentas para a inovação?	- Cultura organizacional - Recursos financeiros e tecnológicos - Fatores internos e externos) - Decisões estratégicas da empresa.
Obstáculos	4. Quais as maiores dificuldades no uso de métodos técnicas e ferramentas para a inovação?	- Resistência à mudança, - Falta de investimento, - Dificuldades em integrar novos processos de inovação. - Resistência dos gestores
Consciência e Conhecimento	5. Em que medida as organizações ou usuários conhecem (pelo nome e pelo conteúdo) a existência de métodos técnicos e ferramentas?	- Varia entre os usuários e as práticas dos setores da organização. - Divulgação e adoção no meio profissional. - Influências externas
Razões para Uso	6. Por que os profissionais utilizam métodos técnicas e ferramentas para a inovação?	- Para se manterem competitivos, - Para geração e implementação de ideias - Para aumentar a eficiência,

<b>Categoria</b>	<b>Questão Norteadora da Entrevista</b>	<b>Direcionador</b>
	7. Qual a forma de selecionar qual o método técnicas e ferramentas para a inovação?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necessidades específicas da organização</li> <li>- Pesquisa detalhada e testes piloto,</li> <li>- Realização de um processo estruturado para a seleção.</li> </ul>
Aplicação de métodos técnicas e ferramentas para a inovação	8. Em quais estágios do processo de inovação os profissionais utilizam métodos técnicas e ferramentas para a inovação?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desde as ideias até a implementação e monitoramento dos resultados,</li> <li>- Desde a pesquisa inicial até a execução e análise de resultados</li> <li>- Desde a identificação de oportunidades até a avaliação dos resultados</li> </ul>
	9. Como os profissionais aplicam métodos técnicas e ferramentas para a inovação na prática?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por meio de sessões de brainstorming, frameworks.</li> <li>- Integram em seus processos diários,</li> <li>- Abordagens adaptativas as condições do ambiente.</li> </ul>
	10. Ao aplicar métodos técnicas e ferramentas para a inovação, com que grau de rigor os profissionais seguem diretrizes e padrões industriais?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Varia conforme necessidades.</li> <li>- Rigor variável,</li> <li>- Varia de acordo com a cultura organizacional.</li> </ul>
	11. Até que ponto os profissionais modificam os métodos técnicas e ferramentas para a inovação para melhor atender aos requisitos de um projeto específico?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atende a requisitos específicos,</li> <li>- Atende às necessidades específicas,</li> <li>- Reconhecem a importância e as necessidades individuais,</li> </ul>
Desempenho do Processo de Inovação	12. O uso de métodos técnicas e ferramentas para a inovação está relacionado ao desempenho do produto ou do processo de inovação como um todo? Como?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estrutura e eficiência na inovação</li> <li>- Identificação e resolução de problemas</li> <li>- Criatividade e eficiência</li> </ul>
Problemas e deficiências	13. Quais são os principais problemas que os profissionais enfrentam ao trabalhar com métodos técnicas e ferramentas para a inovação?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Resistência à mudança</li> <li>- Falta de recursos</li> <li>- Dificuldade em integrar novas práticas de inovação</li> <li>- Barreiras Organizacionais</li> <li>- Falta de clareza sobre objetivos e prioridades do projeto</li> <li>- Falta de habilidades em liderança</li> </ul>
	14. Quais são as principais deficiências / limitações de métodos técnicas e ferramentas para a inovação específicos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rigidez</li> <li>- Falta de flexibilidade</li> <li>- Falta de adaptação às mudanças rápidas do mercado.</li> <li>- Abordagem não interativa.</li> <li>- Falta de foco nas necessidades dos usuários finais</li> <li>- Equilíbrio entre inovação e conformidade.</li> </ul>
Utilidade e Satisfação da Adoção de métodos técnicas e	15. Quão satisfeitos os profissionais estão com métodos técnicas e ferramentas de inovação específicas? (mensurada como eficácia ou utilidade percebida)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilidade a geração de ideias e a solução dos problemas.</li> <li>- Facilidade na colaboração.</li> <li>- Resolução dos desafios complexos e identificar oportunidades.</li> </ul>

<b>Categoria</b>	<b>Questão Norteadora da Entrevista</b>	<b>Direcionador</b>
ferramentas para a inovação	16. Os profissionais percebem os métodos técnicos e ferramentas para a inovação como fáceis de usar e fáceis de aprender?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pode variar, dependendo da experiência prévia e dos recursos de suporte disponíveis.</li> <li>- Podem ter diferentes percepções com base em sua experiência pessoal.</li> <li>- Sofre influência por como familiaridade com práticas similares e suporte organizacional.</li> </ul>

Fonte: Buchelle (2018).

Informações suficientes deverão ser fornecidas para que se possa avaliar a adequação da abordagem experimental e repetir o experimento, como por exemplo, procedimentos e instrumentos de coleta de dados, amostra, variáveis e procedimentos de análise dos dados.

#### **4 ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS**

Após a coleta de dados, para análise dos dados, foi aplicada a análise de conteúdo que é uma metodologia de pesquisa empregada para interpretar principalmente ao conteúdo de textos, amplamente aplicado em áreas como ciências sociais (Sallaberry; Santos; Flach, 2023). A principal autora do método Laurence Bardin (2017) descreve a análise de conteúdo como um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que busca obter indicadores que possibilitem a inferência de conhecimentos sobre as condições de produção e recepção dessas mensagens.

A pesquisa de cunho qualitativo é um processo, conforme destacado por Bogdan e Biklen (1994), no qual o pesquisador compreende a realidade por meio das relações interpessoais, além de atribuir significados por meio dessas interações e da troca de vivências. Como triangulação, terá a comparação dos resultados da análise de conteúdo com outros dados secundários, como literatura relevante e documentos das instituições da classe contábil e associação comercial.

Apresentação e análise dos relatos das entrevistas realizadas com suas variáveis sendo os dados descritivos das empresas de contabilidade da cidade de Mafra – SC em suas características e suas visões sobre inovação, métodos, técnicas e ferramentas, adoção e sua importância tendo como base 16 perguntas norteadoras categorizadas em extensão do uso de métodos técnicos e ferramentas para a inovação, determinantes, obstáculos, consciência e conhecimento, razões para o uso,

aplicação de métodos técnicas e ferramentas para a inovação, desempenho do processo de inovação, problemas e deficiências e utilidades e satisfação da adoção de métodos técnicas e ferramentas para a inovação sendo entrevistadas duas empresas Empresa 1 e Empresa 2 sendo denominadas.

Quanto ao gênero ambas E1 e E2 seus gestores são do sexo masculino, e sobre o tempo de formação em Ciências Contábeis 17 anos para E1 e E2 com 32 anos, em que ambas informaram que realizam capacitação continuada do CRC 120 horas/ano e perguntado quais métodos técnicas e ferramentas que se utilizar E1 informou que internet e intranet e pesquisa de mercado quanto E2 internet e intranet.

Em relação a categoria de extensão do uso de métodos técnicas e ferramentas para a inovação quanto até que ponto os profissionais utilizam métodos técnicas e ferramentas para atingir a inovação na empresa tanto E1 e E2 informaram que o custo é o que determina o uso dos métodos e ferramentas e em segundo a sua facilidade e diminuição do tempo.

Quanto ao nível e competência entre os profissionais que utilizam métodos técnicas e ferramentas específicos para a inovação E1 pontua que é necessário treinamento do pessoal ao uso das ferramentas e E2 informa que é pela habilidade pessoal. Em relação a categoria dos determinantes quais fatores que determinam a adoção de métodos técnicas e ferramentas para a inovação E1 enfatiza que o que determina o uso é a cultura organizacional tornando ágil o trabalho, mas de difícil implementação e E2 enfatiza o que determina é a agilidade pela estratégia da empresa.

Na categoria obstáculos de quais as maiores dificuldades no uso de métodos técnicas e ferramentas para a inovação ambas E1 e E2 destacam sendo a resistência a mudança a maior dificuldade do uso. Sobre a categoria consciência e conhecimento em que medida as organizações ou usuários conhecem (pelo nome e pelo conteúdo) a existência de métodos técnicas e ferramentas E1 destacou que varia entre os usuários e as práticas dos setores da organização e a exigência e a obrigatoriedade do governo para o uso de novas ferramentas e E2 pela obrigação do governo em utilizar novas ferramentas.

Na categoria de razões ao uso porque os profissionais utilizam métodos técnicas e ferramentas para a inovação ambas E1 e E2 evidenciam que utilizam métodos técnicas e ferramentas para a inovação para não ficarem obsoletos e pelo

mercado competitivo e quanto a forma de selecionar qual o método técnicas e ferramentas para a inovação E1 informou que utilizam a internet para descobrir novas ferramentas e pela necessidade que sua empresa apresenta quanto E2 enfatiza que é pela necessidade de ter a ferramenta para a utilização em sua empresa.

Em relação a categoria aplicação de métodos técnicas e ferramentas para a inovação em quais estágios do processo de inovação os profissionais utilizam métodos técnicas e ferramentas para a inovação tanto E1 e E2 informam que desde a identificação da necessidade (início) até a finalização do processo referente a aplicação de métodos técnicas e ferramentas para a inovação E1 integram em seus processos diários e E2 conforme o ambiente e a pessoa. Sobre o grau de rigor dos profissionais para seguir diretrizes e padrões industriais quanto ao uso E1 é conforme as necessidades que se apresentam e E2 segue pela diretriz e pelo fato das demandas a curto prazo. E até que ponto os profissionais modificam os métodos técnicas e ferramentas para a inovação para atender os requisitos de um projeto específico E1 reconhece a importância das necessidades individuais, mas tem muita resistência quanto ao uso e de ser digital e E2 segue como padrão conforme implementação.

Em relação a categoria de desempenho do processo de inovação está relacionado ao desempenho do produto ou do processo de inovação como um todo ambas E1 e E2 enfatizam a identificação e a resolução dos problemas está relacionado ao uso das ferramentas e técnicas para a inovação. Referente a categoria problemas e deficiências quais os principais problemas que os profissionais enfrentam ao trabalhar com métodos técnicas e ferramentas para a inovação ambas E1 e E2 relacionam a resistência do pessoal como a falta de informação do uso e sobre as principais deficiências/limitações E1 relaciona a falta de foco e E2 a falta de adaptação a mudanças.

Quanto a categoria utilidade e satisfação da adoção de métodos técnicas e ferramentas para a inovação na direção de indicar o quão satisfeitos os profissionais estão com métodos técnicas e ferramentas de inovação específicas. O entrevistado E1 enfatiza que existem vários sistemas, com isso facilita a geração de ideias e resoluções de problemas, com ganho no tempo e organização, corroborado pelo entrevistado E2 que indica um resultado em que se consegue analisar e mensurar a eficiência. Esses profissionais percebem os métodos, técnicas e ferramentas para a

inovação como fáceis de usar e fáceis de aprender, destacando o entrevistado E1 que, com base nas experiências pessoais, gera facilidade de aprendizagem, mas, contudo, implica em resistência das pessoas envolvidas a utilizar. O entrevistado E2 relata não ter muita facilidade pela resistência da equipe, mas que uma vez implantado os envolvidos se adequam a utilização.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa no intuito de avaliar os determinantes, as características, e resultados dos métodos, técnicas e ferramentas de inovação em pequenas e médias empresas contábeis de Mafra-SC, apontou evidências decorrente de entrevistas com pequeno grupo de profissionais contábeis, que podem contribuir para o uso de métodos, técnicas e ferramentas para a inovação. Destacaram-se a importância da agilidade e estratégia organizacional, a resistência à mudança como principal obstáculo, e a satisfação com as ferramentas uma vez superada a resistência inicial. As conclusões oferecem insights sobre os desafios e benefícios da inovação no ambiente empresarial contábil.

Entre os determinantes, destacaram-se a cultura organizacional e agilidade no trabalho quando alinhada a estratégia da empresa, mas de difícil implementação. Entretanto, os entrevistados destacaram como obstáculos a resistência à mudança é destacada como a maior dificuldade. A consciência e o conhecimento dos usuários varia de acordo com o usuário e setor da organização a qual estiver vinculado, impulsionada pela exigência governamental em utilizar novas ferramentas, principalmente quanto às obrigações acessórias

Ainda assim, as razões para seu uso decorrem na necessidade de evitar obsolescência das suas atividades e enfrentar o mercado competitivo do setor. Os relatos discorrem que o usuário muitas vezes descobre novas ferramentas pela internet conforme a necessidade específica do indivíduo ou da empresa. Os entrevistados ainda reforçam a necessidade de integração dessas ferramentas nos processos diários conforme o ambiente e a pessoa, sem a qual permite a falta de foco e da adaptação às mudanças. Ainda assim, há reconhecimento de que as ferramentas facilitam a geração de ideias, resolução de problemas, com ganhos de tempo e organização.



Essas evidências podem contribuir para a incorporação de novos métodos, técnicas e ferramentas para a inovação, bem como a sua melhoria continuada. Isso pode contribuir para a expansão em novos mercados e segmentos que necessitam de soluções tecnológicas inovadoras. Adicionado a isso, traz o reconhecimento que investir em pesquisa e desenvolvimento para criar novos produtos que atendam às demandas emergentes do mercado podem contribuir com desempenho das empresas.

A pesquisa apresenta como limitação a subjetividade das respostas dos entrevistados, típico da pesquisa de natureza qualitativa, em como o reduzido quantitativo da amostra. Diante dessas limitações, sugere-se a ampliação das pesquisas com maiores amostras e em outros contextos profissionais, bem como métodos inferenciais.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2017.

BAREGHEH, A.; ROWLEY, J.; SAMBROOK, S. Towards a multidisciplinary definition of innovation. **Management Decision**, v. 47, n. 8, p. 1323-1339, 2009.

BLOCKER, C. P.; FLINT, D. J.; MYERS, M. B.; SLATER, S. F. Proactive customer orientation and its role for creating customer value in global markets. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 39, n. 2, p. 216-233, 2011.

BOGDAN, R.; BIKLEN, S. *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora, 1994.

BRADY, T.; RUSH, H.; HOBDAV, M.; DAVIES, A.; PROBERT, D.; BANERJEE, S. **Tools for technology management: An academic perspective**. *Technovation*, v. 17, n. 8, p. 417-426, 1997.

BRASIL. **Agência Brasil**. Pequenos negócios geram renda de R\$ 420 bi por ano, aponta levantamento do SEBRAE. CNN Brasil, 2022. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/pequenos-negocios-geram-renda-de-r-420-bi-por-ano-aponta-levantamento-do-sebrae/>>. Acesso em: 30 jul. 2023.

BUCHELE, G. T. **Adoção de métodos, técnicas e ferramentas para inovação: estudo de casos múltiplos em projetos realizados por organizações inovadoras**. 2018. 303 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Florianópolis, 2018.

BUCHELE, G. T.; TEZA, P.; DANDOLINI, G. A.; SOUZA, J. A. D. Análise dos artigos qualitativos empíricos sobre métodos, técnicas e ferramentas para inovação. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 16, p. 136-170, 2015.

BURNS, J.; SCAPENS, R. W. Conceptualizing management accounting change: an institutional framework. **Management Accounting Research**, v. 11, p. 3-25, 2000.

CARDOSO, Maxsuel Junior; AMORIM, Dênia Aparecida de. A Importância do Marketing Digital nos Escritórios de Contabilidade. **GETEC**, v. 12, n. 39, p. 145-162, 2023.

CARVALHO, V. F. A. Pontos Cegos na Pesquisa Empírica em Direito. In: PESSOA, F. M. G.; ARAÚJO, L. L. R. S.; ALMEIDA, R. S. S. (Org.). **Sobre Ensinar e Pesquisar Direito: reflexos para além das salas**. 1. ed. Aracaju: Criação Editora, 2020.

CHAI, K. H.; XIN, Y. The application of new product development tools in industry: the case of Singapore. **IEEE Transactions on Engineering Management**, v. 53, n. 4, 2006.

COULON, M.; ERNST, H.; LICHTENTHALER, U.; VOLLMOELLER, J. An overview of tools for managing the corporate innovation portfolio. **International Journal of Technology Intelligence and Planning**, v. 5, n. 2, p. 221-239, 2009.

CROSSAN, M. M.; LANE, H. W.; WHITE, R. E. An organizational learning framework: from intuition to institution. **Academy of Management Review**, v. 24, n. 3, p. 522-537, 1999.

D'ALVANO, L.; HIDALGO, A. Innovation management techniques and development degree of innovation process in service organizations. **R&D Management**, v. 42, n. 1, 2012.

DE WAAL, G. A.; KNOTT, P. Patterns and Drivers of NPD Tool Adoption in Small High-Technology Firms, **IEEE Transactions on Engineering Management**, v. 63, n. 4, 2016.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1985.

EPSTEIN, L.; KING, G. **Pesquisa empírica em direito: as regras de inferência**. São Paulo: Direito GV, 2013.

FLORIANI, R.; BEUREN, I. M.; HEIN, N. Reflexos das inovações nos índices de rentabilidade de empresas. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 7, n. 2, p. 96-115, 2013.

FLYNN, M.; DOOLEY, L.; O'SULLIVAN, D.; CORMICAN, K. Idea management for organisational innovation. **International Journal of Innovation Management**, v. 7, n. 4, p. 417-442, 2003.

GARCÍA-QUEVEDO, J.; SEGARRA-BLASCO, A.; TERUEL, M. Financial constraints and the failure of innovation projects. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 127, p. 127-140, 2018.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, A.; MACHADO, M. M.; DALFOVO, M. S. Um Estudo do Ambiente de Inovação em uma IES sob Reforço da Aprendizagem Organizacional. **Revista Gestão & Planejamento**, v. 18, n. 1, p. 425-443, 2017.

GRANER, M.; MIßLER-BEHR, M. The use of methods in new product development – a review of empirical literature. **International Journal of Product Development**, v. 16, n. 2, 2012.

HEBERLE, E.L.; KÖNIG, J. G. Inteligência Artificial e a Robotização de Tarefas Para o Aumento de Eficiência em Escritório de Contabilidade. **RAGC**, v. 11, n. 45, 2023.

HIDALGO, A.; ALBORS, J. Innovation management techniques and tools: a review from theory and practice. **R&D Management**, v. 38, n. 2, p. 113-127, 2008.

IFAC. **Educação e desenvolvimento profissional contínuo na contabilidade**. International Federation of Accountants, 2019.

IGARTUA, J. I.; GARRIGÓS, J. A.; HERVAS-OLIVER, J. L. How innovation management techniques support an open innovation strategy. **Research Technology Management**, v. 53, n. 3, p. 41-52, 2010.

MARION, J. C. **Contabilidade Básica**. São Paulo: Grupo GEN, 2022.

MATTAR, F. N.; OLIVEIRA, B. A. C.; QUEIROZ, M. J.; MOTTA, S. L. S. **Gestão de produtos, serviços, marcas e mercados**: estratégias e ações para alcançar e manter-se Top of Market. São Paulo: Atlas, 2009.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**: Pesquisa Qualitativa em Saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec-Abrasco, 2010.

MIRANDA, K. F.; VASCONCELOS, A. C. D.; LUCA, M. M. M. D.; CABRAL, J. E. D. O. A capacidade inovativa e o desempenho econômico-financeiro de empresas inovadoras brasileiras. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 21, p. 269-299, 2015.

NIJSSEN, E. J.; FRAMBACH, R. T. Determinants of the adoption of new product development tools by industrial firms. **Industrial Marketing Management**, v. 29, n. 2, p. 121-131, 2000.

NIJSSEN, E. J.; LIESHOUT, K. F. M. Awareness, use and effectiveness of models and methods for new product development. **European Journal of Marketing**, v. 29, n. 10, p. 27-44, 1995.

OECD – Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Oslo Manual: Guide-line for collecting and interpreting innovation data**. 3. ed. European Commission: OECD, 2005. Disponível em: <http://www.oecd.org>. Acesso em: jun. 2010.

PETERS, G. W.; PANAYI, E. **Understanding modern banking ledgers through blockchain technologies: Future of transaction processing and smart contracts on the internet of money**. Springer International Publishing, 2016.

PHAAL, R.; KERR, C.; OUGHTON, D.; PROBERT, D. Towards a modular toolkit for strategic technology management. **International Journal of Technology Intelligence and Planning**, v. 8, n. 2, p. 161-181, 2012.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade Básica**. São Paulo: Editora Saraiva, 2018.

RUTSATZ, D. R. S.; BATISTA, E. R. S. Controle estatístico do processo (CEP) on-line em uma indústria metal-mecânica: um estudo de caso. **Anais da mostra de iniciação científica do CESUCA**, v. 15, 2021.

SALES, A. A. S. et al. Principais instrumentos de controladoria utilizados pelos controllers nas organizações do Nordeste do Brasil. **Escritos Contables y de Administración**, v. 9, n. 2, p. 37-59, 2018.

SALLABERRY, J. D.; HAMMES JUNIOR, D. D.; SILVA, R. O.; FLACH, L. Benefício e risco percebidos como determinantes do uso de criptomoedas em tecnologia Blockchain: um estudo com Modelagem de Equações Estruturais. **Contabilidad y Negocios**, v. 14, n. 27, p. 118-137, 2019.

SALLABERRY, J.; SANTOS, E. A.; FLACH, L. Behavioral beliefs about acts of academic dishonesty: a study with Brazilian accounting students. **Estudios Gerenciales**, v. 39, n. 168, p. 357-367, 2023.

SANTOS, E. A.; SALLABERRY, J. D.; MENDES, A. C. A. The influence of telework and management controls on the congruence of civil servant objectives. **Revista de Gestão**, v. 29, n. 3, p. 287-299, 2022.

SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023. Disponível em: <[https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/a\\_taxa\\_de\\_sobrevivencia\\_das\\_empresas\\_no\\_brasil\\_2023.pdf](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/a_taxa_de_sobrevivencia_das_empresas_no_brasil_2023.pdf)>. Acesso em: 30 jul. 2023.

SERAFIM, A. Sistemas de informações gerenciais e eficiência organizacional: Estudo de caso na controladoria de uma empresa multinacional do setor automotivo. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 11, n.2, 2021.

SHEHABUDDEEN, N.; PROBERT, D.; PHAAL, R.; PLATTS, K. Representing and approaching complex management issues: part 1 - role and definition. **Centre for Technology Management Working Paper Series**, 1999.

SOUZA, B. O. et al. Automação contábil como ferramenta de gestão aplicada às empresas. **Revista Brasileira de Contabilidade**, v. 244, n. 1, p. 98-110, 2019.

TELLES, E. C.; TELLES, C. V. D. Os benefícios da tecnologia no trabalho de auditoria, **Boletim Economia Empírica**, v. III, n. XII, p. 01-14, 2022.

THIA, C. W.; CHAI, K. H.; BAULY, J.; XIN, Y. An exploratory study of the use of quality tools and techniques in product development. **TQM Magazine**, v. 17, n. 5, p. 406-424, 2005.

THOMSON REUTERS. 2030: **o que esperar da nova contabilidade?** A visão dos contadores brasileiros sobre o futuro da profissão. 2021.

VACCARO, A.; PARENTE, R.; VELOSO, F. M. Knowledge management tools, inter-organizational relationships, innovation and firm performance. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 77, n. 7, 2010.