

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GUSTAVO CAVALHEIRO GOMES DOS SANTOS

ANÁLISE DO GRAU DE GOVERNANÇA CORPORATIVA DENTRO DO AMBIENTE
DE UMA FINTECH

CURITIBA

2024

GUSTAVO CAVALHEIRO GOMES DOS SANTOS

ANÁLISE DO GRAU DE GOVERNANÇA CORPORATIVA DENTRO DO AMBIENTE
DE UMA FINTECH

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de especialista em Gestão Estratégica.

Orientador: Prof. Dr. Egon Walter Wildauer

CURITIBA

2024

RESUMO

As Fintechs apresentam-se como empresas ou startups que desenvolvem produtos financeiros digitais, sendo a utilização da tecnologia e uma base legal menos rígida seus principais diferenciais. Esta ausência de rigidez aumenta o risco deste tipo de empresa, tornando necessário que a organização adote estratégias que busquem desenvolver uma maior imagem de integridade, aumentando sua confiabilidade no mercado, sendo que a Governança Corporativa (GC) apresenta-se como um recurso capaz de desenvolver maior integridade para a organização, proporcionando maior sustentabilidade do negócio. Diante deste contexto, este trabalho teve como objetivo geral analisar o grau de GC dentro do ambiente de fintech na cidade de Curitiba. Para a elaboração foi utilizado o método de estudo de caso qualitativo, através da aplicação de um questionário para 143 funcionários de Fintech's. Concluiu-se, ao final do trabalho, que as Fintech's precisam implementar de maneira mais eficaz a sua GC, tendo em vista que os colaboradores demonstraram baixo conhecimento deste método. Observou-se ainda a necessidade do estabelecimento de recursos que permitam a prestação de contas financeiras e o incentivo a uma cultura organizacional que realize uma gestão eficaz dos pilares da GC.

Palavras-chave: Fintech; Governança Corporativa; Gestão; Integridade; Cultura Organizacional.

ABSTRACT

Fintechs present themselves as companies or startups that develop digital financial products, with the use of technology and a less rigid legal basis being their main differentiators. This lack of rigidity increases the risk of this type of company, making it necessary for the organization to adopt strategies that seek to develop a greater image of integrity, increasing its reliability in the market, with Corporate Governance (CG) presenting itself as a resource capable of develop greater integrity for the organization, providing greater business sustainability. Given this context, the general objective of this work was to analyze the degree of GC within the environment of fintech's in the city of Curitiba. For the preparation, the qualitative case study method was used, through the application of a questionnaire to 143 Fintech employees. It was concluded, at the end of the work, Fintech's needs to implement its GC more effectively, considering that employees demonstrated low knowledge of this method. It was also observed the need to establish resources that allow the provision of financial accounts and the encouragement of an organizational culture that effectively manages the pillars of GC.

Keywords: Fintech; Corporate governance; Management; Integrity; Organizational culture.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Governança Corporativa	31
GRÁFICO 2 – Prática de Governança Corporativa	32
GRÁFICO 3 – Decisões estratégicas	34
GRÁFICO 4 – Comunicação eficaz	35
GRÁFICO 5 – Transparência na divulgação dos resultados	36
GRÁFICO 6 – Conhecimento da visão	37
GRÁFICO 7 – Conhecimento da Missão	37
GRÁFICO 8 – Conhecimento dos Valores	38
GRÁFICO 9 – Disponibilização de informações institucionais	39
GRÁFICO 10 – Tratamento justo	40
GRÁFICO 11 – Tratamento igualitário	40
GRÁFICO 12 – Reconhecimento por entregas acima do esperado	41
GRÁFICO 13 – Remuneração alinhada ao desempenho	42
GRÁFICO 14 – Política de recrutamento e critérios imparciais	42
GRÁFICO 15 – Política de recrutamento e critérios objetivos	43
GRÁFICO 16 – Política de promoção e critérios objetivos	44
GRÁFICO 17 – Política de promoção e critérios imparciais	45
GRÁFICO 18 – Política de prestação de contas	46
GRÁFICO 19 – Auditoria interna	47
GRÁFICO 20 – Divulgação dos resultados financeiros	48
GRÁFICO 21 – Divulgação dos resultados operacionais	49
GRÁFICO 22 – Melhoria contínua e acionistas	49
GRÁFICO 23 – Conselho fiscal	50
GRÁFICO 24 – Conselho administrativo	51
GRÁFICO 25 – Compliance	53
GRÁFICO 26 – Respeito à legislação	54
GRÁFICO 27 – Divulgação do Código de Ética	53
GRÁFICO 28 – Cumprimento do Código de Ética	56
GRÁFICO 29 – Gestão de Riscos	57
GRÁFICO 30 – Objetivos do compliance	58
GRÁFICO 31 – Políticas rigorosas de compliance	59

GRÁFICO 32 – Cultura organizacional	60
GRÁFICO 33 – Cumprimento das políticas internas e externas	61
GRÁFICO 34 – Incentivo para relatar práticas não conformes	62
GRÁFICO 35 – Monitoramento dos procedimentos internos	62
GRÁFICO 36 – Treinamento Compliance	63
GRÁFICO 37 – Regularidade dos treinamentos de compliance	64
GRÁFICO 38 – Liderança comprometida com padrões éticos elevados	64

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

GC	Governança Corporativa
IBGC -	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 OBJETIVOS	11
1.1.1 Objetivo geral	11
1.1.2 Objetivos específicos.....	11
1.2 JUSTIFICATIVA	11
2 LITERATURA PERTINENTE	13
2.1 CONCEITUAÇÕES DE STARTUP	13
2.2 GOVERNANÇA CORPORATIVA.....	15
2.2.1 Contextualização.....	15
2.2.2 Modelos de Governança Corporativa	17
2.2.2.1 <i>Modelo anglo-saxão</i>	17
2.2.2.2 <i>Modelo nipo-germânico</i>	18
2.2.2.3 <i>Modelo brasileiro</i>	19
2.2.3 Mecanismos de Governança Corporativa	19
2.2.4 Aplicabilidade em startups.....	22
2.3 TIPOS DE PESQUISA: QUALITATIVA E QUANTITATIVA.....	23
2.4 TIPOS DE ESCALA	24
2.5 TIPOS DE QUESTIONÁRIO	26
3 MATERIAL E MÉTODOS	28
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	31
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS	67
APÊNDICE	77

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo busca descrever por intermédio de um questionário aplicado a organizações relacionadas ao setor de estudo de uma fintech (uma startup que atua no setor financeiro) e posteriormente apresentará uma análise das práticas de governança corporativa de uma fintech, através de um questionário, utilizando como base a escala de Osgood, a qual para cada pergunta, os participantes devem selecionar um ponto em uma escala de 7 pontos, onde 1 representa uma avaliação negativa, 4 é neutro e 7 representa uma avaliação positiva.

A Fintech foi fundada em 2016, em Curitiba, e busca através de seu software facilitar a gestão financeira de pequenas e médias empresas brasileiras. No ano de 2021, a startup começou a atualizar seu software proprietário e ofertá-lo para grandes Instituições Financeiras (Bancos, Cooperativas, Redes de Franquias) para que estas instituições realizassem a venda e distribuição do software por meio de seus canais de distribuição proprietários (como o *internet banking* dos bancos, por exemplo). Para finalizar o desenvolvimento tecnológico das adequações a regras de segurança e proteção de dados solicitadas por estas instituições, a empresa precisou realizar uma captação de investimento junto a fundos de Venture Capital (capital de risco), a qual foi finalizada no ano de 2023. Com a chegada de novos acionistas, foi solicitado uma adequação nas práticas de governança corporativa presentes na empresa, a fim de mitigar possíveis conflitos entre acionistas e administradores.

Estes conflitos são abordados por Jensen e Meckling (2019), onde existe a separação de papéis entre agente (administradores) e o principal (acionistas). Segundo os autores, essa relação se baseia em o agente buscar o melhor resultado para o principal, porém na prática isso nem sempre acontece, o que acaba por gerar conflitos de agência. Com isso, afirmam Vieira e Mendes (2004) que os mecanismos de governança corporativa podem ser utilizados para diminuir estes conflitos através da redução de assimetria de informações.

Assim o presente trabalho busca investigar e analisar as presentes práticas de governança corporativa dentro da startup estudada. Para tal análise será realizado análises do tipo qualitativa e quantitativa, também será abordado o estudo da literatura bibliográfica a respeito de startups, governança corporativa, tipos de escala e por fim

os diferentes tipos de questionários. Em seguida, tratará da metodologia utilizada na pesquisa, em seguida serão discutidos os resultados obtidos e por fim será realizado as considerações finais.

1.1 OBJETIVOS

Para a realização da análise proposta por este trabalho acadêmico, os objetivos foram separados em objetivo geral e objetivos específicos, descritos abaixo:

1.1.1 Objetivo geral

O presente trabalho acadêmico tem como objetivo geral da pesquisa analisar o grau de governança corporativa dentro do ambiente de uma fintech na cidade de Curitiba.

1.1.2 Objetivos específicos

Para atingir o objetivo geral, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar as práticas atuais de governança corporativa da empresa com uso de um questionário;
- Identificar a literatura sobre teorias ou modelos de governança corporativa aplicáveis para a estrutura da startup;
- Apresentar resultados de um questionário sobre governança corporativa em ambientes de uma fintech;
- Apresentar sugestões de melhorias para as práticas de governança corporativa;

1.2 JUSTIFICATIVA

Empresas que buscam rápido crescimento e escalabilidade, como por exemplo startups, possuem um alto custo de capital. Para reduzir este custo e facilitar o acesso no mercado de capitais, estas empresas precisam fornecer garantias e demonstrar maturidade para que os investidores tenham mais confiança de que seus interesses

serão preservados, e nesta perspectiva estão presentes as práticas de governança corporativa (CORREIA; AMARAL; LOUVET, 2011).

E é por isso que esta pesquisa pretende contribuir para aumentar o conhecimento bibliográfico a respeito de estudos de práticas de governança corporativa dentro de startups brasileiras do setor financeiro, que buscam por capital de terceiros para financiar suas operações em busca de escalabilidade e rentabilidade.

2 LITERATURA PERTINENTE

Nesta parte do estudo, serão apresentadas as revisões de literatura pertinente referente aos tópicos de startup, buscando entender sua definição, funcionamento e estrutura. Também será abordado o tema de governança corporativa, contextualizando as suas origens, diferentes modelos (anglo-saxão e indo-germânico), os mecanismos que integram a governança corporativa (GC) e sua aplicabilidade em startups. Por fim, serão revisados os temas pertinentes referentes a pesquisas qualitativas e quantitativas, assim como os diferentes estilos de escala e os tipos de questionários.

2.1 CONCEITUAÇÕES DE STARTUP

Para iniciar a conceituação do termo startup, primeiro é importante ressaltar que esta definição sofreu alterações ao longo do tempo e pode ser interpretada de maneira diferente pelos pesquisadores, como veremos a seguir. Este modelo de empresa ficou muito conhecido na década de 90 nos Estados Unidos, na região do Vale do Silício, por empresas de tecnologia que receberam aportes para expandir seu crescimento. No Brasil este termo ganhou mais atenção de pesquisadores por volta de 2010.

Existe uma diferenciação terminologia entre as startups, que depende de qual seu ramo principal de atividade, podendo ser citado por exemplo as Health Techs, startups normalmente atuantes na área da saúde, às Legal Techs, startups que atuam na área legal e jurídica, as Fintechs que são empresas ligadas ao ramo financeiro e de pagamentos do mercado, além de outras possíveis terminologias que podem ser atribuídas as startups dependendo de seu segmento de atuação.

A definição trazida pelo IBGC (2019) é de que “startup é uma organização escalável, de alto potencial econômico e inovadora (não necessariamente ligada à tecnologia)”. Sendo assim observa-se um ponto muito importante do que difere uma startup de outras empresas pequenas e tradicionais, a questão da escalabilidade, que se refere a um crescimento exponencial de receita e de vendas, sem que esse crescimento onere as despesas e os custos da empresa. De acordo com Feigelson et al. (2018), a escalabilidade seria uma replicação do produto ou serviço oferecido para

uma grande base de clientes, sem que isso aumente a manutenção dos custos da empresa.

Outro aspecto importante a ser ressaltado na startup é a questão do risco de sua operação, uma vez que normalmente são empresas que não geram lucro e lidam com incontáveis variáveis desconhecidas de seu modelo de negócio, geradas pelo fator da inovação e do desenvolvimento de tecnologias e processos ainda não existentes ou difundidos no mercado, buscando se diferenciar de seus concorrentes. Segundo João Falcão (2021, p. 763) startup “é uma organização de iniciativa privada que embarca numa jornada a partir de diferencial competitivo, baseada em conhecimento e inovação, em busca do crescimento escalável, exponencial e de altíssimo risco.”

Compreende-se assim que as incertezas que permeiam a jornada de uma startup são grandes, e por isso os riscos assumidos também se elevam na mesma escala em busca de um retorno financeiro de mesmas proporções. Este retorno financeiro chama a atenção dos investidores que estão dispostos a apostar seu próprio dinheiro ou o capital de terceiros em uma pequena empresa em troca de participação acionária, para que no futuro esta participação gere rendimentos estrondosos.

Vale ressaltar que embora o mercado brasileiro ainda seja incipiente com relação às práticas e processos relacionados a startups e ao próprio empreendedorismo, em 2021 passou-se um marco que busca auxiliar a amadurecer o mercado brasileiro e trazer mais estabilidade e menos burocracia para estes empreendedores.

Este foi o Marco Legal das Startups e do Empreendedorismo Inovador, instituído pela Lei Complementar nº 182 de 1º de junho de 2021, que, de acordo com Pinto (2021), implementou e organizou, de maneira geral, princípios, garantias e direitos para as startups e os empreendedores. Esta foi uma conquista importante para o mercado de startups brasileiro, e demonstrou que as startups estão ganhando espaço e importância na conjuntura geral do país.

2.2 GOVERNANÇA CORPORATIVA

Nesta seção do estudo será revisado algumas questões relevantes para o tema de governança corporativa, que é muito associado a boas práticas de gestão das empresas que buscam proteger os interesses dos shareholders (acionistas) e demais stakeholders (demais partes interessadas) (JENSEN; MECKLING, 1976). Essa proteção de interesses se torna possível através de quatro pilares, sendo estes a transparência, equidade, prestação de contas e a responsabilidade corporativa.

2.2.1 Contextualização

As discussões sobre o tópico de governança corporativa não possuem uma data de início exata, porém alguns pesquisadores e institutos consideram a publicação do Relatório Cadbury em 1922 como o primeiro código de boas práticas de governança corporativa (SILVA, 2016, p. 71). O relatório foi redigido por Sir Adrian Cadbury, em resposta aos escândalos financeiros e contábeis que estavam ocorrendo no mercado de capitais da Inglaterra.

Depois deste relatório de boas práticas, tem-se a publicação de um código de GC pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), em 1999, que tratou de assuntos como os direitos dos shareholders (acionistas), o tratamento equitativo dos shareholders, o papel dos stakeholders (partes interessadas) na governança corporativa, da transparência e por fim das responsabilidades do conselho.

Já no Brasil, em 2015, foi definido pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) que governança corporativa é:

O sistema pelo qual as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas (IBGC, 2017, pg 8).

O instituto ainda define quatro pilares que auxiliam na estruturação da governança corporativa nas empresas. Estes pilares são a transparência, equidade,

prestação de contas (accountability) e a responsabilidade corporativa. Estes pilares são citados também por Li, Spigt e Swinkels (2017) como padrões norteadores para a gestão de companhias.

Os pilares citados acima possuem grande importância para as companhias, pois dentre os benefícios que a implementação destas práticas apresenta para a companhia está a redução do risco presente no conflito de agência. Este conflito foi abordado por Jensen e Meckling (1976) ao discorrer sobre a teoria de que as relações conflituosas entre os acionistas e os diretores das empresas (tomadores de decisões) se dão pela separação entre propriedade e controle de capital que gera assimetria de informações entre as partes, pois cada uma das partes estará olhando para seus próprios interesses. O caminho para minimizar esses conflitos é implementar mecanismos de mercado que protejam os direitos de propriedade e os direitos dos credores, atingindo os interesses de ambas as partes, que serão abordados ao longo da revisão de literatura.

Voltando a revisão sobre os pilares, o pilar da transparência se refere a comunicação aberta da gestão da empresa junto com seus stakeholders, provendo informações financeiras como resultados e demonstrações, mas também as operacionais, na medida do possível observando as questões de concorrência de mercado e o sigilo de estratégia da companhia.

Já o pilar da equidade se refere ao tratamento isonômico dos acionistas e sócios e demais partes (ÁLVARES et al., 2008). Buscando um tratamento igualitário de todas as partes interessadas, com atenção para os objetivos de cada um. Sobre a prestação de contas, este pilar se refere não apenas a comunicação de dados financeiros e contábeis, mas também de todas as ações e entregas operacionais e estratégicas da empresa, que possam impactar seus acionistas e demais stakeholders.

Por fim, o pilar de responsabilidade corporativa se refere ao enquadramento das normas vigentes assim como da legislação presente, sempre observando o objetivo da viabilidade econômico-financeira e redução de riscos futuros, por parte da empresa (IBGC; 2015).

Neste mesmo contexto, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM; 2002) define as principais práticas de governança corporativa, sendo elas a transparência,

equidade de tratamento dos acionistas e a prestação de contas. Ainda afirma que estas práticas auxiliam os investidores na hora de definir se realizarão ou não o investimento nas empresas do mercado de capitais, pois tais práticas reduzem o custo de capital e protegem as partes interessadas.

Por fim, um importante acontecimento para a governança corporativa foi o marco legislativo da Lei de Sarbanes-Oxley, nos Estados Unidos, que, segundo Pizzo (2018, p. 5) teve origem após escândalos de companhias de capital aberto, nos anos de 2001 e 2002, que praticarem demonstrações financeiras incoerentes com os fatos, omitindo informações em busca de benefício próprio. Esta lei visou instituir controles internos nas empresas que buscassem gerenciar os riscos e aumentar a proteção e confiança dos investidores da época.

2.2.2 Modelos de governança corporativa

Com o desenvolvimento de pesquisas e implementações de códigos e práticas de governança corporativa ao longo dos anos pelos diferentes países e continentes, foram identificados dois modelos estruturais que se diferenciam e se contrapõem com relação à abordagem do tema de GC. O primeiro seria o modelo anglo-saxão (Outsider System) e o segundo o modelo nipo-germanico (Insider System), e ambos influenciaram a estrutura de governança corporativa no Brasil.

2.2.2.1 Modelo anglo-saxão

O modelo de governança corporativa anglo-saxão, presente em países como Estados Unidos e Inglaterra, possui como característica uma pulverização do controle acionário das empresas. Segundo Borges e Serrão (2005) essa pulverização das participações acionárias está presente em bolsas de valores e mercados mais desenvolvidos e que apresentam maior liquidez para os acionistas. O que resulta um maior foco da companhia para entregar mais resultados para os acionistas (shareholders), deixando em segundo plano os resultados para as demais partes interessadas.

Este sistema gera uma redução da necessidade de monitoramento direto das práticas da empresa, uma vez que o próprio mercado pode sinalizar uma aprovação ou não das práticas da empresa através da flutuação dos preços dos ativos. É comum também, segundo os autores, que haja um alto grau de transparência e prestação de contas por parte da empresa para manter a confiança dos investidores.

De acordo com Rossetti e Andrade (2016), neste modelo de estrutura de GC é comum que os maiores acionistas das maiores corporações não possuam mais do que 10% do controle acionário das companhias que investem, o que exemplifica a vasta base acionária que as empresas desse modelo possuem.

2.2.2.2 Modelo nipo-germânico

Em contraste com o modelo apresentado acima, o modelo nipo-germânico é caracterizado por uma concentração acionária maior, e está presente em países como a Alemanha e o Japão. De acordo com Borges e Serrão (2005), neste modelo existe uma busca por equilíbrio entre os interesses dos acionistas e as demais partes interessadas da companhia, como fornecedores, clientes, colaboradores, governo).

Por possuir um controle acionário mais concentrado, é comum que estes stakeholders se envolvam mais diretamente, assim influenciando as decisões tomadas pelas empresas, para que estas entreguem mais valor para todas as partes interessadas ao invés de apenas para os acionistas. É comum neste modelo que as participações acionárias dos investidores mais relevantes sejam superiores a 40% da base acionária total.

2.2.2.3 Modelo brasileiro

No caso do Brasil, evidencia-se uma combinação dos modelos de governança corporativa apresentados anteriormente. É possível notar características de ambos os modelos anglo-saxão e o nipo-germanico, pois observa-se no Brasil que as empresas possuem uma base acionária concentrada em poucos acionistas, o que implica em uma maior participação destes investidores nas tomadas de decisão, exercendo

pressões na companhia, por exemplo, através do conselho de administração (ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

Porém, nota-se que o foco destas empresas é prioritariamente entregar valor para os acionistas, muito similar ao modelo anglo-saxão, focando assim em seus interesses e retornos financeiros, e não os interesses das demais partes interessadas. Importante ressaltar que o modelo brasileiro ainda se encontra em transformação, visto a recente atenção que tem ganhado entre os pesquisadores e entre as empresas brasileiras, por isso existe uma estruturação de mecanismos que auxiliam nas práticas de governança corporativa, que serão abordados abaixo.

2.2.3 Mecanismos de governança corporativa

Os mecanismos de governança corporativa estão presentes nas práticas das empresas para passar proteger os interesses dos stakeholders e transmitir confiança para o mercado. É possível classificar os mecanismos em internos (conselho de administração, comitê de auditoria interno, diretoria executiva e conselho fiscal) que são referentes às práticas que estão sob controle da companhia e em externos (sistema legal, auditoria externa, agências de rating, ativismo dos stakeholders e conselho fiscal) que se referem a pressões externas à companhia que podem impactar nas decisões da diretoria (AGUILERA et al; 2015).

Estes mecanismos de controle das práticas de governança corporativa possuem a função de criar escalas decisórias para as decisões mais importantes da a companhia, principalmente as de cunho estratégico (CORBELLINI; 2021). Para iniciar a abordagem, referente aos mecanismos internos, tem-se o conselho de administração. O conselho é implementado para monitorar e direcionar as ações da diretoria executiva, visando a máxima geração de valor para a empresa e a conquista dos interesses dos acionistas. Porém existem casos em que o conselho não consegue ser tão eficiente em seu propósito, pois o diretor executivo da empresa ocupa também a cadeira de presidente do conselho de administração (AGUILERA et al; 2015). Desta maneira as decisões tomadas podem acabar sendo enviesadas, visto que o diretor executivo pode colocar seus interesses acima dos interesses dos acionistas.

Em seguida tem-se o comitê de auditoria interna, que fica responsável por auditar as auditorias da empresa e as auditorias externas independentes, assessorando o conselho de administração em suas decisões (IBGC; 2019). Este comitê possui o foco em gerenciar os riscos que a empresa possa vir a correr, se atentando às normas internas da companhia e a padronização de demonstração de resultados tanto financeiros como operacionais e das demais áreas da empresa.

Como terceiro mecanismo interno de controle das práticas de governança corporativa tem-se a diretoria executiva, composto pelos diretores da empresa que possuem a responsabilidade de direcionar seus esforços para a maximização do valor da firma. Segundo Rossetti e Andrade (2016, p. 313) estes diretores são escolhidos pelo conselho de administração e possuem a função de criar planos de ação estratégicos, apresentar demonstrações de resultados para o conselho de administração, realizar a gestão de riscos da empresa e a gerir a sociedade observando os direitos e interesses de todos as partes envolvidas com a empresa.

Para finalizar, o último mecanismo interno a ser abordado é o conselho fiscal, em que sua constituição em empresas anônimas é obrigatória por lei. De acordo com o IBGC (2015, p. 11) o conselho fiscal é “um órgão fiscalizador independente da diretoria e do conselho de administração, que busca, através dos princípios da transparência, equidade e prestação de contas, contribuir para o melhor desempenho da companhia”. Desta maneira, ele reporta para e fiscaliza as ações da diretoria executiva e do conselho de administração, auxiliando também nas assembleias gerais da empresa.

Tratando dos mecanismos externos, estes possuem função de auxiliar e até influenciar na aplicação das práticas de governança corporativa e nos mecanismos internos das empresas, quando estes não são suficientes, ajudando a garantir os direitos e interesses dos acionistas (AGUILERA et al., 2015). Tem-se o sistema legal como um mecanismo pois exerce uma pressão externa para o cumprimento das leis, normas e regulamentações presentes, que podem variar de acordo com o país. Ele delimita como será feita a abertura e fechamento das empresas, como se dá a distribuição de lucros, abertura de capital na bolsa e outros aspectos, sempre procurando proteger todas as partes interessadas.

Outro mecanismo externo importante é o mercado para o controle corporativo, que seria uma aquisição por parte dos shareholders caso o valor da empresa esteja distante do que ela realmente vale. Segundo Aguilera et al. (2015), essa ameaça de aquisição se daria como uma motivação para que os diretores executivos não deixem o valor da empresa cair ou se distanciar de seu valor intrínseco, fazendo assim com que os executivos busquem não só atingir seus próprios objetivos como também pensar nos interesses dos acionistas, para evitar uma possível demissão.

O terceiro mecanismo é a auditoria externa, que busca verificar a legitimidade das demonstrações financeiras e contábeis das empresas, observando o adequamento destas sobre as normas contábeis vigentes (AGUILERA et al.; 2015). Este mecanismo traz segurança para o mercado e os investidores, uma vez que como atua de forma externa a empresa, assim não possuindo conflitos de interesses com a mesma.

O quarto mecanismo se refere às agências de rating presentes no mercado, que possuem como objetivo reduzir a assimetria de informação entre agentes e acionistas (BUENO et al., 2018). Essa redução da assimetria informacional se dá pela publicação de informações mais assertivas sobre o desempenho da companhia e suas práticas. Estas agências podem atribuir um rating (nota) positivo ou negativo, e este resultado pode impactar na tomada de decisões da empresa, de maneira que caso o rating seja positivo o direcionamento da empresa seguirá o mesmo pois está gerando valor. Porém, caso o rating da empresa seja negativo, pode resultar em mudanças estratégicas e até em demissões de diretores.

O quinto mecanismo se trata do ativismo dos stakeholders, um tema que segundo Bueno et al. (2018), é pouco abordado na literatura brasileira, com a lente de mecanismos externos de governança corporativa. Este mecanismo se trata de pressões externas que acionistas minoritários podem exercer sobre as decisões das empresas, exigindo mudanças e alterações das práticas das empresas. Demais stakeholders que não são acionistas podem também se posicionar em busca de alteração em políticas e práticas das empresas.

Por fim, tem-se a mídia como sexto mecanismo externo das práticas de governança corporativa. Este mecanismo pode ser utilizado tanto para aumentar o desempenho de determinada empresa como também para punir e disciplinar práticas

das empresas (DEEPHOUSE, 2000). A mídia atua provendo mais um veículo de informação das ações e decisões da empresa, que pode impactar em sua reputação e na reputação de seus executivos de maneira positiva ou negativa. Porém nem tudo o que é público pode ser compreendido como um fato ou verdade absoluta, pois a publicação da mídia pode ter um viés de cunho opinativo.

2.2.4 Aplicabilidade em startups

Por possuírem um fator inovador e de escalabilidade, nem sempre as startups conseguem implementar as práticas de governança corporativa da mesma maneira que as empresas tradicionais fazem, é necessário realizar uma adaptação às realidades que cada empresa está inserida. Por isso o IBGC (2019) elenca alguns pilares que a startup deveria implementar ao longo das fases de maturação que ela vai passando.

Essas fases são a ideação onde é desenvolvido a ideia inicial do projeto, depois tem-se a validação, onde é testado o MVP (Minimum Viable Product) para verificar a aceitação do mercado sobre o produto ou serviço oferecido, em terceiro tem-se a tração, fase em que a startup busca conquistar novos clientes depois de ter seu produto ou serviço validado pelo mercado, e, por fim, a escalabilidade, que busca crescer em um ritmo acelerado aproveitando das oportunidades do mercado.

Com relação aos pilares, o Instituto elenca como sendo: estratégia e sociedade, pessoas e recursos, tecnologia e propriedade intelectual, processos e prestação de contas. Seguindo estes pilares, dentro das fases já apresentadas, a startup consegue aplicar as práticas de governança corporativa em sua operação desde muito cedo na sua jornada, viabilizando um controle melhor de suas decisões e passando confiança para os futuros investidores que farão parte da base acionária. Segundo IBGC (2019), a governança corporativa, além de ajudar a empresa a chegar mais longe em sua jornada e a gerenciar melhor os riscos, auxilia as startups a captarem dinheiro junto a investidores, por trazer mais segurança para eles, o que pode impactar no seu crescimento e em sua escalabilidade.

2.3 TIPOS DE PESQUISA: QUALITATIVA E QUANTITATIVA

Dentre o cenário dos trabalhos acadêmicos, existe muita discussão que divide opiniões entre os pesquisadores sobre qual o método mais assertivo a ser usado nos processos de pesquisas, o das pesquisas qualitativas ou das quantitativas. O uso de uma ou de outra depende, em grande parte, do objetivo que os pesquisadores buscam alcançar ao aplicar um modelo de pesquisa. Será abordado abaixo algumas definições e diferenciações entre cada tipo de pesquisa.

É comum encontrar autores contrastando uma pesquisa contra outra, como se de algum jeito ambas fossem contrárias, pólos opostos uma do outra, ao invés de serem observadas como um complemento possível. Sobre a distinção entre as pesquisas, explica Gunther (2006, p.202):

Uma primeira distinção entre a pesquisa qualitativa e a pesquisa quantitativa refere-se ao fato de que na pesquisa qualitativa há aceitação explícita da influência de crenças e valores sobre a teoria, sobre a escolha de tópicos de pesquisa, sobre o método e sobre a interpretação de resultados. Já na pesquisa quantitativa, crenças e valores pessoais não são consideradas fontes de influência no processo científico.

Pode-se compreender então que, como a pesquisa quantitativa busca desconsiderar crenças e valores pessoais, existe uma tentativa de controlar o envolvimento emocional dos pesquisadores. Diferente da pesquisa qualitativa que é caracterizada exatamente pelo envolvimento pessoal do pesquisador com o tema pesquisado.

Ainda neste tópico de diferenciação, de acordo com Creswell (2014), existem diferentes finalidades para cada tipo de pesquisa, sendo que a quantitativa possui como objetivo generalizar e replicar seus resultados enquanto a pesquisa qualitativa busca a compreensão de seus resultados e a interpretação dos mesmos. Para citar alguns modelos de pesquisa qualitativa, Mayring (2016) elenca seis modelos: estudo de caso, análise de documentos, pesquisa-ação, pesquisa de campo, experimento qualitativo e avaliação qualitativa. Logo entende-se que a pesquisa qualitativa possui nuances que não seriam possíveis de serem estudadas em pesquisas quantitativas, pois nela existem processos de muita subjetividade nos tópicos abordados, já na

pesquisa quantitativa entende-se que o pesquisador atua mais como um observador, sem interações diretas com os respondentes, e busca quantificações através de ferramentas estatísticas e outros modelos matemáticos.

Seguindo na mesma linha, complementa Gunter (2006) ao abordar uma grande distinção entre a pesquisa quantitativa e qualitativa, que se refere às interações entre os elos de pesquisado e de pesquisador. Enquanto na pesquisa qualitativa existe uma maior interação entre os dois elos após a pesquisa, na pesquisa quantitativa quase nunca se escuta o participante depois da coleta de dados. Por causa destas interação e de sua vaga abrangência que, segundo o mesmo autor, a pesquisa qualitativa é acusada de “[...] ser flexível demais, vaga, imprecisa, sem rigor ou métodos adequados, sem possibilidade de réplica e generalização” (GUNTHER, 2006).

Por fim, ressalta Gunther (2006) que, diferente de outros autores como Turato (2004) que argumenta contrariamente a junção dos dois modelos de pesquisa, os pesquisadores não deveriam se limitar a optar por um tipo de pesquisa em detrimento das outras, mas sim que uni-los e buscar várias abordagens que se adequem ao seu tema de pesquisa, buscando a complementaridade dos dados.

2.4 TIPOS DE ESCALA

Para auxiliar os pesquisadores a realizarem suas pesquisas científicas e embasar suas premissas e ideias, tem-se a utilização de escalas para a mensuração de dados e informações. De acordo com Bermudes et al. (2016), busca-se uma perfeição da metodologia em pesquisas científicas, e que a escolha da escala que o pesquisador irá utilizar é tão importante quanto o método de pesquisa utilizado.

Com isso, entende-se que não é uma tarefa simples a escolha de qual escala utilizar e se faz necessário uma atenção redobrada dos pesquisadores em manterem o objetivo da pesquisa em mente a todo momento, para não resultar em um desvio de foco. Caso o pesquisador faça atribuições equivocadas na definição inicial, nas fases de planejamento, poderá ter consequências com relação aos resultados obtidos no final da pesquisa.

Ainda segundo os mesmos autores, tem-se a abordagem do conceito de mensuração, que é definido como “atribuição de símbolos, preferencialmente

numéricos, à propriedade dos objetos que se deseja medir, assim no processo de medição se utilizam as escalas como ferramenta”. (BERMUDES et al. 2016).

Para a mensuração da coleta de dados, existem diferentes tipos de escalas que foram desenvolvidos ao longo do tempo, com abordagens e objetivos distintos, o que torna o trabalho inicial do pesquisador mais complexo ao ser necessário uma pesquisa prévia e a compreensão sobre os diferentes tipos de escalas e os objetivos que cada escala auferir na pesquisa. Para citar alguns tipos de escalas, será abordado as escalas Thurstone, Likert e Diferencial Semântico (Osgood) e Stapel.

Para iniciar-se, a escala Thurstone, desenvolvida próximo do ano de 1928, é caracterizada por questionamentos em que o pesquisado deve simplesmente indicar sua concordância ou não com relação às proposições realizadas, sem indicar seu nível de concordância com relação a resposta (CUNHA, 2007).

Corroborando com este ponto, Thurstone (1928) explica que o indivíduo exprime sua possível ação, sem abordar a intensidade que se tem sobre o tema, ao responder a pesquisa, sem abordar qual seria sua atitude em relação a um acontecimento real. Normalmente estas pesquisas são elaboradas com afirmações as quais o participante precisa indicar seu desacordo ou acordo sobre a afirmativa.

Com relação a escala Likert, esta diverge opiniões entre os pesquisadores, apresentando vantagens e desvantagens, que serão abordadas a seguir. Esta escala foi introduzida próximo ao ano de 1934, e possui similaridade com a escala abordada anteriormente, com o diferencial que a escala likert apresenta o grau de intensidade das respostas dos participantes, normalmente apresentando opções de respostas que podem variar de concordo muito, concordo, neutro/indiferente, discordo e por fim discordo muito (OLIVEIRA, 2001).

O autor ainda apresenta a vantagem e a desvantagem desta escala, sendo a vantagem o fato de que o respondente aponta uma predisposição mais clara com relação a sua intensidade nas respostas, deixando claro sua concordância ou não com a afirmação, e a desvantagem é a confusão que estas opções de respostas causam no respondente durante a pesquisa, deixando muito aberto a interpretação das afirmações.

Em terceiro, a escala de Diferencial Semântico, também chamada de escala Osgood, foi desenvolvida próximo do ano de 1952, e é caracterizada pela utilização

de opções de respostas compostas por adjetivos totalmente opostos, utilizando-se uma escala para que o respondente avalie a sua maior predisposição para um adjetivo ou para o outro (CUNHA, 2007). Como exemplo de adjetivos temos “bom-mau”, “agradável-desagradável”, “barato-caro” que são utilizados como atributos para que os participantes respondam o que sentem com relação a cada um dos adjetivos. Segundo de Almeida et al. (2014), o diferencial semântico é utilizado para medir o grau que os participantes atribuem aos adjetivos utilizados, e permite registrar quantitativamente os dados e comparar os conceitos para os indivíduos em várias situações.

Por fim, a escala Stapel é uma variação similar a escala de diferencial semântico. De acordo com Mattar (2001), a diferença está em se tratar de uma escala quantitativa, que utiliza de 10 pontos que variam de +5 até -5, medindo assim a intensidade da resposta, indicando também a direção da resposta. Esta escala oferece uma facilidade por não necessitar da utilização de adjetivos opostos e pelo fato de lidar com números, torna mais simples a verificação e medição dos resultados pós pesquisa, possibilitando a criação de gráficos e análises mais elaboradas.

2.5 TIPOS DE QUESTIONÁRIOS

Nesta sessão do estudo, será abordado algumas questões relevantes pertinentes aos questionários, como seus objetivos, cuidados na elaboração e os diferentes tipos de questionários.

Segundo os autores Hill e Hill (1998) toda investigação possui um objetivo principal de estudo, que deve ser o foco dos pesquisadores. Esse objetivo deve ser constantemente lembrado e verificado na elaboração do questionário, para que não sejam incluídos questionamentos que não são pertinentes ao objetivo, e que possam desviar a atenção para fatos desconhecidos com o intuito inicial da investigação. Os questionários, na maioria dos casos, buscam coletar informações sobre informações demográficas (idade, escolaridade, atividade, renda, entre outros), estilo de vida sob aspectos de atitudes, interesses e opiniões (PERRIEN; 1986).

Alguns cuidados devem ser tomados previamente e durante a construção de um questionário, para garantir a sua eficiência. Perrien (1986) ressalta que para um

bom balanceamento da pesquisa o questionário deve apresentar-se pequeno e de fácil preenchimento, apresentando questões que os respondentes possuem condições de responder. Deve também conter o sigilo dos dados, para não divulgar informações pessoais dos participantes sem autorização, atentar-se também com o excesso de questionamentos e buscar evitar a ambiguidade das questões.

Com isso, entende-se que a construção de um questionário deve ser feita com muita atenção e cuidado, para garantir que os respondentes conseguem preencher e compreender todas as informações propostas. Uma boa elaboração do questionário pode evitar que os pesquisadores tenham retrabalho em analisar os dados ou até em refazer a pesquisa por causa de questões ambíguas e sem contexto.

Neste mesmo contexto, Hill e Hill (1998) apresenta alguns procedimentos para os pesquisadores seguirem. De início, deve-se definir o problema a ser abordado, listando as variáveis e as especificações das perguntas que buscam medir estas variáveis. Deve-se também definir qual o modelo estatístico será utilizado, escrever uma boa instrução de como responder as questões e planejar corretamente as seções que estarão presentes no questionário buscando uma melhor experiência para os respondentes.

Com relação aos tipos de questionários, Hill e Hill (1998) afirmam que é possível separar os tipos baseados nas características dos questionamentos em três categorias: abertos, fechados e mistos. Um questionário aberto possui como características perguntas abertas em que os participantes devem escrever suas respostas por extenso. Este tipo de questionário é útil quando o pesquisador pretende coletar informações qualitativas sobre a sua base, normalmente quando não existe muita literatura sobre o tema.

A vantagem deste tipo podem ser a maior quantidade de informações, com maior detalhamento, e como desvantagem elenca-se a interpretação das respostas, a quantidade de tempo para validar todas as respostas e a dificuldade de analisar cada alternativa. Sobre o questionário fechado, este caracteriza-se por fornecer um conjunto de opções de respostas fechadas, como alternativas, onde o participante seleciona uma ou mais. Este questionário mostra-se útil quando o pesquisador busca obter informações quantitativas sobre as variáveis selecionadas.

Como vantagem, destaca-se a rapidez para analisar as respostas, e como desvantagem o menor detalhamento das respostas, que podem induzir os pesquisadores a resultados simplistas. Por fim, o questionário misto se caracteriza pela junção dos itens do questionário aberto e do fechado. Este tipo se torna muito flexível e possibilita que o pesquisador aborde dados qualitativos assim como dados quantitativos.

Para finalizar, uma frase destacada pelos autores Hill e Hill (1998) aborda o árduo processo de elaboração de um bom questionário, de acordo com os autores “É muito fácil elaborar um questionário, mas não é fácil elaborar um bom questionário. Por outras palavras, não é fácil escrever um questionário que forneça dados que permitam testar adequadamente as hipóteses de investigação” (HILL & HILL; 1998, p.4). Ou seja, elaborar um bom questionário exige tempo e esforço por parte dos pesquisadores, tanto para estudar as literaturas pertinentes sobre o assunto como em utilizar processos e práticas já validadas por outros pesquisadores para garantir uma maior assertividade no teste das hipóteses da pesquisa.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Primeiramente, para a construção do presente artigo foi utilizada a modalidade de pesquisa exploratória bibliográfica, a mesma tem como objetivo a definição bibliográfica dos conhecimentos científicos que envolvem o tema e por fontes bibliográficas, com o intuito de determinar a importância do assunto aos que são impactados direta ou indiretamente pelo mesmo. A pesquisa bibliográfica visa analisar as principais teorias acerca de um tema a fim de analisar, produzir ou explicar um objeto sendo investigado.

Para Markoni e Lakatos (1999) a pesquisa bibliográfica é obrigatória em todo e qualquer tipo de trabalho, ela exige um estudo organizado sistematicamente com base nos materiais publicados, exigindo buscas de informações bibliográficas e seleção de documentos relacionados aos objetivos da pesquisa.

O método de pesquisa é estudo de caso, através da aplicação de um questionário a 143 colaboradores de empresas Fintech, foram aplicadas 42 questões relativas a GC, buscando compreender a extensão da implementação desta pelas organizações.

O estudo de caso pode ser considerado um estudo profundo de um ou poucos objetos de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento. Possui uma metodologia de pesquisa classificada como aplicada, na qual se busca a aplicação prática de conhecimentos para a solução de problemas sociais. Os resultados deste tipo de estudo, em sua maior parte, estão voltados para a aplicação imediata de conhecimentos em uma realidade circunstancial, destacando o desenvolvimento de teorias (PRODANOV; FREITAS, 2013).

O método qualitativo é utilizado sobretudo devido a sua possibilidade de aprofundamento no estudo dos processos que se almeja analisar (YIN, 2001). O estudo de caso caracteriza-se por ser uma investigação detalhada, por meio da coleta de informações de um grupo, visando-se conseguir analisar o contexto e os processos envolvidos no fenômeno ora estudado. De acordo com o autor, o estudo de caso constitui-se como uma estratégia de pesquisa, a qual se concentra na compreensão de fatos que estão presentes em um cenário único, combinando métodos de análise de entrevistas, documentos e observações, podendo evidenciar a pesquisa qualitativa.

Marconi e Lakatos (1999), expõem que a utilização de questionário para a construção da pesquisa possibilita a economia de tempo, a eliminação de deslocamentos, atinge um determinado grupo de pesquisa de maneira simultânea, não necessita de um pesquisador no campo, proporciona respostas rápidas, precisas e realizam a manutenção do anonimato do respondente, há ainda que se falar da imparcialidade do pesquisador por esse método de pesquisa, tendo em vista que ele não irá influenciar nas respostas, possibilitando ainda que o respondente escolha um melhor momento para responde-lo, todas essas vantagens permitem uma maior uniformidade na avaliação.

Foi aplicado um questionário através da ferramenta Google Forms em 143 colaboradores de Fintechs, visando identificar o nível de implementação de GC por essas organizações.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

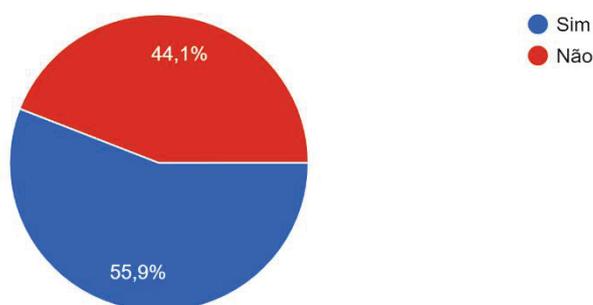
A adoção de Fintech pode melhorar o desempenho de uma empresa por meio de canais como melhorias de eficiência e redução de custos, maior transparência, pagamentos mais rápidos e menor probabilidade de fraude. De acordo com Block (2020), a Fintech melhora o desempenho de um banco, no entanto, como não precisam seguir uma base rígida legal, isto pode gerar mais riscos para o negócio, sendo que uma forma de minimizar esta desvantagem é através da implementação de uma GC de qualidade.

Neste sentido, o Gráfico 1 apresenta o conhecimento dos funcionários entrevistados acerca do conceito de GC, este conhecimento demonstra, de certa forma, a eficácia da implementação de uma cultura organização sólida para a GC. Pode-se observar que 44,1% dos colaboradores não conhecem este conceito.

Gráfico 1 – Governança Corporativa

Você já ouviu falar sobre governança corporativa?

143 respostas



Fonte: Autor (2024)

A GC apresenta-se como essencial para a manutenção da integridade da empresa, tornando a organização sustentável, tendo em vista que este sistema irá dirigir, monitorar e incentivar o relacionamento entre o Conselho, a equipe executiva e os demais órgãos de controle, proporcionando desenvolvimento sustentável nas dimensões econômica e social (ALMUBARAK; ALJUGHAIMAN, 2024).

A maior missão da GC é manter as boas práticas e o bom relacionamento de

acionistas, administradores, membros do conselho fiscal, auditores independentes e demais partícipes da vida em sociedade. Deste modo, de acordo Najaf et al. (2022), a GC representa um conjunto de práticas que têm por finalidade otimizar o desempenho de uma companhia, protegendo investidores, empregados e credores.

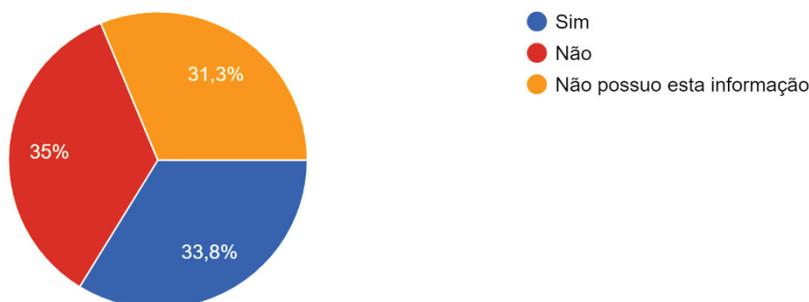
Através do resultado analisado, pode-se observar que 44,1% dos colaboradores respondentes nunca ouviu falar de GC, demonstrando uma baixa adesão das organizações estudadas. Isso é refletido, inclusive, na segunda questão do questionário, presente no Gráfico 2.

O Gráfico 2 questionou se a organização possuía GC, sendo que 33,8% responderam de maneira positiva, enquanto 31,3% não soube responder e 35% responderam que a organização não possui, como pode ser observado no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Prática de Governança Corporativa

Sua empresa possui práticas de governança corporativa?

80 respostas



Fonte: Autor (2024)

Através da comparação do Gráfico 1 com o Gráfico 2, pode-se observar que parte dos colaboradores que responderam que não conhecem sobre GC está presente no grupo que não reconhece as práticas de GC em suas organizações. A não adoção da GC é prejudicial para as Fintech, podendo ocasionar desvios de funcionalidades fraudulentas.

De acordo com Blok (2020), as práticas de boa governança tratam de assuntos que estão relacionados à direção e ao controle de uma organização e ela proporciona aos proprietários um efetivo controle sobre a gestão estratégica e monitoramento da

direção executiva, colaborando para a superação dos conflitos de interesse existentes.

Segundo o IBGC, órgão responsável pela elaboração do Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa as boas práticas de governança convertem princípios em recomendações objetivas, alinhando interesses com a finalidade de preservar e otimizar o valor econômico de longo prazo da organização, facilitando seu acesso a recursos e contribuindo para a qualidade da gestão da organização, sua longevidade e o bem comum (IBGC, 2015).

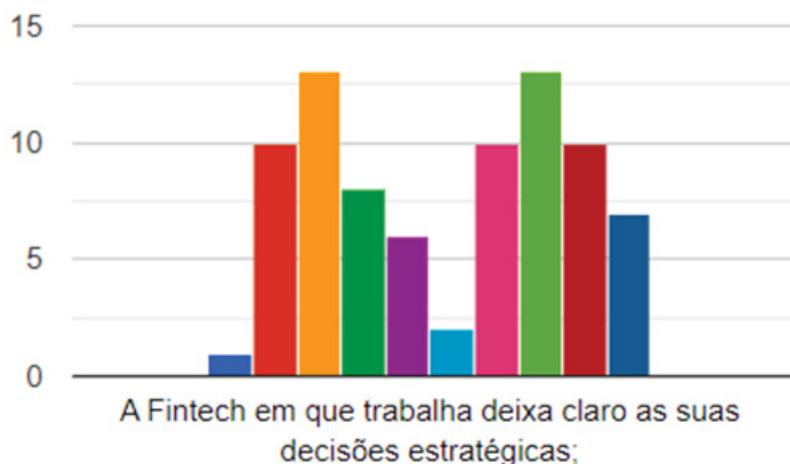
Através do resultado desta pergunta pode-se observar uma baixa adesão de GC pelas Fintechs analisadas. Diversos motivos levam as organizações à aderirem às boas práticas de GC, desde motivos internos, como as negociações entre acionistas e gestores e outros externos, relacionados a exigências globais que pressionam por uma melhoria nas práticas de gestão, para os dois motivos a GC, com seus princípios, busca uma solução para os potenciais conflitos que possam vir a existir nessas relações e promove mudanças significativas no ambiente corporativo.

A concepção das práticas de GC abrange várias questões, desde questões legais, como as que regem os direitos do sócios e proprietários, assim como também as questões referentes a geração de valor, a maximização do retorno dos investimentos, as decisões estratégicas, os propósitos empresariais e diretrizes para sustentabilidade e longevidade do negócio, incluindo até mesmo as definições pertinentes à gestão, como as relações entre acionistas, Conselho de Administração e Direção Executiva das organizações (BLOK, 2020).

Após a introdução de GC, realizou-se um conjunto de perguntas que estão relacionadas ao pilar da transparência no que se refere à comunicação aberta da liderança da empresa junto com seus stakeholders.

O Gráfico 3 questionou se as decisões estratégicas da Fintech são claras, neste sentido, como pode ser observado, a média entre deixar claro e não deixar claro suas decisões está próxima, o que pode afetar a confiabilidade de suas tomadas de decisões.

Gráfico 3 – Decisões estratégicas



Fonte: Autor (2024)

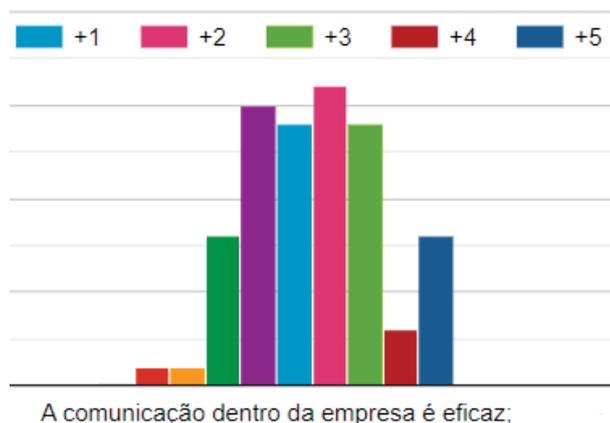
A confiabilidade das tomadas de decisões de Fintechs é essencial, isto porque a capacidade das empresas de Fintech de competir com empresas não fintech estabelecidas reside em suas vantagens em inovações tecnológicas, velocidade de colocação no mercado, menores custos de aquisição de informações e conformidade, melhor acesso a produtos financeiros para clientes e diferentes regimes regulatórios. No entanto, as fintechs podem ser altamente vulneráveis a choques econômicos. Na verdade, o valor dessas empresas normalmente cai três quartos durante uma crise financeira (GRENNAN; MICHAELY, 2021).

Isto porque, as Fintech ainda não possuem os mesmos níveis de maturidade das instituições financeiras tradicionais e ainda não possuem escala suficiente para atingir os mesmos níveis de eficiência operacional dos intermediários financeiros tradicionais, mesmo assim, elas possuem um enorme potencial de crescimento, deste modo, a transparência em relação às decisões estratégicas é essencial, sendo que, neste contexto, a adoção da GC apresenta-se como um recurso importante para a adoção de práticas que auxiliem tanto nas decisões estratégicas quanto na transparência destas decisões. De acordo com Almubarak e Aljughaiman (2024), a os mecanismos de GC poderiam reduzir os custos das agências e melhorar a tomada de decisões.

O Gráfico 4 apresenta se a comunicação da organização é eficaz, como pode ser observado a seguir o nível de comunicação não é indicado como ineficaz, mas os

respondentes indicam um nível de comunicação que ainda não pode ser descrito como eficaz. A comunicação é um importante instrumento para estabelecer uma cultura organizacional, sendo importante não apenas para sua integridade enquanto empresa, mas também para a sua produtividade.

Gráfico 4 – Comunicação eficaz



Fonte: Autor (2024)

Na essência, as fintechs possuem natureza inovadora e estão inseridas em um mercado altamente competitivo. Por esse motivo, são modelos de negócio que precisam que seus funcionários tenham alto desempenho. Neste contexto, expõe Susilowati et al. (2022), que funcionários engajados são fundamentais para um ambiente de trabalho saudável. Por sua vez, um ambiente de trabalho saudável é mais produtivo. Já a produtividade tem a ver com alto desempenho que, então, resulta em clientes mais satisfeitos.

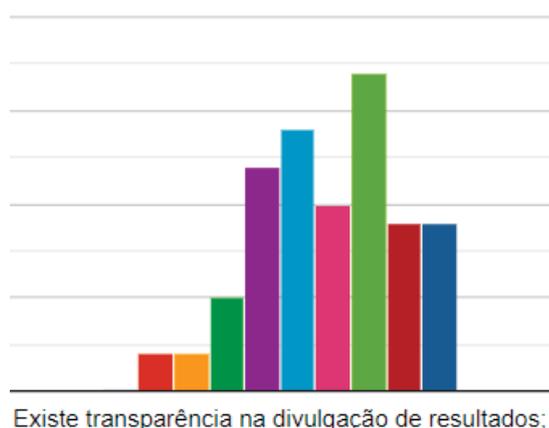
Neste contexto, a comunicação com os colaboradores é essencial, tendo em vista que ela irá fundamentar a cultura organizacional, proporcionando maior motivação. Em um processo de informação o emissor não recebe retorno. A mensagem segue apenas um sentido não tendo a possibilidade do receptor dar feedback - esta é a primeira diferença entre comunicar e informar. Já na comunicação há sempre feedback, onde o receptor pode tornar-se no emissor e vice-versa, havendo um processo de interação contínua.

Para Block (2020), a informação constitui uma das principais funções no seio do grupo, permitindo que todos os membros participam na tomada de decisões,

favorecendo a personalização dos membros. Para que haja essa atitude participativa e esclarecida dos membros do grupo, torna-se necessário a livre circulação da informação por todos os membros, embora não seja a quantidade da informação que irá garantir a sua eficácia. Portanto, as organizações devem preocupar-se mais como se comunicam, embora muitos acham suficiente apenas informar.

Tendo em vista ser uma instituição financeira é muito importante que tenha transparência na divulgação de seus resultados, gerando maior confiabilidade entre sócios e colaboradores. Ao serem questionados grande parte dos colaboradores responderam que existe certa transparência na divulgação dos resultados, no entanto, ela não é uma divulgação completa, afetando a qualidade da integridade das informações, como pode ser observado no Gráfico 5.

Gráfico 5 – Transparência na divulgação dos resultados

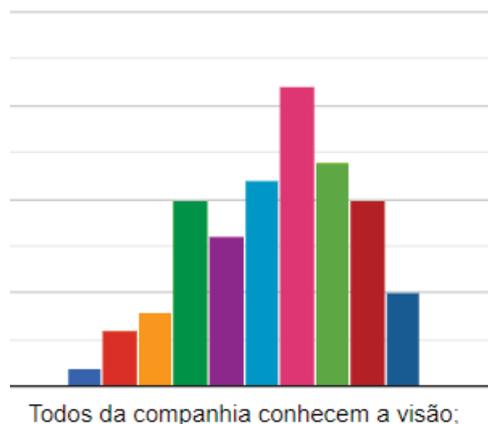


Fonte: Autor (2024)

Deste modo, pode-se observar que as organizações precisam otimizar a sua transparência, isto pode ser realizado através dos princípios da GC. Este sistema quando integrado, visa melhorar o desempenho da sustentabilidade da organização através de 5 componentes, a saber: transparência, prestação de contas, responsabilidade, independência e justiça.

A questão 6 questionou se todos os colaboradores conheciam a visão da organização, sendo que a maioria dos respondentes disse conhecer parcialmente essa visão, como pode ser observado no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Conhecimento da visão

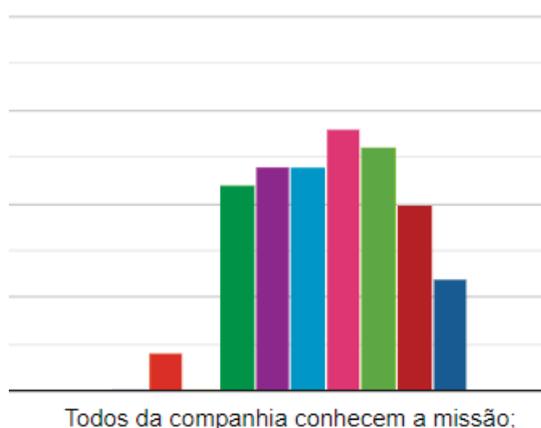


Fonte: Autor (2024)

O conhecimento da visão da organização é fundamental para que se garanta o bom gerenciamento empresarial, isto porque a visão irá nortear a cultura organizacional, devendo estar bem disseminada e compreendida entre os colaboradores, para que possam ser norteados por esta política interna fazendo com que respeitem os negócios de decisões e interesses relacionados ao seu ambiente operacional (BLOCK, 2023).

Também foi questionado se os colaboradores conheciam a missão da organização e, nota-se que conhecem mais a visão do que a missão da empresa, como pode ser observado no Gráfico 7.

Gráfico 7 – Conhecimento da Missão

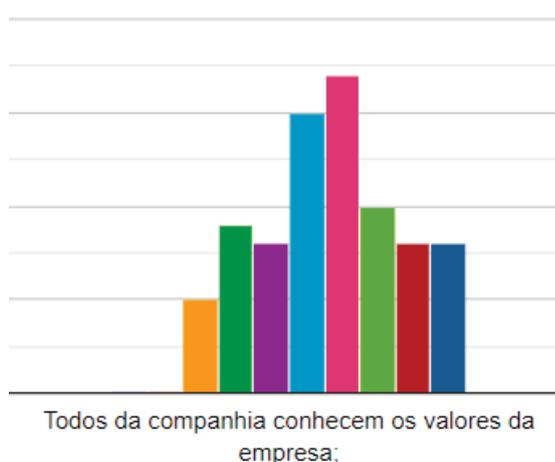


Fonte: Autor (2024)

Assim como a visão, a missão também é essencial para a cultura organizacional, sendo esta o propósito pelo qual trabalham seus sócios e colaboradores, apresenta-se como a identidade da organização, deste modo, também irá nortear os colaboradores ao respeito com os negócios de decisões e interesses relacionados ao seu ambiente operacional (BLOCK, 2023).

Ainda foi questionado se os colaboradores conheciam os valores da empresa, muitos responderam que conhecem parcialmente os valores, como pode ser observado no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Conhecimento dos Valores

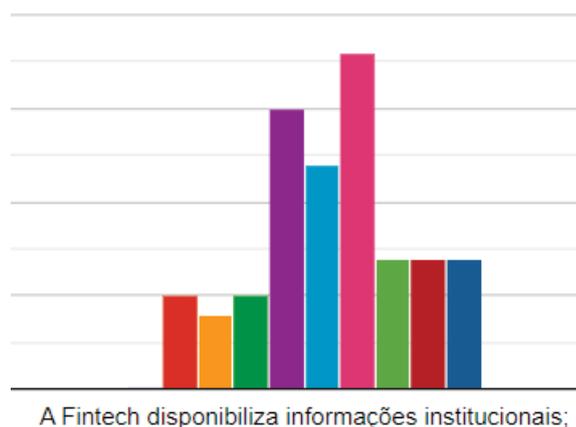


Fonte: Autor (2024)

O trio missão-visão-valores é muito útil para definir a orientação estratégica de uma organização. O planejamento estratégico contribui para a realização de análise de risco e oportunidade corporativos, relacionados aos objetivos orçados e divulgados como metas a serem alcançadas pelos demais colaboradores (LACRUZ, 2020). Sendo que a governança, atrelada a essas medidas, baseia-se na transparência das relações compostas pelas várias partes envolvidas no processo (BLOCK, 2023).

O Gráfico 9 é a última questão realizada dentro do primeiro conjunto de perguntas, e questionou se a Fintech disponibiliza as informações institucionais, podendo-se observar que a empresa disponibiliza em certa medida essas informações, mas não são disponibilizadas de maneira integral.

Gráfico 9 – Disponibilização de informações institucionais



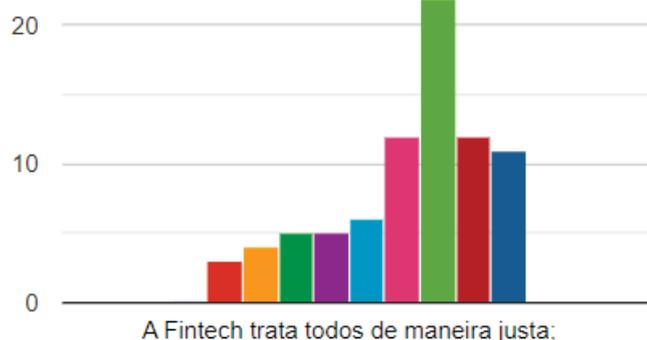
Fonte: Autor (2024)

A não disponibilização de informações afeta de diversas maneiras a estrutura organizacional de uma Fintech, isto porque, como esta organização é uma instituição financeira ela precisa de processos internos que sejam rígidos para minimizar os riscos em que está submetida (LACRUZ, 2020). Estes riscos afetam diferentemente sua confiabilidade com os seus stakeholders. Ao mesmo tempo, a falta de disponibilização de informações institucionais prejudica o estabelecimento de uma cultura organizacional sólida, que seja embasada no trio visão, missão e valores (LI; SPIGT; SWINKELS, 2017).

Diante deste cenário, é indicado que as organizações analisadas instituem uma GC com estrutura adequada para as atividades que desempenham, visando, com isso, tornar a organização mais sustentável.

Também foi elaborado um conjunto de questões que questionavam acerca da equidade, ou seja, um tratamento igualitário de todas as partes interessadas. O Gráfico 10 questionou se a Fintech trata todos de maneira justa, sendo que, a maioria dos respondentes tendeu a concordar de maneira expressiva com o questionamento.

Gráfico 10 – Tratamento justo



Fonte: Autor (2024)

O princípio da equidade estabelece que a empresa deve tratar todos os seus acionistas e stakeholders de forma justa a. Na prática, isso significa que as decisões tomadas pela empresa devem levar em consideração o impacto em todas as partes interessadas, ou seja, tratar todos os stakeholders de maneira imparcial e justa (BLOCK, 2020).

Como continuidade deste princípio existe ainda o tratamento igualitário, sendo que a questão 11 está relacionada a isto e os respondentes expuseram que até certa medida são tratados de maneira igualitária com as outras partes que constituem a organização.

Gráfico 11 – Tratamento igualitário



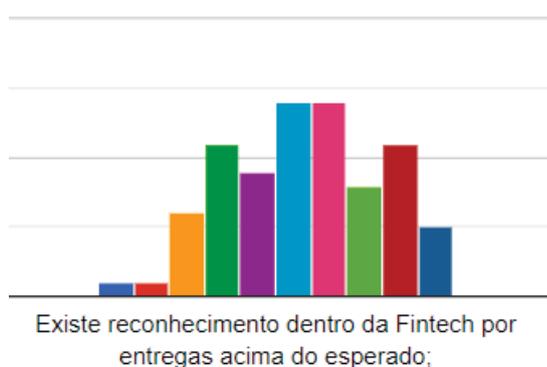
Fonte: Autor (2024)

O tratamento igualitário indica que todos os stakeholders são tratados de maneira igual, este tratamento deve ser compreendido em sua complexidade, tendo em vista que este tratamento não deve ser materialmente igual, mas sim,

simbolicamente igual, visando, com isso, reestabelecer o equilíbrio entre as partes. Por isso, o tratamento igualitário e justo é algo interrelacionado (ALMAHADIN et al., 2023).

Foi questionado aos respondentes se existe reconhecimento dentro da Fintech por entregas que foram acima do esperado, sendo que, a maioria dos respondentes indicou que existe reconhecimento, mas que são inferiores ao esperado pelos colaboradores, como pode ser observado no Gráfico 12.

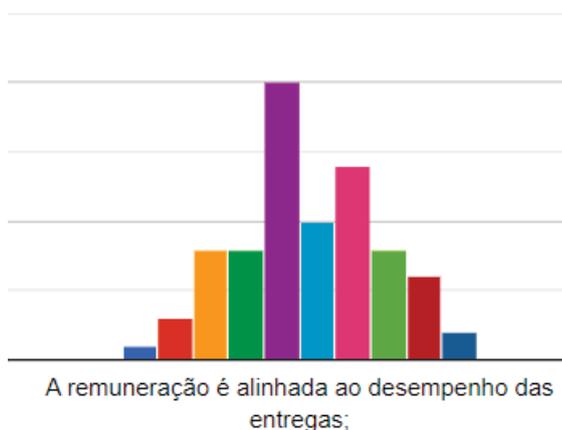
Gráfico 12 – Reconhecimento por entregas acima do esperado



Fonte: Autor (2024)

O reconhecimento por entregas que foram realizadas acima do esperado indica que a organização possui uma política que visa beneficiar de maneira justa o colaborador, sendo que, sua dedicação gera maior produção e, com isso, seu investimento na organização é maior, tendo direito a um tratamento melhor. Sendo que, dentro deste reconhecimento por entregas acima do esperado está a remuneração, que deverá ser alinhada com este desempenho, exercendo, com isso, um tratamento justo e igual (BLOCK, 2020; NAJAF, 2023), como pode ser observado no Gráfico 13 a grande maioria dos respondentes disse que concorda parcialmente desta questão.

Gráfico 13 – Remuneração alinhada ao desempenho



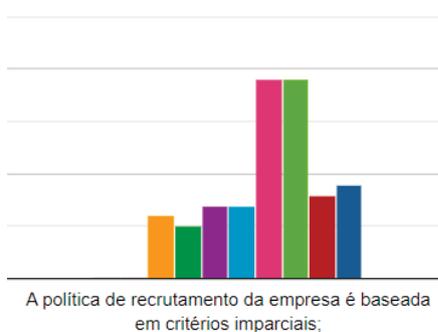
Fonte: Autor (2024)

A remuneração por performance ou por desempenho é uma modalidade de remuneração variável em que a empresa leva em conta a entrega de resultados pelo colaborador, o que acarreta um aumento de sua remuneração caso os resultados atinjam ou ultrapassem determinados patamares previamente especificados (BLOCK, 2020).

Pode-se observar no Gráfico 13 que os respondentes expuseram que discordam parcialmente desta questão, demonstrando que existe certo nível de reconhecimento que é realizado através de remuneração, mas não corresponde a um tratamento adequadamente justo.

A questão 14 perguntou se a política de recrutamento da empresa é baseada em critérios imparciais, sendo que a maioria dos respondentes concordou parcialmente com a ela.

Gráfico 14 – Política de recrutamento e critérios imparciais



Fonte: Autor (2024)

O processo de recrutamento é um importante recurso da organização, sendo que os colaboradores são compreendidos como a força motriz de uma empresa. O recrutamento faz parte de um processo maior que visa suprir e prover o principal recurso de produção. Este recurso deve ser feito de maneira imparcial, sobretudo em uma Fintech, tendo em vista que faz parte de sua estrutura uma maior margem de risco. Isto ocorre, porque as Fintech possuem uma base legal menos rígida quando comparada a instituições financeiras tradicionais (LI; SPIGT; SWINKELS, 2017; ROBIYANTO et al., 2021). Deste modo, a mão de obra da organização deve ser contratada visando abranger o trio missão-visão-valores.

Deste modo, tendo em vista a importância da impessoalidade para a seleção dos colaboradores, questionou-se ainda se este processo era realizado baseado em critérios objetivos, nesta questão pode-se observar que a maioria dos respondentes concordou parcialmente com ela, como pode ser observado no Gráfico 15.

Gráfico 15 – Política de recrutamento e critérios objetivos



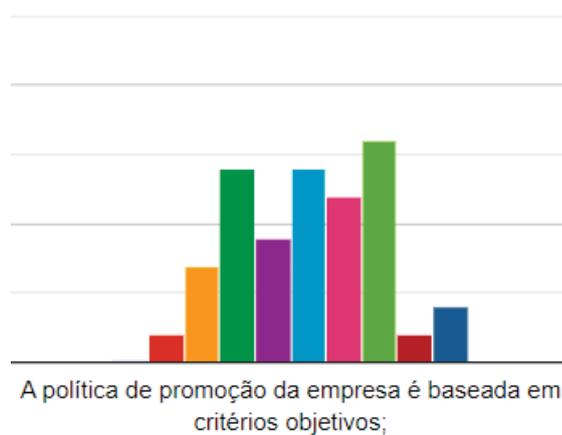
Fonte: Autor (2024)

O recrutamento tornou-se motivo de preocupação para muitas organizações e estudiosos de gestão porque é somente através de um processo e procedimentos de recrutamento robustos que uma organização pode obter um candidato legítimo que possa efetivamente preencher uma posição vaga na organização que irá auxiliar a cumprir a sua missão através de seus valores e visão. Neste sentido, para que se consiga obter um colaborador adequado é importante que o recrutamento seja

realizado em critérios objetivos, afastando critérios de cunho subjetivo (ALADE, 2023)

Foi questionado ainda se a política de promoção realizada pela organização era baseada em critérios objetivos, sendo que os respondentes ficaram divididos entre concordo parcialmente e discordo parcialmente, demonstrando que existe dúvida em relação aos critérios de promoção, apesar de existirem. As respostas podem ser observadas no Gráfico 16.

Gráfico 16 – Política de promoção e critérios objetivos

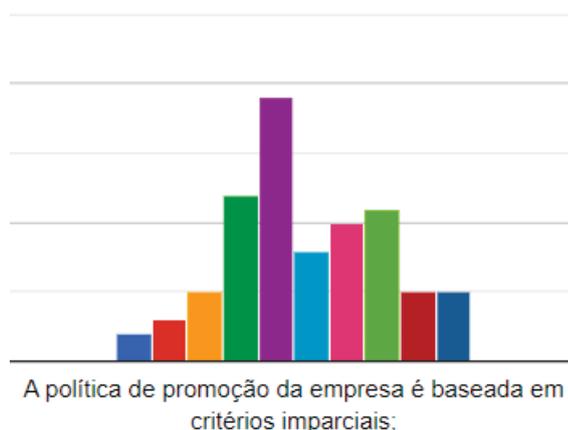


Fonte: Autor (2024)

É muito importante que a gestão estabeleça e informe critérios objetivos das políticas de promoção aos colaboradores. Os critérios para promoção de funcionários visam valorizar o colaborador que merece e desenvolver os seus talentos dentro da organização. Este conjunto de ações ajudará a elevar a performance de toda a empresa (BLOCK, 2020). A entrega de bons desempenhos na função atual é o principal critério que deve ser abrangido, no entanto, outros valores também estão presentes, como postura pessoal alinhada aos valores da organização, boas habilidades de comunicação e proatividade e boa imagem perante os outros colaboradores (ALADE, 2023).

Ainda no âmbito da política de promoção os seus critérios devem também ser imparciais, neste sentido, a maioria dos respondentes disseram que discordam parcialmente que os critérios sejam imparciais, como pode ser observado no Gráfico 17.

Gráfico 17 – Política de promoção e critérios imparciais



Fonte: Autor (2024)

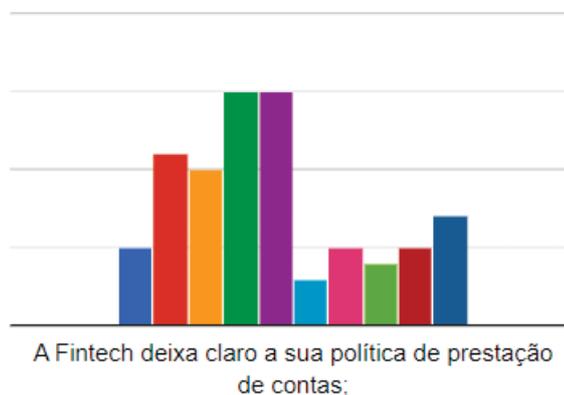
Os critérios imparciais fecham o conjunto de questões que abordavam sobre a equidade no tratamento de todas as partes interessadas, sendo que, os critérios imparciais juntamente com os critérios objetivos visam compor um corpo de profissionais que sejam adequados para a organização e que obedeçam ao trio missão-visão-valores, proporcionando maior integridade para os processos organizacionais (BLOCK, 2020).

De modo geral, pode-se observar neste conjunto de perguntas que as Fintechs precisam estabelecer de maneira mais sólida este pilar da GC, para que seus processos possam ser mais sustentáveis. Isto porque, o que pode-se observar com este conjunto de perguntas é que em todas as questões houve um cumprimento parcial da empresa em relação aos elementos que afetam diretamente o pilar da equidade (SAMPAIO et al., 2020).

O próximo conjunto de questões abordou acerca do pilar da prestação de contas (accountability), buscando analisar questões acerca da comunicação de dados financeiros e contábeis, bem como todas as ações e entregas operacionais e estratégias da organização que possam impactar os stakeholders.

Neste contexto, foi questionado se a Fintech deixa claro a sua política de prestação de contas, sendo que a maioria dos colaboradores discordaram desta questão, como pode ser observado no Gráfico 18.

Gráfico 18 – Política de prestação de contas



Fonte: Autor (2024)

Prestação de contas implica no dever de agir de maneira responsável e prestar contas pelas próprias ações para manter ligações eficazes e lógicas entre planejamento, decisão, ação e verificação (SAMPAIO et al., 2020) e está relacionada a medição de desempenho (CAIXE; RODRIGUES, 2022) sendo necessária para a transparência no uso e na gestão dos recursos.

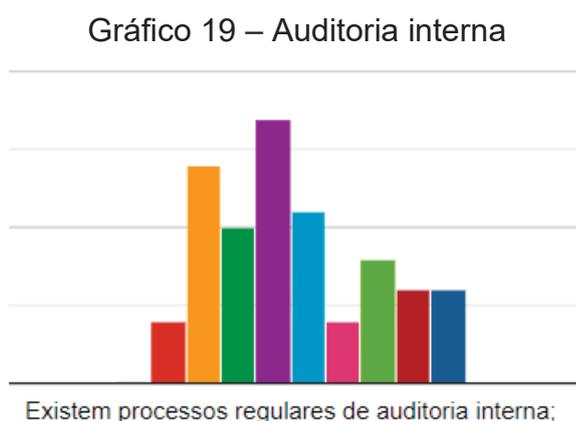
Assim, a prestação de contas refere-se não somente a necessidade de tornar transparente o uso de recursos financeiros e não financeiros, mas também sobre a correção da capacidade de gestão, a adequação e conformidade entre ações e objetivos e os resultados alcançados pela organização. Para isso, é necessário fornecer uma representação clara dos requisitos políticos, sociais, culturais e ambientais da organização em que a organização opera.

Prestação de contas efetivas e transparentes são desafios para toda organização, principalmente no setor público que busca confiabilidade e credibilidade perante a sociedade. O exercício da transparência dentro da organização se utiliza de uma ferramenta muito importante que é a accountability. O tema da accountability tem sido amplamente estudado no âmbito da gestão pública, focando a responsabilização dos governantes e administradores no trato da coisa pública, ou no âmbito da iniciativa privada, focando na responsabilidade social. (BLOCK, 2020).

Sampaio et al. (2020) afirmam que accountability é o dever de prestar contas e ser responsabilizado pelos seus atos, ou seja, é necessário responder pela eficiência, eficácia e economia na gestão dos recursos organizacionais. A accountability pode ser entendida como a maneira pela qual uma organização divulga

suas informações às partes interessadas (stakeholders) como uma forma de prestação de contas, devido a fatores legais ou informais.

Neste sentido, há que se falar também acerca da auditoria interna para as Fintechs, sendo que a maioria dos respondentes expuseram que não existem processos de auditoria interna de maneira regular, como pode ser observado no Gráfico 19.



Fonte: Autor (2024)

A boa governança corporativa depende do trabalho em conjunto entre a área de *compliance* e de auditoria interna, que trabalham juntas, porém mantendo cada uma sua função (COSTA; NOGUEIRA, 2020). Nesse cenário, a governança corporativa é um sistema utilizado dentro das organizações que visa administrar, monitorar e incentivar os processos internos. Sem do assim, ela conta com um modelo de gestão que envolve os administradores, sócios e todo o corpo integrante da empresa.

Neste contexto, a GC pode ser compreendida como um conjunto de processos e de boas práticas que irá auxiliar o mercado de negócios a conseguir maior transparência dos relatórios organizacionais, visando-se, com isso, aumentar a confiança entre todas as partes interessadas (COSTA; NOGUEIRA, 2020). Deve haver periodicidade nas auditorias internas para que haja adequação dos controles, verificação da qualidade, cumprimento de metas e assim da efetividade (NAKAMURA et al., 2019).

A divulgação dos resultados financeiros apresenta-se como outra estratégia

que pode ser utilizada como recurso para uma melhor GC, auxiliando o pilar de accountability. Neste sentido, foi questionado aos respondentes se os resultados financeiros são divulgados periodicamente para todos das empresas, sendo que a maioria dos respondentes disse discordar parcialmente desta questão, como pode ser observado no Gráfico 20.

Gráfico 20 – Divulgação dos resultados financeiros

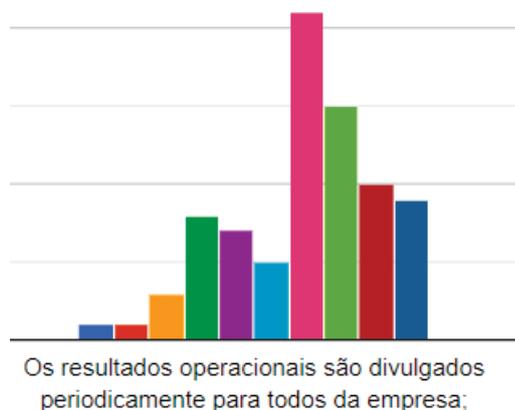


Fonte: Autor (2024)

A divulgação de resultados é uma estratégia utilizada por empresas e organizações para compartilhar informações sobre seus desempenhos financeiros. Essa prática é fundamental para manter os stakeholders informados sobre o andamento dos negócios, bem como para atrair investidores e parceiros comerciais. Além disso, a divulgação de resultados é uma forma de atrair investidores e parceiros comerciais (BLOCK, 2020; ROSSETTI; ANDRADE, 2014). Empresas que apresentam um desempenho sólido e consistente têm mais chances de conquistar a confiança de potenciais investidores e de estabelecer parcerias estratégicas. A divulgação de resultados pode ser realizada de diferentes formas, como, por exemplo, através de relatórios financeiros, comunicados e reuniões.

Além da divulgação dos resultados financeiros foi questionado se existia divulgação dos resultados operacionais, sendo que os respondentes concordaram com esta informação, demonstrando uma falha na divulgação de resultados financeiros maior do que nos resultados operacionais.

Gráfico 21 – Divulgação dos resultados operacionais

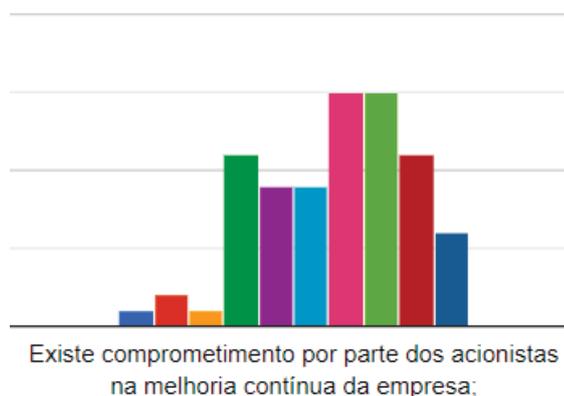


Fonte: Autor (2024)

A divulgação de resultados operacionais desempenha um papel crucial na transparência e na prestação de contas das empresas. Ao compartilhar informações operacionais, as organizações demonstram sua responsabilidade perante os acionistas, clientes, funcionários e demais partes interessadas. Sendo um importante recurso da GC para que a empresa seja mais sustentável (BLOCK, 2020; ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

O Gráfico 22 questionou se existia comprometimento por parte dos acionistas na melhoria contínua da empresa, sendo que a maioria dos respondentes concordou com a questão.

Gráfico 22 – Melhoria contínua e acionistas



Fonte: Autor (2024)

A questão da melhoria contínua é uma característica da empresa Fintech,

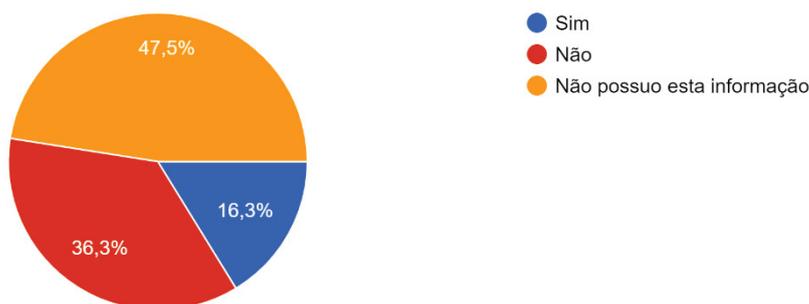
tendo em vista que os principais pontos fortes das empresas de tecnologia financeira se da por tecnologias inovadoras com requisitos mínimos de capital em um ambiente regulatório baixo, o que gera a necessidade de uma GC mais sólida, para que possa gerenciar de maneira rígida proporcionando integridade e sustentabilidade organizacional (BLOCK, 2020; ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

Este conjunto de questões acerca da prestação de contas demonstrou que as Fintechs analisadas gerem melhor suas informações operacionais quando comparadas às questões fiscais, o que ocasiona uma perda de confiabilidade em seus processos organizacionais, afetando, diretamente, a sua sustentabilidade e desenvolvimento.

Foi questionado ainda se a organização possuía conselho fiscal, sendo que apenas 16,3% responderam que sim, enquanto 47,5% disseram que não possuíam essa informação e 36,3% falaram que não possuía, como pode ser observado no Gráfico 23.

Gráfico 23 – Conselho fiscal

A Fintech possui conselho fiscal? O conselho fiscal é um órgão fiscalizador independente da diretoria executiva e do conselho de administração...tribuir para o melhor desempenho da organização.
80 respostas



Fonte: Autor (2024)

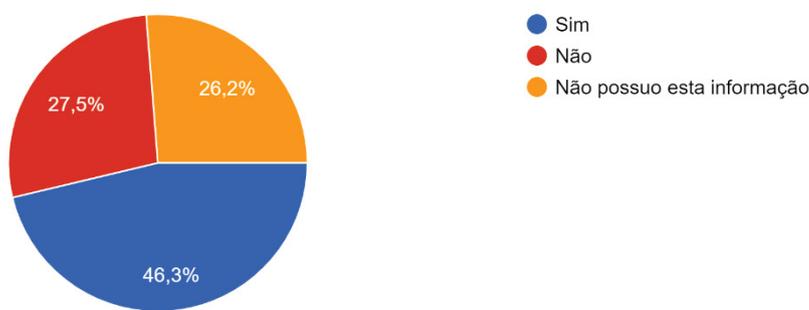
O conselho fiscal é parte integrante do sistema de governança das organizações. Pode ser permanente ou não, conforme dispuser o estatuto. Representa um mecanismo de fiscalização independente dos administradores para reporte aos sócios, instalado por decisão da assembleia geral, cujo objetivo é preservar o valor da organização. Os conselheiros fiscais possuem poder de atuação

individual, apesar do caráter colegiado do órgão (BLOCK, 2020).

Além do conselho fiscal existe ainda o conselho administrativo, sendo que quando questionados dele 46,3% dos respondentes afirmaram que a empresa possuía, enquanto 27,5% disseram que não possuía e 26,2% não soube responder essa questão, como pode ser visto no Gráfico 24.

Gráfico 24 – Conselho administrativo

A Fintech possui conselho administrativo? O conselho administrativo tem como função gerar transparência e credibilidade dentro das empresas....dicadas pelos acionistas para auxiliar a empresa.
80 respostas



Fonte: Autor (2024)

Almubarak e Aljughaiman (2024) sugerem que os mecanismos de governança corporativa poderiam reduzir os custos das agências e melhorar a tomada de decisões, sendo que um dos mais importantes mecanismos de governança corporativa é o conselho de administração. A teoria da dependência de recursos sustenta que o conselho de administração pode trazer mais conhecimento e experiência para as empresas, permitindo-lhes gerenciar a incerteza no ambiente externo e obter acesso a recursos importantes.

Nesse sentido, o conselho de administração pode ajudar os bancos a se desenvolverem rapidamente no mercado, levando-os a alcançar uma melhor qualidade das fintechs. Alternativamente, a teoria da agência enfoca o papel dos diretores no monitoramento da gestão e na redução dos conflitos de interesse que podem surgir da separação entre propriedade e gerência. Desse ponto de vista, o conselho de administração pode levar a um monitoramento excessivo, o que prejudica a qualidade das fintechs. Para melhor investigar essas possibilidades, focamos em

dois fatores importantes na composição dos conselhos de administração: tamanho do conselho e independência do conselho.

Estudos anteriores argumentam que o conselho de administração pode trazer e influenciar a inovação das empresas, Li, Spigt e Swinkels (2017) afirmam que a liderança traz novas inovações para as empresas. Os membros do conselho de administração podem planejar mudanças estratégicas (incluindo o início da inovação) para melhorar o desempenho da empresa e competir no mercado. Nesse sentido, o conselho de administração pode apreciar novos produtos Fintech e facilitar a tecnologia financeira como resposta às rápidas mudanças no setor financeiro.

De acordo com a teoria da dependência de recursos, o ambiente externo pode afetar o comportamento da empresa. Em detalhes, as empresas precisam trazer especialistas para competir com ameaças externas e ser capazes de acessar fontes externas. Os conselheiros têm experiência, conhecimento, habilidades, reputação e relacionamento social. Conseqüentemente, um conselho de administração eficaz pode ser capaz de melhorar a capacidade de uma empresa de acessar recursos críticos e pode trazer as ferramentas mais inovadoras para ajudar a empresa a competir com seus concorrentes (ALMAHADIN et al., 2023).

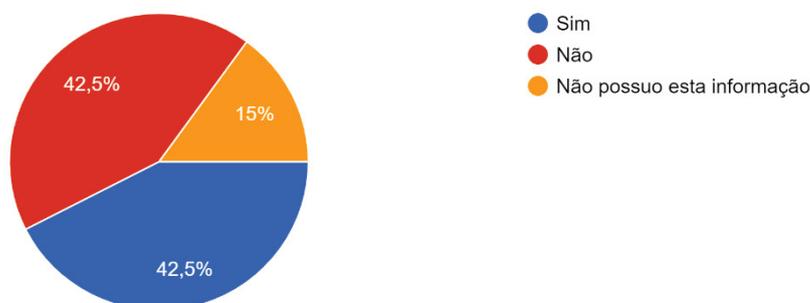
Portanto, um conselho de administração eficaz pode ser capaz de aprimorar a tecnologia financeira de um banco devido à sua experiência e capacidade de acessar recursos externos. As fintechs podem ser classificadas como produtos de inovação que permitem que os bancos atendam às necessidades dos clientes, o que, por sua vez, melhora a reputação e o desempenho do banco. Assim, um conselho de administração eficaz pode estar associado a produtos Fintech de maior qualidade.

A questão 28 abordou a existência de Compliance na organização, sendo que 42,5% responderam que a empresa possui, enquanto 42,5% responderam não possuir e 15% não soube responder, como demonstrado no Gráfico 25.

Gráfico 25 - Compliance

A Fintech possui área de Compliance? O objetivo do compliance nas empresas é garantir a conformidade com leis, regulamentos e padrões éticos, multas, litígios e danos à imagem da empresa.

80 respostas

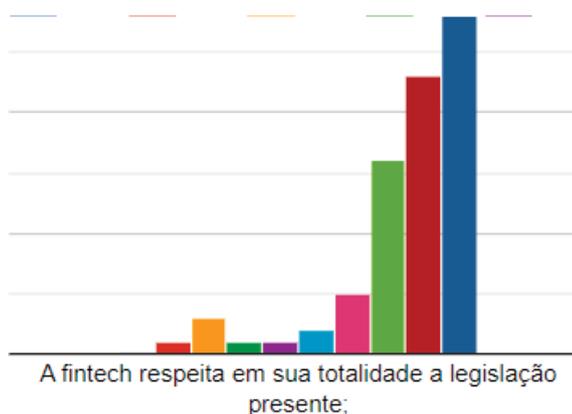


Fonte: Autor (2024)

O *compliance* é uma função instituída nas organizações que lhes assegura a aderência de regras legais, regulamentares, às políticas internas e às boas práticas do mercado, evidentemente alinhadas aos objetivos globais da organização. Desta forma pode ser considerada como uma ferramenta que as instituições utilizam para nortear a condução dos próprios negócios, proteger os interesses de seus clientes e salvaguardar o seu bem mais precioso: a reputação, o que controla os riscos de *compliance*, isto é, o risco de imagem e o risco legal, a que se sujeitam as instituições no curso de suas atividades (CAIXE; RODRIGUES, 2022; ALMUBARAK; ALJUGHAIMAN, 2024).

Foi realizado ainda um conjunto de perguntas que abordava o pilar da responsabilidade corporativa, o qual se refere ao enquadramento das normas vigentes, assim como da legislação presente, atos constitutivos e regulatórios da própria empresa e códigos de conduta internos. Sendo que a maioria dos respondentes disseram concordar totalmente em relação a Fintech respeitar em sua totalidade a legislação presente.

Gráfico 26 – Respeito à legislação

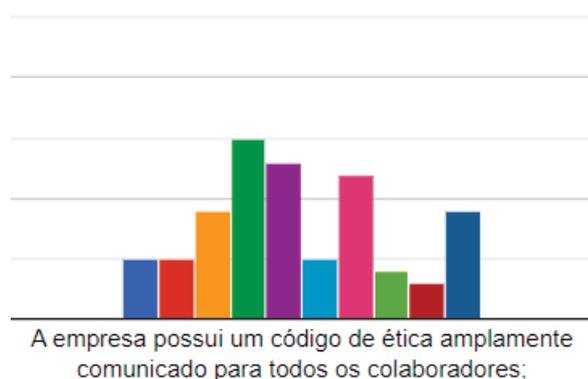


Fonte: Autor (2024)

O cumprimento da legislação é essencial para demonstrar a integridade da organização, proporcionando maior solidez para sua base organizacional e maior sustentabilidade de seus processos. O cumprimento da legislação afeta de maneira positiva a cultura organizacional, incentivando os funcionários em seus próprios atos de produção (BLOCK, 2020; ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

Foi questionado ainda acerca da divulgação do Código de Ética da organização, sendo que os respondes mais discordaram do que concordaram acerca da sua divulgação, como pode ser observado no Gráfico 27.

Gráfico 27 – Divulgação do Código de Ética



Fonte: Autor (2024)

O Código de Ética apresenta-se como um conjunto de estratégias utilizadas para administrar a relação entre a empresa e os acionistas e colaboradores, visando

determinar e controlar a direção estratégica e o desempenho das organizações. Os códigos de ética anunciam os princípios fundamentais que devem orientar o comportamento. São documentos de natureza abstrata. Em geral, o código de ética não prevê sanções por descumprimento, pois sua adesão é voluntária e os princípios não são impostos mediante sanção (BLOCK, 2020; ROSSETTI; ANDRADE, 2014).

Este código irá fundamentar os valores e princípios da organização, construindo a sua cultura organizacional. Deste modo, suas informações devem sempre ser comunicadas, de maneira contínua e clara, para os funcionários, buscando respaldar todo o seu processo de produção de acordo com a visão da empresa.

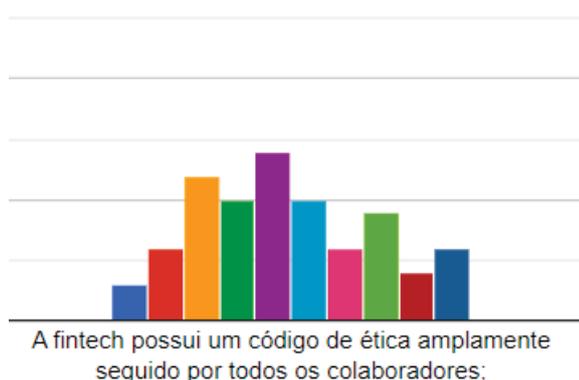
Este código é criado após a identificação e avaliação dos riscos de integridade inerentes às atividades da Fintech, com isso, inicia-se o processo para consolidar e documentar o programa de integridade, com a indicação formal das medidas de prevenção a serem seguidas a partir da elaboração das políticas de integridade. Esse documento normalmente corporifica o código de conduta ou manual de compliance, que será considerado na avaliação da efetividade do programa por organismos de controle ou por auditores e estabelece, entre outros tópicos, os direitos e obrigações dos diretores da organização, gerentes, empregados, agentes terceirizados e parceiros comerciais (GUEDHAMI et al., 2022).

Esses documentos servem como a formalização inicial da agência no tratamento dos riscos de integridade, definindo sua posição em relação aos diversos assuntos relacionados às suas atividades. Serve como guia – em conjunto com ações e exemplos da alta administração – para que seus empregados e colaboradores escolham o caminho da adoção de práticas éticas e legais (compliant).

Para tanto, é fundamental comunicar efetivamente ao conjunto de partes interessadas a existência e o conteúdo do código de ética e integridade da agência. As especificações do compliance devem ser consolidadas em linguagem acessível e objetiva, para que cada um saiba qual é o comportamento legal e ético que lhe cabe no desempenho de suas atividades, utilizando preferencialmente uma dinâmica de perguntas e respostas (FAQ). É fundamental tratar com clareza todos os assuntos relevantes da agência no programa de integridade, sem dogmas (BLOCK, 2020; GUEDHAMI et al., 2022).

Além da criação e divulgação do Código de Ética foi questionado se a Fintech possuía um código de ética amplamente seguido por todos os colaboradores, sendo que a maioria dos respondentes discordaram parcialmente da questão, como pode ser observado no Gráfico 28.

Gráfico 28 – Cumprimento do Código de Ética

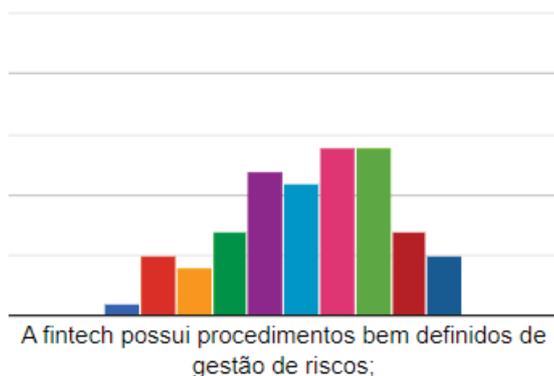


Fonte: Autor (2024)

De acordo com Block (2020), quando detectadas condutas em desconformidade, a organização deve tomar medidas razoáveis para responder apropriadamente ao ilícito e para prevenir outras condutas similares, incluindo realizar quaisquer mudanças necessárias ao programa de integridade. As sanções devem estar determinadas previamente de forma clara, como sanção pela falta de observância ao programa, sempre observando os parâmetros legalmente estabelecidos no ordenamento jurídico que rege a agência. A organização deve, portanto, avaliar periodicamente os riscos de conformidade e tomar as medidas apropriadas para aperfeiçoar o desenho e a implementação de sua gestão de riscos de integridade.

O Gráfico 29 questionou se a Fintech possuía procedimentos bem definidos em relação a gestão de riscos, sendo que os respondentes disseram que estes procedimentos não são tão bem definidos.

Gráfico 29 – Gestão de Riscos



Fonte: Autor (2024)

A gestão de riscos consiste em um conjunto de atividades coordenadas para identificar, analisar, avaliar, tratar e monitorar riscos. Para elevar a chance de alcançar objetivos, as organizações adotam desde abordagens informais até abordagens altamente estruturadas e sistematizadas de gestão de riscos, dependendo de seu porte e da complexidade de suas operações (GUEDHAMI et al., 2022). A gestão de riscos é fundamental para apoiar os agentes da governança das agências públicas no cumprimento de suas responsabilidades de gerar, preservar e entregar valor público em benefício da sociedade (accountability) (BJORNSKOV; FOSS, 2013).

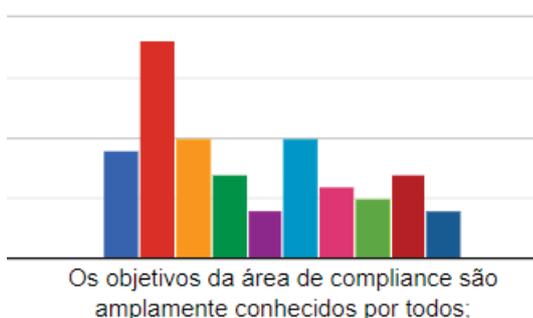
A gestão de riscos é o processo que trata dos riscos e oportunidades que afetam a criação, a destruição ou a preservação de valor nas organizações. A premissa inerente ao gerenciamento de riscos é a de que toda a agência, pública ou corporativa, existe para gerar valor às partes interessadas (stakeholders). Ao considerar os efeitos da incerteza sobre o alcance dos objetivos, a gestão de riscos é um componente fundamental da governança e da gestão dos processos organizacionais para melhorar a capacidade de gerar valor (BJORNSKOV; FOSS, 2013).

Quando a gestão de riscos é corretamente implementada, de forma sistemática, estruturada e oportuna, gera benefícios que impactam diretamente cidadãos e outras partes interessadas da organização ao viabilizar o adequado suporte às decisões de alocação e uso apropriado dos recursos públicos, o aumento do grau de eficiência e eficácia no processo de criação, proteção e entrega de valor

público, otimizando a conformidade e o desempenho, elevando os resultados entregues à sociedade (BUENO; SERRÃO, 2018).

O Gráfico 30 questionou se os objetivos do compliance são amplamente conhecidos por todos, sendo que a maioria dos respondentes discordou totalmente desta questão.

Gráfico 30 – Objetivos do compliance



Fonte: Autor (2024)

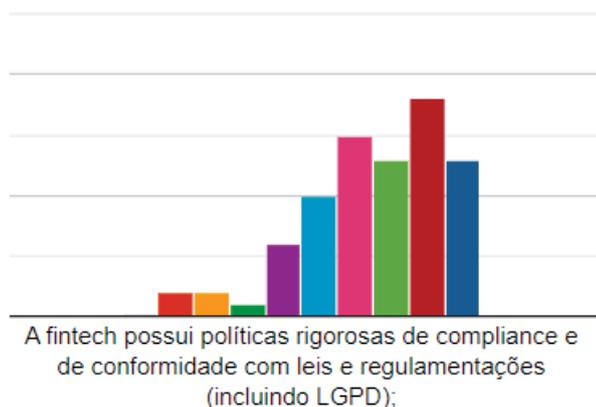
O conhecimento dos objetivos do compliance são essenciais para uma gestão que proporcione integridade organizacional, sendo que as organizações precisam adequar seus processos para melhorar este ponto. Isto porque, compliance é um conjunto de regras que irá nortear a conduta de integridade de uma organização é denominado de compliance.

Os sistemas de compliance serão programas de integridade, mas ambos se referem à conformidade com os requisitos (deve observar) e compromissos (escolhe observar) da organização (BLOCK, 2020). O conceito de integridade expressa a condição das Fintech que atuam em conformidade com os princípios e normas que orientam a sua gestão. Promover uma cultura de integridade organizacional é um requisito essencial para o aumento da confiança dos sócios e colaboradores.

Manter um elevado nível de integridade corporativa e desenvolver uma cultura organizacional baseada em elevados valores e padrões de conduta é uma política fundamental para o desenvolvimento de sustentabilidade para a Fintech. Com esse propósito, os programas de integridade reúnem um conjunto de ações voltadas para a prevenção, detecção, punição e remediação de fraudes e atos de corrupção governamental.

O Gráfico 31 questionou se a Fintech possuía políticas rigorosas de compliance e de conformidade com as leis e regulamentações, incluindo a LGPD, a maioria dos respondentes concordou totalmente com esta questão.

Gráfico 31 – Políticas rigorosas de compliance



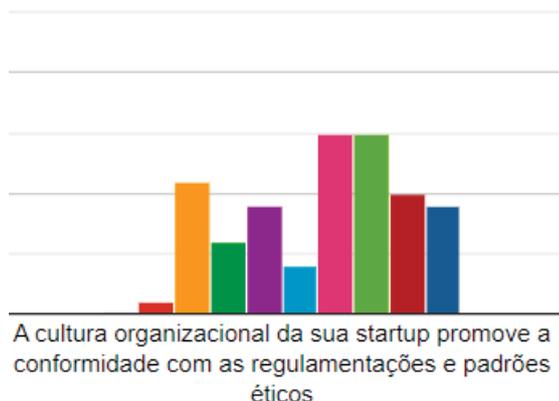
Fonte: Autor (2024)

Políticas rigorosas de compliance e que estejam em conformidade com as leis e regulamentações vigentes, incluindo a LGPD, são essenciais para a manutenção de uma estrutura organizacional que seja íntegra. A criação destas políticas irá orientar o comportamento dos colaboradores de forma a alinhá-los ao interesse da missão, visão e valores da organização (ALADE, 2023).

As principais ferramentas de promoção da conduta ética são os códigos e os treinamentos que visam disseminar uma cultura de integridade e incentivar uma liderança virtuosa. Esses códigos são indispensáveis para especificar os princípios, os valores e os padrões de conduta esperados dos agentes, e se classificam em códigos de ética, códigos de conduta e códigos de regras e regulamentos.

O Gráfico 32 perguntou se a cultura organizacional da startup promove a conformidade com as regulamentações e padrões éticos, sendo que houve uma divisão de respostas, indicando que algumas cumprem mais que as outras, mas a maioria promove um nível médio de conformidade.

Gráfico 32 – Cultura organizacional



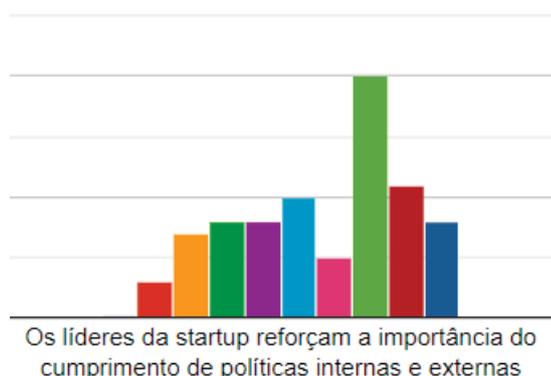
Fonte: Autor (2024)

A cultura organizacional pode ser definida como diversos valores adquiridos no longo prazo a partir das relações pessoais íntimas (BLOCK, 2020), as formas de pensar e comportamentos dos trabalhadores nos locais de trabalho. A cultura organizacional é fortemente influenciada, impactando no ambiente organizacional e em todos os postos de trabalho da empresa, deste modo, uma cultura organizacional bem estabelecida através da missão, visão e valores, bem como do código de ética e compliance, são fundamentais. Como a cultura organizacional representa um fator fundamental para as organizações, a qual reflete os valores e crenças dos trabalhadores auxiliam no direcionamento de como esses trabalhadores devem se comportar (CAIXE; RODRIGUES, 2022).

Deste modo, a cultura organizacional influencia o comportamento do colaborador e, quando não está em conformidade com as regulamentações e padrões éticos proporciona um maior risco a sua integridade, gerando menor sustentabilidade para seus processos organizacionais.

O Gráfico 33 questiona se os líderes da startup reforças a importância do cumprimento de políticas internas e externas, sendo que a maioria dos respondentes indicou concordar com esta questão.

Gráfico 33 – Cumprimento das políticas internas e externas



Fonte: Autor (2024)

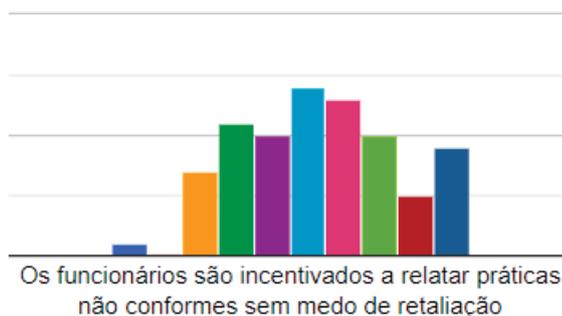
Toda empresa tem rotinas e procedimentos próprios que precisam ser conhecidos e seguidos por todos os colaboradores. E para que essas normas e regras sejam aplicadas no dia a dia, é essencial que a organização tenha políticas corporativas estabelecidas. É a política empresarial que vai garantir que o negócio funcione de maneira adequada e cumpra o seu propósito de mercado – o que, conseqüentemente, também contribui para que a empresa alcance resultados positivos (SAMPAIO et al., 2020).

Políticas corporativas documentam ações, comportamentos e procedimentos que precisam ser seguidos dentro de uma empresa. Elas refletem o propósito e os objetivos de uma organização e estabelecem o que deve ser feito para alcançá-los. As políticas podem orientar as ações que ocorrem dentro da empresa e impactam os funcionários e gestores (políticas internas). E também se aplicam ao modo como a organização se porta em relação ao público externo (políticas externas) (BLOCK, 2020).

Essas políticas, assim como o código de ética, auxiliam na solidificação de uma cultura organizacional que siga os princípios e valores da empresa, gerando maior integridade dos seus processos e sustentabilidade organizacional para a Fintech.

O Gráfico 34 questionou se os funcionários são incentivados a relatar práticas não conformes sem medo de retaliação, sendo que os respondentes indicarem sentir certo receio em sua grande maioria.

Gráfico 34 – Incentivo para relatar práticas não conformes

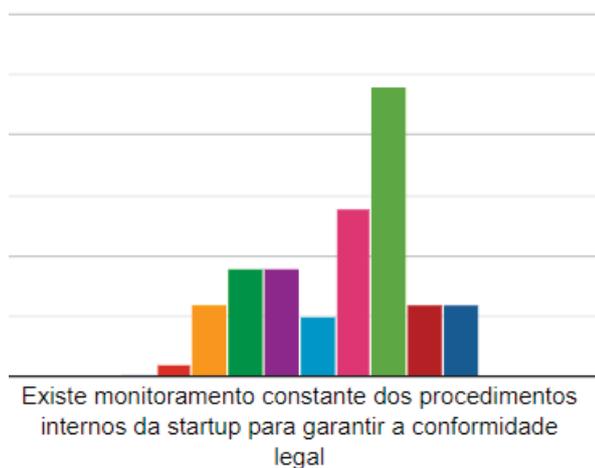


Fonte: Autor (2024)

O incentivo para relatar práticas não conformes é muito importante para a integridade da organização Fintech, pois os colaboradores possuem maior contato com os processos operacionais que podem gerar desvios de condutas. O medo em delatar faz com que os colaboradores não colaborem com os processos de integridade da cultura organizacional, prejudicando a sustentabilidade da empresa (SAMPALHO et al., 2020).

O Gráfico 35 questionou se existe monitoramento constante dos procedimentos internos da startup para garantir a conformidade legal, sendo que a maioria dos respondentes afirmou concordar parcialmente com a questão.

Gráfico 35 – Monitoramento dos procedimentos internos



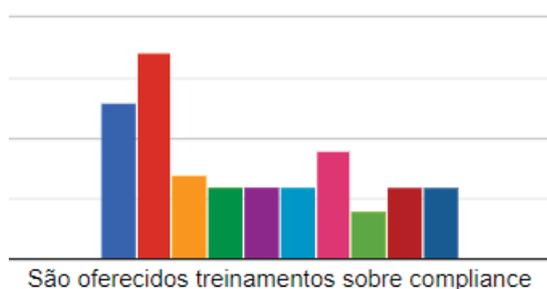
Fonte: Autor (2024)

Os monitoramentos para verificar se os procedimentos internos estão de

acordo com a conformidade legal é muito importante para uma Fintech, tendo em vista que é uma instituição financeira com menor rigor legal, o que pode proporcionar brechas para desvios de condutas, gerando, deste modo, um maior risco para a empresa. Deste modo, uma forma de desenvolver integridade e confiabilidade nos processos organizacionais de uma Fintech é o monitoramento constante de seus processos (LI; SPIGT; SWINKELS, 2017).

Para isto, é muito importante que sejam realizados treinamentos compliance, visando capacitar os funcionários nas regras internas da instituição financeira, diante deste cenário, questionou-se se são oferecidos treinamentos acerca do compliance, sendo que a maioria dos funcionários discordaram totalmente da questão, como pode ser observado no Gráfico 36.

Gráfico 36 – Treinamento Compliance



Fonte: Autor (2024)

O treinamento de compliance é uma ação que garante transparência, confiabilidade, ética e boa reputação à empresa, sendo que no treinamento os colaboradores entram em contato com os regulamentos e diretrizes relacionados aos processos organizacionais e aprendem a identificar possíveis desvios de condutas. Através destes treinamentos, os gestores podem estabelecer políticas internas, regulamentos e melhores práticas para garantir transparência, segurança, responsabilização e atualização contínua (BJORNSKOV; FOSS, 2013).

Foi questionado ainda se os treinamentos de compliance eram oferecidos regularmente aos funcionários, sendo que a maioria dos colaboradores indicou discordar totalmente, demonstrando uma ausência de regularidade nos cursos, como demonstra o Gráfico 37.

Gráfico 37 – Regularidade dos treinamentos de compliance

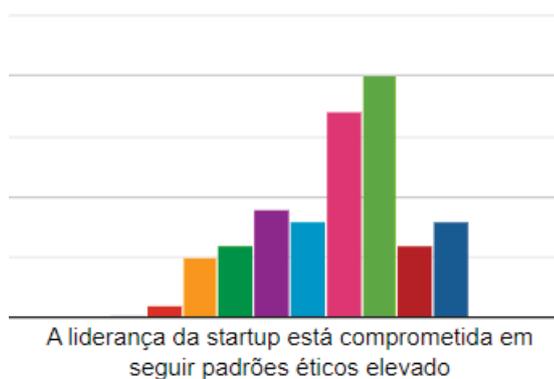


Fonte: Autor (2024)

O treinamento de compliance é a maneira mais efetiva de ensinar os colaboradores sobre os regulamentos e regras da organização, tanto normas jurídicas e administrativas quanto valores éticos e morais. Toda norma tem o propósito de criar um limite, indicando o que pode ou não ser feito. É preciso regularidade deste treinamento, para sanar dúvidas, reforçar códigos de conduta e renovar o conhecimento dos colaboradores (BJORNSKOV; FOSS, 2013; SAMPAIO et al., 2020).

Por fim, foi questionado se a liderança da startup está comprometida em seguir padrões éticos elevados, sendo que a maioria dos respondentes respondeu concordar parcialmente com a questão, como demonstra o Gráfico 38.

Gráfico 38 – Liderança comprometida com padrões éticos elevados



Fonte: Autor (2024)

A liderança é um instrumento muito importante para a consolidação da cultura

organizacional, ela irá influenciar de maneira direta no comportamento dos colaboradores e em como eles irão respeitar os códigos de ética e princípios da organização. Deste modo, a liderança deverá sempre estar comprometida com padrões éticos elevados, buscando, com isso, gerar uma cultura organizacional pautada na integridade da organização (SAMPAIO et al., 2020).

Diante do exposto, pode-se observar a necessidade de implementação de uma GC eficaz nas organizações Fintech analisadas. Najaf et al. (2022), relataram que as empresas de Fintech com CG mais forte exibiram menos resposta negativa do preço das ações, enquanto as empresas de Fintech com CG mais fraco exibiram uma resposta mais negativa do preço das ações. Deste modo, pode-se observar que a governança corporativa é um dos mecanismos mais importantes para assegurar o desenvolvimento sustentável das empresas (ALMUBARAK; ALJUGHAIMAN, .2024).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A boa governança postula a influência positiva do desempenho da GC sobre a reputação de Fintechs, o que ajuda as empresas a ganhar a confiança dos stakeholders, tendo em vista que a GC proporciona maior integridade para os processos organizacionais das Fintechs, instituições financeiras que possuem menor rigor legal, quando comparadas às instituições financeiras tradicionais. Diante deste contexto, foi aplicado um questionário a 143 colaboradores de Fintechs visando identificar o nível de adoção dos pilares da GC por essas organizações.

Através das questões aplicadas pode-se observar que as Fintechs analisadas, de maneira geral, seguem códigos de ética e bases legais, no entanto, ainda adotam de maneira muito superficial os pilares da GC, não sendo identificado a implementação real desta prática. Analisando os resultados do questionário, nota-se que mesmo tendo mais da metade dos respondentes afirmando que conheciam sobre GC, a maioria afirmou que sua empresa não possuía práticas de GC, o que mostra que existe uma disparidade entre o conhecimento e a prática dos pilares.

Também foi observado que existe uma grande variabilidade de opiniões, com dados muito distantes uns dos outros, com relação aos pilares de Transparência, Prestação de Contas, Equidade e Responsabilidade Corporativa, o que acaba prejudicando o desempenho das empresas. A falta de adoção e aprimoramento destes pilares afeta de maneira direta a cultura organizacional dessas empresas, gerando maior risco em seus processos organizacionais.

Para auxiliar as empresas a melhorarem suas práticas de GC, seria recomendado uma maior adoção do Conselho Fiscal, que busca sempre contribuir para o melhor desempenho da organização através da implementação dos quatro pilares de GC. Ademais, seria pertinente aplicar cursos e treinamentos dentro das Fintech's sobre as práticas de GC, para deixar mais claro para os colaboradores o que cada pilar representa, buscando trazer uma conversão maior de opinião e visando também a maximização dos resultados corporativos.

A GC é um mecanismo que busca formular regras que inibam os conflitos identificados na organização, sendo um sistema de controle e monitoramento dos processos organizacionais. Eles auxiliam a organização na sua sustentabilidade e

integridade, aumentando o seu valor de mercado. As empresas com CG de alta qualidade demonstram menor assimetria de informação, risco idiossincrático, probabilidade de crise financeira, custo de capital, gerenciamento de resultados risco e gravidade de fraude. Isso pode refletir, dentro de uma Fintech, em uma maior facilidade de levantar capital de risco no mercado e uma melhor avaliação de seu valor intrínseco.

Deste modo, conclui-se a necessidade da implementação de uma GC eficaz nas organizações analisadas, através da identificação dos riscos e estabelecimento de medidas que visem impedir, bem como de treinamento adequado para os funcionários. É importante ainda a otimização da prestação de contas dos processos financeiros, visando uma maior transparência. Importante ressaltar que futuras pesquisas e aplicações sobre GC e seus pilares são necessárias para contribuir com mais conhecimento e trazer mais relevância para estes tópicos, desta maneira aprimorando o aprendizado das práticas de governança dentro das empresas e gerando uma maior confiança e controle de informações dentro das Fintech's.

REFERÊNCIAS

AGUILERA, Ruth V. et al. Connecting the dots: Bringing external corporate governance into the corporate governance puzzle. **Academy of Management Annals**, v. 9, n. 1, p. 483-573, 2015.

ALADE, Isa. Reconceptualization of Corporate Governance for Fintech Firms. **Loyola of Los Angeles International and Comparative Law Review (Forthcoming)**, 2023.

ALMEIDA, João Henrique et al. Analysis of Validity and Precision of a Semantic Differential Instrument. **Psicologia, Reflexão e Crítica**, v. 27, n. 2, p. 272, 2014.

ALMUBARAK, Ayth I.; ALJUGHAIMAN, Abdullah A. Corporate Governance and FinTech Innovation: Evidence from Saudi Banks. **Journal of Risk and Financial Management**, v. 17, n. 2, p. 48, 2024.

ALMAHADIN, Hamed Ahmad et al. Impact of Blockchain Technology and Fintech on Sustainable Performance. In: **2023 International Conference on Business Analytics for Technology and Security (ICBATS)**. IEEE, 2023. p. 1-5.

ÁLVARES, Elismar et al. **Governança corporativa: um modelo brasileiro**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

BERMUDES, Wanderson Lyrio et al. Tipos de escalas utilizadas em pesquisas e suas aplicações. **Revista Vértices**, v. 18, n. 2, p. 7-20, 2016.

BJØRNSKOV, Christian; FOSS, Nicolai. How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 7, n. 1, p. 50-69, 2013.

BLOK, Marcella. **Compliance e governança corporativa**. São Paulo: Freitas Bastos, 2020.

BORGES, Luiz F. X.; SERRÃO, Carlos F. de B. Aspectos de governança corporativa moderna no Brasil. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 24, p. 111-148, dez. 2005.

BUENO, Giovana et al. Mecanismos Externos de Governança Corporativa no Brasil. **Revista contabilidade, gestão e governança**, v. 21, n. 1, 2018.

CAIXE, Daniel Ferreira; RODRIGUES, Matheus Albino. Derivativos, valor da firma e governança corporativa no Brasil. **REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 28, p. 208-231, 2022.

CORBELLINI, Camille Mottin, **A governança corporativa como mecanismo de gerenciamento de riscos para investimentos em startups**, LUPI, André Lipp Pinto Basto, orientador, 2021. 69f. Trabalho de Conclusão de Curso, Graduação, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Jurídicas, Graduação em Direito, Florianópolis, 2021, disponível em: <http://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/228525>. Acesso em: 11 out. 2023.

CORREIA, Laise Ferraz; AMARAL, Hudson Fernandes; LOUVET, Pascal. An index for corporate governance quality assessment in Brazil. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 22, p. 45-63, 2011.

COSTA, Janaína Barros Santos; NOGUEIRA, Ítalo Camilo. Análise da percepção dos gestores de uma instituição financeira sobre as práticas de governança corporativa. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 6, p. 33195-33215, 2020.

CUNHA, Luísa Margarida Antunes da et al. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes**. 2007. Tese de Doutorado.

CVM. COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Recomendações da CVM sobre Governança Corporativa**. Cartilha de Governança, Rio de Janeiro, p. 1-11, jun 2002. Disponível em: <http://conteudo.cvm.gov.br/export/sites/cvm/decisooes/anexos/0001/3935.pdf>. Acesso em: 17 out. 2023.

DEEPHOUSE, David L. Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. **Journal of management**, v. 26, n. 6, p. 1091-1112, 2000.

FALCÃO, João. **Startup law: direito e economia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2021.

FEIGELSON, Bruno. **Direito das startups**. São Paulo: Saraiva Educação SA, 2018.

GRENNAN, Jillian; MICHAELY, Roni. Fintechs and the market for financial analysis. **Journal of Financial and Quantitative Analysis**, v. 56, n. 6, p. 1877-1907, 2021.

GUEDHAMI, Omrane et al. Challenges for corporate governance at the national and firm levels. **Corporate Governance: An International Review**, 2022.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: esta é a questão?. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 22, p. 201-209, 2006.

IBGC. INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Governança corporativa em startups e scale-ups: práticas e percepções**. São Paulo: IBGC, 2019. 29 p.

IBGC – INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. **Guia de Orientação para o Conselho Fiscal**. Disponível em: www.ibgc.org.br. Acesso em: 20 out. 2023.

JENSEN, Michael C.; MECKLING, William H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. In: **Corporate governance**. Gower, 2019. p. 77-132.

HILL, Manuela M. HILL; Andrew. **A construção de um questionário**. Lisboa: DINÂMIA, 1998.

LACRUZ, Adonai José. Considerações teóricas sobre governança corporativa no terceiro setor à luz da teoria da agência. **Cadernos Ebape. br**, v. 18, p. 473-485, 2020.

LI, Yinqiao; SPIGT, Renée; SWINKELS, Laurens. The impact of FinTech start-ups on incumbent retail banks' share prices. **Financial Innovation**, v. 3, n. 1, p. 1-16, 2017.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. Edição Compacta.. São Paulo: Atlas, 2001.

MAYRING, Philipp. **Einführung in die qualitative Sozialforschung**. São Paulo: Beltz, 2016.

NAJAF, Khakan et al. Does electronic economics matter to financial technology firms?. **Electronic Commerce Research**, p. 1-34, 2022.

NAJAF, Khakan et al. Fintech and corporate governance: at times of financial crisis. **Electronic Commerce Research**, p. 1-24, 2023.

NAKAMURA, Elaine Aparecida Maruyama Vieira; NAKAMURA, Wilson Toshiro; JONES, Graciela Dias Coelho. Necessidade de estrutura de compliance nas instituições financeiras. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 19, n. 5, p. 257-275, 2019.

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de. Escalas de mensuração de atitudes: Thurstone, Osgood, Stapel, Likert, Guttman, Alpert. **Administração On Line**, v. 2, n. 2, p. 1-25, 2001.

PERRIEN, Jean. **Recherche en marketing: méthodes et décisions**. G. Morin, 1983.

PIZO, Frank. **Mapeamento de controles internos SOX**: práticas de controles internos sobre as demonstrações financeiras. São Paulo: Atlas, 2018.

MARCONI, M.D.A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de Pesquisa**: pesquisa, planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa elaboração, análise e interpretação de dados. 3 ed. Editora Atlas, São Paulo, SP, Brasil. 1999.

PRODANOV, C.C.;FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Editora Feevale, Novo Hamburgo, RN, Brasil. 2013.

ROBIYANTO, Robiyanto et al. E-integrated corporate governance model at the peer to peer lending fintech corporation for sustainability performance. **Kasetsart Journal of Social Sciences**, v. 42, n. 2, p. 239-244, 2021.

ROSSETTI, José Paschoal; ANDRADE, Adriana. **Governança Corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências**. São Paulo: Atlas, 2014.

SAMPAIO, Joelson et al. Adoção obrigatória de IFRS, governança corporativa e valor da firma. **Revista de Administração de Empresas**, v. 60, p. 284-298, 2020.

SILVA, Laylon Lopes da; FLACH, Pedro. Debêntures: o que são, sua regulamentação e utilização por sociedades limitadas. In: JÚDICE, Lucas Pimenta; NYBO, Eryk Fontenele (coord.). **Direito das Startups**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2016. p. 147-159.

SUSILOWATI, Endah et al. Advancing SDG No 16 via corporate governance disclosure: evidence from Indonesian and Malaysian FinTech companies' websites. **Sustainability**, v. 14, n. 21, p. 13869, 2022.

THURSTONE, Louis L. Attitudes can be measured. **American journal of Sociology**, v. 33, n. 4, p. 529-554, 1928.

TURATO, Egberto Ribeiro. A questão da complementaridade e das diferenças entre métodos quantitativos e qualitativos de pesquisa: uma discussão epistemológica necessária. **Método qualitativo: epistemologia, complementariedades e campos de aplicação**, p. 17-51, 2004.

VIEIRA, Solange Paiva; MENDES, André Gustavo Salcedo Teixeira. Governança corporativa: uma análise de sua evolução e impactos no mercado de capitais brasileiro. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v.11, n.22, p. 103-122, dez. 2004.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Bookman, Porto Alegre, RS, Brasil. 2001.

APÊNDICE

Questionário aplicado

Seção 1 de 10

Questionário Sobre Governança Corporativa

Olá, meu nome é Gustavo Cavalheiro Gomes dos Santos, e sou estudante da Universidade Federal do Paraná (UFPR), cursando o MBA de Gestão Estratégica. Esta pesquisa abordará a sua percepção com relação a **governança corporativa** dentro do ambiente de uma fintech. Serão abordados também os quatro pilares que existem dentro da **governança corporativa**, sendo eles os pilares da:

- transparência;
- equidade;
- prestação de contas;
- responsabilidade corporativa;

Este questionário possui 5 seções, e demora de 5 a 10 minutos para ser respondido em sua totalidade. Sendo assim, irei apresentar abaixo as questões a serem respondidas e, desde já, agradeço sua compreensão e disponibilidade.

*Esta pesquisa será analisada de forma anônima, não sendo divulgados dados sensíveis.

Você já ouviu falar sobre governança corporativa?

Sim Não

Múltipla escolha

Continuar para a próxima seção

Enviar formulário

Seção 6 de 10

Questionário Sobre Governança Corporativa



Com relação ao pilar da **responsabilidade corporativa**, que se refere ao enquadramento das normas vigentes, assim como da legislação presente, e aos atos constitutivos e regulatórios da própria empresa, como códigos de conduta internos, responda as questões abaixo:

A Fintech possui conselho fiscal? *

O **conselho fiscal** é um órgão fiscalizador independente da diretoria executiva e do **conselho** de administração, que busca, através dos princípios da transparência, equidade e prestação de contas, contribuir para o melhor desempenho da organização.

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

A Fintech possui conselho administrativo? *

O conselho administrativo **tem como função gerar transparência e credibilidade dentro das empresas**. Ele é o pilar da boa governança corporativa e visa maximizar o retorno sobre o investimento. É formado por acionistas, ou pessoas experientes indicadas pelos acionistas para auxiliar a empresa.

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

A Fintech possui área de *Compliance*? *

O objetivo do compliance nas empresas é **garantir a conformidade com leis, regulamentos e padrões éticos externos e internos**. A proposta é evitar práticas ilegais, multas, litígios e danos à imagem da empresa.

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

Com relação ao pilar da **responsabilidade corporativa**, que se refere ao enquadramento das normas vigentes assim como da legislação presente, e aos atos constitutivos e regulatórios da própria empresa, assim como códigos de conduta internos, avalie as frases abaixo com base na sua opinião de -5 (Discordo Totalmente) até +5 (Concordo Totalmente), em que os extremos negativos e positivos são interpretados de acordo com a questão:

	-5	-4	-3	-2	-1	+1	+2	+3	+4	+5
A finte...	<input type="radio"/>									
A emp...	<input type="radio"/>									
A finte...	<input type="radio"/>									
A finte...	<input type="radio"/>									
Os obj...	<input type="radio"/>									
A finte...	<input type="radio"/>									
A cultu...	<input type="radio"/>									
Os líde...	<input type="radio"/>									
Os fun...	<input type="radio"/>									
Existe ...	<input type="radio"/>									

Seção 7 de 10

Questionário Sobre Governança Corporativa



Descrição (opcional)

Sua empresa possui práticas de governança corporativa?

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

Seção 10 de 10

Questionário Sobre Governança Corporativa



Com relação ao pilar da **responsabilidade corporativa**, que se refere ao enquadramento das normas vigentes, assim como da legislação presente, e aos atos constitutivos e regulatórios da própria empresa, como códigos de conduta internos, responda as questões abaixo:

A Fintech possui conselho fiscal? *

O **conselho fiscal** é um órgão fiscalizador independente da diretoria executiva e do **conselho** de administração, que busca, através dos princípios da transparência, equidade e prestação de contas, contribuir para o melhor desempenho da organização.

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

A Fintech possui conselho administrativo? *

O conselho administrativo **tem como função gerar transparência e credibilidade dentro das empresas**. Ele é o pilar da boa governança corporativa e visa maximizar o retorno sobre o investimento. É formado por acionistas, ou pessoas experientes indicadas pelos acionistas para auxiliar a empresa.

- Sim
- Não
- Não possuo esta informação

