FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO

Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC)

Fintechs Socioambientais:
Modelos para a Inclusão Financeira no Brasil

Autora: Veronica Ji Sun Park

Orientadora: Érica Siqueira

São Paulo – SP

2023

Fintechs Socioambientais: Modelos para a Inclusão Financeira no Brasil

O presente trabalho foi realizado com apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil

O presente trabalho foi publicado nos anais do congresso 34º Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração (ENANGRAD)

https://doity.com.br/anais/34enangrad/trabalho/309043

Resumo

Essa pesquisa se insere no campo de estudo em Administração de Empresas, especificamente no de Tecnologia da Informação e Comunicação para o Desenvolvimento, o qual recebe a sigla de ICT4D (Heeks, 2020), que busca se concentrar no tema da inclusão financeira. Dessa forma, com o intuito de explorar sobre o tema Fintechs socioambientais e seus modelos para a inclusão financeira no Brasil, o objetivo da pesquisa foi analisar como as Fintechs Sociais brasileiras, enquanto organizações híbridas, atendem a sua missão de inclusão financeira baseada em seus modelos, estratégias e lógicas de negócios. A revisão de literatura sobre o tema foi feita nos oito periódicos listados no Senior Scholars' Basket of Journals. Frente a visão metodológica no trabalho de iniciação científica foi utilizada a qualitativa, com fundamento em levantamento de dados secundários relacionados a dez Fintechs Sociais brasileiras e complementados por duas entrevistas on-line semiestruturadas com CEOs de duas dessas Fintechs, durante os meses maio e junho de 2023. Desse modo, foi possível, como resultado da pesquisa, propor quatro pilares para a estruturação de um modelo de negócio de Fintechs Sociais. Este trabalho contribui para o entendimento dessas novas organizações, analisando e entendendo o contexto do surgimento de Fintechs Sociais, produtos e serviços ofertados para cada tipo de clientes e, portanto, os seus modelos de negócio para a inclusão financeira e social.

Palavras-chaves: Fintech; Tecnologia; Impacto social e ambiental; Inclusão; Empoderamento

1. Introdução

No Brasil, 21,7% da população adulta não possuem contas de consumo, financiamentos, empréstimos ou faturas de cartão de crédito registrados em seu CPF. Perante a essa realidade de mais de 35,3 milhões de brasileiros, a sua causa se manifesta pelo mercado financeiro ter poucas informações e dados sobre o histórico desses sujeitos, o que acaba acarretando negativamente o perfil financeiro, muitas vezes baseada no score de crédito, que impede de obter empréstimos, cartões de crédito e vários outros serviços (PIGNATI, 2023). Junto a isso, a pesquisa do BC (Banco Central) demonstra que cidadãos com renda de até dois salários-mínimos são os que menos têm contas abertas (65% possuem), mas são aqueles que mais fazem transações por meio de dinheiro vivo (87%). Os indivíduos sem escolaridade apenas 60% possuem conta. Os demais como desempregados (55%), freelancers (64%) e assalariados sem registro (67%) são os que se posicionam no topo dos desbancarizados. Dessa maneira, esse cenário impossibilita a "inclusão produtiva e empreendedorismo", visto que a falta de acesso ao crédito aos microempreendedores de locais vulneráveis não consegue exercer propriamente seus empreendimentos e melhorar economicamente a região.

Nesse contexto da falta de acesso ao sistema financeiro e de seu uso, um novo obstáculo surge quando se trata de qualidade do uso (KLING, 2023). Disso, pode-se entender em dois campos, os fatores externos e internos. Os externos são os bancos que dificultam o uso dos serviços uma vez propostos os juros altos, incoerentes com a situação de classe C/D/E. Os internos se referem à falta de informação e sabedoria sobre o mundo financeiro e, portanto, nunca experienciados a educação financeira para melhor decisão e controle de suas rendas. Nesta ocasião, surgem as instituições chamadas Fintechs, que propõem soluções para essa condição desfavorável a essa parcela da população. Essas organizações incorporam a tecnologia como um de seus objetos para a inclusão financeira, pois seus serviços e produtos são ofertados por meio de plataformas digitais, possíveis de serem acessadas a qualquer lugar que tenha internet e aparelhos digitais como celular. Esse movimento digital típico de Fintechs está disposto a proporcionar cada vez mais a inclusão financeira almejados pelos brasileiros marginalizados.

A palavra Fintech, apesar de seu primeiro uso ter sido na década de 1970, tal termo ganhou importância no cenário de negócios contemporâneos, principalmente desde a crise financeira global entre 2007 e 2008. Todavia, foi somente por volta de 2011 que

o conceito ficou conhecido no léxico comercial moderno pelo seu papel de promover a entrega de produtos e serviços financeiros por meio de tecnologia (NG et al., 2022). Junto a isso, com as fintechs ditas sociais, as suas plataformas têm maior probabilidade de atender clientes das classes vulneráveis da sociedade do que as instituições financeiras que tradicionalmente os negligenciam (SCHMUKLER, 2018 apud NG e PAN, 2022, p. 2). Dessa maneira, fintech (abreviação de tecnologia financeira) tem seu modelo de serviços financeiros e produtos que se tornam mais acessíveis e eficientes para as pessoas pelas inovações tecnológicas, transformando os tradicionais (CHATTERJEE et al., 2021).

O porquê do surgimento de Fintechs é explicado pela falta de acesso das pessoas a uma conta bancária básica devido ao alto custo dos serviços, à falta de acesso e de confiança nos bancos e à distância de uma instituição financeira. Assim, frente a um cenário do passado pior do que o de 2018, em que, globalmente, quase um quarto dos adultos não tinham acesso a uma conta bancária, o mundo reagiu de tal forma que pensasse sobre a necessidade de melhoria na inclusão financeira. Desse modo, durante os últimos 15 anos, houve um movimento em prol de examinar a questão: como os bancos podem utilizar a ferramenta celular para incluir o acesso financeiro para os mais carentes. (SENYO et al., 2022)

Dessa forma, o objetivo da pesquisa é analisar como as Fintechs Socioambientais brasileiras, enquanto organizações híbridas, atendem a sua missão de inclusão financeira baseada em seus modelos, estratégias e lógicas de negócios. Assim, a pergunta a ser questionada seria: “Quais são os modelos de atuação de Fintechs brasileiras para a inclusão financeira?”. Para a sua resposta, os objetivos específicos para a compreensão são: entender o contexto do surgimento de Fintechs Socioambientais, novos modelos adquiridos pelas Fintechs (que se diferenciam dos bancos tradicionais), os produtos e serviços ofertados para cada tipo de cliente antes marginalizado pelos bancos, e, portanto, como as Fintechs agregam para a inclusão financeira e social, e ajuda ao meio ambiente.

2. Teoria

O levantamento teórico para subsidiar essa pesquisa foi feito por meio de uma revisão sistemática da literatura nos principais periódicos da área de Information System,

apontados no Senior Scholars' Basket of Journals, na qual se insere o campo dessa pesquisa ICT4D. Nessa seção são descritos esse processo de revisão e os principais assuntos identificados.

O processo de revisão de literatura

A consideração de Senior Scholars' Basket of Journals foi imprescindível para a revisão de literatura, dado que tal lista é considerada referência para pesquisas de ponta em Sistemas de Informação. Desse modo, as oito revistas científicas (European Journal of Information Systems, Information Systems Journal, Information Systems Research, Journal of AIS, Journal of Information Technology, Journal of MIS, Journal of Strategic Information Systems, MIS Quarterly) tiveram o papel de conceder os artigos relacionados à pesquisa. A fim de executar essa tarefa, em cada uma das revistas, os artigos foram selecionados com esses requisitos: período (entre 2017 e 2023) e palavras ou expressões (neste caso, "Fintech"); consequentemente, no total das revistas, 66 artigos apareceram.

Apesar dessa seleção, foi necessário mais um tipo de filtro para que ocorresse uma execução de pesquisa mais objetiva e consistente. Dessa maneira, dentre os 66 artigos, 28 foram selecionados para serem lidos, visto que foram esses que realmente continham informações pertinentes à pesquisa; os outros artigos além desses abordaram questões financeiras e/ou tecnológicas fora do principal contexto de fintechs. Sob essa separação, mais um critério foi imposto, em que desses 28, 17 artigos foram escolhidos para serem abordados no Relatório Parcial e Final. Isso foi feito pela presença da palavra "Fintech" no título e/ou resumo e/ou palavras-chave dos artigos; aqueles que não continham, foram descartados. Essa metodologia foi implantada para a escrita de um artigo mais focado a fim de abordar o assunto "Fintech" com maior profundidade e precisão baseadas nos artigos selecionados. Aqueles excluídos não farão a ajuda necessária na composição do Relatório Final, visto que as informações sobre essa instituição financeira são explicadas de forma superfície. Dessa forma, os 17 artigos foram lidos e, foi feita a seleção de trechos importantes durante a leitura para inserir no Google Sheet e assim, categorizá-los com respectivos tópicos e temas. Esse processo foi essencial, visto que os mesmos assuntos apareciam em diferentes artigos, e juntando-os, formavam informações mais enriquecidas pelas diferentes percepções e exemplificações dos autores.

Para todo esse entendimento perante as Fintechs, a leitura dos 17 artigos selecionados foi imprescindível; por isso, todos os autores que estavam presentes nas escritas são entendidos neste estudo como autores principais conforme a tabela abaixo:

Autores	Ano	Título	Revista
Jin, Yong; Ding, Chao; Duan, Yang; Cheng, Hsing Kenneth	2020	Click to Success? The Temporal Effects of Facebook Likes on Crowdfunding Crowdfunding	JAIS
Chatterjee, Sutirtha; Sarker, Suprateek; Lee, Michael J.; Xiao, Xiao; Elbanna, Amany	2021	A possible conceptualization of the information systems (IS) artifact: A general systems theory perspective1	ISJ
Ng, Evelyn; Pan, Shan L.	2022	Competitive strategies for ensuring Fintech platform performance: Evidence from multiple case studies	ISJ
Ng, Evelyn; Tan, Barney; Sun, Yuan; Meng, Tian	2022	The strategic options of fintech platforms: An overview and research agenda	ISJ
Burtch, Gordon; Hong, Yili; Liu, De	2018	The Role of Provision Points in Online Crowdfunding	JMIS
Gozman, Daniel; Liebenau, Jonathan; Mangan, Jonathan	2018	The Innovation Mechanisms of Fintech Start-Ups: Insights from SWIFT's Innotribe Competition	JMIS
Wessel, Michael; Gleasure, Rob; Kauffman, Robert J.	2021	Sustainability of rewards-based crowdfunding: A quasi-experimental analysis of funding targets and backer satisfaction experimental analysis of funding targets and backer satisfaction	JMIS
Gomber, Peter; Kauffman, Robert J.; Parker, Chris; Weber, Bruce W.	2018	Special Issue: Financial Information Systems and the Fintech Revolution	JMIS
Fu, Runshan; Huang, Yan; Singh, Param Vir	2020	Crowds, Lending, Machine, and Bias	ISR
Gomber, Peter; Kauffman, Robert J.; Parker, Chris; Weber, Bruce W.	2018	On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services	JMIS
Currie, Wendy L; Gozman, Daniel P; Seddon, Jonathan J M	2017	Dialectic tensions in the financial markets: a longitudinal study of pre-and post-crisis regulatory technology	JIT
Senyo, P. K.; Gozman, Daniel; Karanasios, Stan; Dacre, Nicholas; Baba, Melissa	2022	Moving away from trading on the margins: Economic empowerment of informal businesses through FinTech	ISJ
Lagna, Andrea; Ravishankar, M. N.	2022	Making the world a better place with fintech research	ISJ
Jiang, Yang; (Chad) Ho, Yi Chun; Yan, Xiangbin; Tan, Yong	2018	Investor Platform Choice: Herding, Platform Attributes, and Regulations	JMIS
Senyo, P. K.; Karanasios, Stan; Gozman, Daniel; Baba, Melissa	2022	FinTech ecosystem practices shaping financial inclusion: the case of mobile money in Ghana	EJIS
Tan, Tianhui; Zhang, Ying; Heng, Cheng Suang; Ge, Chunmian	2021	Empowerment of grassroots consumers: A revelatory case of a chinese fintech innovation	JAIS

Hendershott, Terrence; Zhang, Xiaoquan; Leon Zhao, J.; Zheng, Zhiqiang	2021	Fintech as a game changer: Overview of research frontiers	ISR

Foi perceptível que esses autores, nos artigos, pontuaram conceitos importantes para traçar melhor a identidade, o propósito e as contribuições de Fintechs. Isso é demonstrado ao caracterizar a empresa como uma organização híbrida pela identidade dupla de tecnologia e financeira (NG et al., 2022). Nesse sentido, a revolução da Fintech é vista pela aplicação de tecnologia para reduzir as barreiras de entrar e permitir que os leigos se insiram em cadeias de valor, tenham contato com os fornecedores de produtos e serviços inovadores (GOZMAN, 2018). Para isso, oferecem aos seus clientes os serviços financeiros como: “digital banking”, “scoring” de crédito, serviço de pagamento pelo celular, moedas digitais, serviço de depósito e empréstimos como “open banking”, empréstimo P2P, mercado financeiro e serviços relacionados ao investimento e “social trading” (TAN et al., 2021).

Breve histórico da evolução do campo – como o campo se desenvolveu ao longo do tempo;

Na literatura ICT4D, o empoderamento econômico é definido quando as necessidades básicas de vida, como abrigo, saúde, comida e proteção são conquistadas (SENYO et al., 2022). Assim, em relação a esse estudo, a abordagem sobre as Fintechs foi relevante nos últimos anos pela sua função e, assim, sua importância no mundo. A maioria dos estudos existentes perante a Fintech se concentra predominantemente em “crowdfunding” (BURTCH, GHOSE & WATTAL, 2016; LIU et al., 2015 apud TAN et al., 2021, p. 181), mas as pesquisas estão começando a explorar as tecnologias de avaliação de riscos de crédito usadas em plataformas de empréstimos (LAGNA et al., 2022). Existem também alguns estudos que examinam outros tipos de fintech nas inovações, como a moeda digital (MAI et al., 2018 apud TAN et al., 2021, p. 181) e o comércio social (GLASER & RISIUS, 2018 apud TAN et al., 2021, p. 181).

Neste contexto, foram muitos poucos artigos que estudaram sobre Fintechs e seus resultados que estão interligados com impactos socioambientais especificamente, pois majoritariamente, os estudos são mais voltados para o funcionamento de diferentes tecnologias incorporadas em Fintechs; o próprio funcionamento interno de Fintechs; os produtos oferecidos; a inter-relação com bancos, empresas de telecomunicação e governo

e entre outros. Entretanto, na seção de conclusão dos artigos que não abordaram diretamente o estudo sobre as consequências de melhoria socioambiental de Fintechs, as recomendações relevantes foram notadas, pois reforçam a razão da conduta desta pesquisa de iniciação científica. Os conselhos que se destacaram são: a investigação da inclusão financeira frente aos comerciantes que recebem pagamento de dinheiro móvel por seus bens e serviços, quais serviços eles oferecem para indivíduos pobres e não bancários (LAGNA et al., 2022) e a formulação de políticas e regulamentação nos níveis regional, nacional e subnacional para apoiar a inclusão liderada pela Fintech (TAN et al., 2021).

Os principais conceitos e teorias atuais;

Inclusão financeira: Nos anos 2000, o termo da inclusão financeira se referia aos serviços financeiros para os pobres. Todavia, tal conceito ganhou um novo significado, visto que seu sentido se estende para consumidores e iniciativas de negócios, saindo do foco original do termo em ajudar os mais necessitados (LAGNA et al., 2022). Perante a esse raciocínio, de modo geral e simplista, na perspectiva mais centrada para pessoas de baixa renda, Fintechs têm como papel atender essa missão da inclusão financeira, aumentando o acesso e reduzindo os custos de seus serviços; mas, para os empreendedores, Fintechs podem levar ao surgimento e exploração de oportunidades, à medida que aprimora a transparência e a pontualidade das informações financeiras (NG et al., 2022).

Empoderamento: O termo empoderamento significa ter autoridade e/ou ter domínio sobre “algo”. Esse “algo”, no mundo de Fintech, referir-se-ia ao entendimento de finanças e manuseio de serviços financeiros pelos leigos que, até então, não tiveram acesso a finanças. Para isso, a perspectiva psicológica constrói aprendizado social, teoria da motivação e outros conceitos psicológicos para se concentrar na experiência individual de empoderamento. Consequentemente, a junção de controle e confiança é crucial para os consumidores desenvolverem um senso de domínio pessoal. Um exemplo disso é a Fintech Yu'E Bao que estrategicamente aumentou o controle e a confiança dos consumidores por meio de requisitos baixos por conhecimento financeiro e técnico, implantando a facilidade de interpretação dos assuntos com palavras e/ou expressões de familiaridade. Nisso, Yu'E Bao abordou a simplicidade para que seus investidores sentissem a noção de controle de seu dinheiro, ao ponto de pensar que é “tão fácil que mesmo os idosos (que são velhos e menos educados) poderiam fazê-lo". Dessa forma,

Yu'E Bao ajudou os consumidores a acreditarem que eles tinham os requisitos de conhecimento para o investimento financeiro (TAN et al., 2021).

ICT4D: "Information and Communication Technologies for Development" (ICT4D) é uma pesquisa que tem uma missão de exploração, crítica e defesa sobre o alcance à inclusão pelas tecnologias de informação e comunicação. No contexto de fintech, os estudos do ICT4D são cooperadores com a literatura de SI (SENYO et al., 2022).

Fintech: Abreviação de tecnologia financeira, fintech tem seu modelo de serviços financeiros e produtos que se tornam mais acessíveis e eficientes para as pessoas pelas inovações tecnológicas (CHATTERJEE et al., 2021).

Um quadro ou diagrama que sistematize o estado da arte do conhecimento:

https://drive.google.com/file/d/1MVqOnp-Rb_Y_LYmKySG-2k_IihkXri4J/view?usp=sharing

Casos práticos ou estudos empíricos sobre o tema.

Dentre os artigos selecionados e estudados, três destes são de relevância para averiguar os casos práticos e/ou estudos empíricos sobre o tema de impacto social e ambiental pelas fintechs. Elas são: "Moving away from trading on the margins: 'Economic empowerment of informal businesses through FinTech'"; "Making the world a better place with fintech research"; e "Empowerment of grassroots consumers: A revelatory case of a chinese fintech innovation".

O artigo que melhor apresenta os processos de casos práticos e estudos empíricos é "Moving away from trading on the margins: 'Economic empowerment of informal businesses through FinTech'"; e para a sua publicação na revista ISJ, foi feito um estudo qualitativo para explicar como a FinTech com dinheiro móvel estimulou mudanças no âmbito macro e meso, e levou mudança nas práticas de micro-nível e capacitação econômica para as empresas informais. Esta abordagem é interessante para investigar questões a fim de explorar as complexidades subjacentes a um fenômeno multifacetado e complexo (SENYO et al., 2022).

Nesse viés, os pesquisadores selecionaram o caso do país Gana em específico para a análise deste fenômeno, visto que Gana é onde existe muito trabalho informal, e ao mesmo tempo, está havendo uma revolução financeira e tecnológica a partir do surgimento de Fintechs. A pesquisa foi primeiramente baseada em publicações anteriores a respeito deste tema, e depois foram realizadas entrevistas com quatro principais atores da FinTech em Gana: BoG, que regulamenta as atividades da FinTech; MNOs, que são os principais fornecedores de serviços de dinheiro móvel; empresas FinTech, que desenvolvem e oferecem aplicativos auxiliares de dinheiro móvel; e empresas informais, que usam dinheiro móvel para administrar negócios digitais. Assim, com a coleta de dados, as informações foram analisadas por dois pesquisadores acadêmicos ganeses e um internacional; além de um colega que analisou alguns dos dados para identificar conceitos que possam ter sido perdidos, além de oferecer perspectivas diferentes (SENYO et al., 2022).

2.1 Fintechs e seu mundo

2.1.1 A realização dos propósitos de Fintechs no mercado tradicional e complexo

Fintechs, com a sua crença na política democrática, conseguiram adentrar em um dos mercados mais tradicionais do mundo, o financeiro (TAN et al., 2021). Desse modo, para os consumidores, a Fintech aumenta o acesso e reduz os custos de serviços financeiros, aprimorando a eficiência de suas operações (NG et al., 2022). Visto isso, o acesso a serviços financeiros oferece aos indivíduos a oportunidade de melhorar sua qualidade de vida por meio da inclusão financeira, definida como onde “indivíduos e empresas têm acesso aos serviços financeiros úteis e acessíveis que atendem às suas necessidades-transações, pagamentos, poupança, crédito e seguro-entregues de maneira responsável e sustentável”, sendo fundamental para aliviar a pobreza (SENYO et al., 2022).

A dor mencionada anteriormente é a existência de uma grande população financeiramente carente, representando assim um mercado atraente, mas esquecido pelas instituições financeiras. Dessa forma, de um entendimento pró-social, as inovações de FinTech foram reconhecidas como uma solução para exclusão financeira dos sub privilegiados, e isso seria por meio de acesso para ter maior disponibilidade de

informações, autonomia pessoal, sendo capazes de fazer escolhas proativamente, em vez de serem dependentes de funcionários mais técnicos dos bancos como foi no passado (TAN et al., 2021).

2.1.2 Um olhar diferente para os “excluídos” pelos bancos

O fato das tecnologias e inovações de fintech proporcionarem mais opções de produtos financeiros não significa que mais poder será concedido aos consumidores, uma vez que não têm o poder de participar das atividades financeiras. Isso quer dizer que, o poder da escolha sem os outros de domínio e contexto, como o poder de conhecimento, pode não agregar aos usuários tanto quanto o esperado. Nessa perspectiva, para que as inovações envolvam os sujeitos financeiramente carentes, precisa-se mitigar a exigência do conhecimento financeiro prévio como um meio para a rápida inclusão. Tendo como exemplo, os técnicos que formulam os produtos de Fintech devem ter a consciência de minimizar a exigência da sabedoria financeira pelos clientes novos e leigos ao criar e incorporar recursos e produtos financeiros a serem utilizados; e que portanto, estejam melhor adaptados para participar de investimento em fundos do mercado monetário como por exemplo (TAN et al., 2021), junto às propostas que facilitam simulações e técnicas de gamificação para educar os investidores, aumentando a alfabetização financeira (GOZMAN et al., 2018).

Para usar com êxito os serviços da Fintech para inclusão financeira, é importante normalizar a criação e construção de confiança dos usuários, alterando as percepções e comportamentos dos indivíduos durante o empoderamento (SENYO et al., 2022). Diante disso, a psicologia explora o uso de técnicas e situações que podem implantar a motivação dos sujeitos situados em classe social média/baixa (estigmatizada) para o maior controle sobre seus próprios destinos. Por conseguinte, os consumidores são capacitados, experimentando a autoeficácia, a motivação e outras manifestações psicológicas para sua percepção do empoderamento pela experiência individual. Desse modo, é possível compreender esse fenômeno na fintech chinesa Yu’E Bao que implementou um modelo de design centrado na simplicidade, ofertando aos seus investidores ainda leigos, uma sensação de controle de seu dinheiro e crença de que eles tinham os requisitos de conhecimento para o investimento financeiro (TAN et al., 2021).

Por outro lado, apesar do propósito benevolente das fintechs frente aos cidadãos não incluídos no mundo financeiro, apresenta-se um fenômeno de “dualidade de empoderamento”, de causa e consequência, que prejudica as Fintechs por impedir seu

desenvolvimento adicional, no caso, Yu'E Bao. Os consumidores agora capacitados se tornaram mais poderosos para escolher e alternar entre os prestadores de serviços (TAN et al., 2021).

2.1.3 Fatores que influenciaram Fintechs em seu "status quo"

Ao longo da história, Fintechs conseguiram desempenhar um papel que estava precisando ser preenchido no mercado bancário. Isso foi conquistado pela ajuda dos fatores externos que contribuíram para o sucesso dessas instituições. A exclusão financeira era a mais marcante visto que os serviços financeiros eram complexos e custosos; além da existência de bloqueios principalmente para indivíduos desfavorecidos devido ao seu patrimônio líquido e falta de conhecimento frente ao acesso a serviços (TAN et al., 2021). Também, os bancos em geral têm custos operacionais mais altos, além de pensar que não têm escassez de clientes e, portanto, têm critérios de seleção rigorosos quando se trata de escolhê-los (NG et al., 2022). Porém, esses sujeitos são na verdade movimentadores de economia em potencial, que por sua vez, psicologicamente, tinham a falsa percepção de que o setor financeiro era destinado exclusivamente a especialistas e/ou aos poucos ricos (TAN et al., 2021).

Por conseguinte, além da maior simpatia ao lidar com seus clientes, as Fintechs são as instituições que utilizam as tecnologias a seu favor de seu bom funcionamento. A maturação e a convergência de diferentes tecnologias potencializaram seus modelos de negócios, alcançando a realidade de suas missões pelas ferramentas como blockchain, internet de coisas, análise de dados e inteligência artificial (NG et al., 2022). Tal medida criou uma estrutura inovadora que permite o sustento dos produtos e serviços financeiros, como a moeda digital que transformou os ecossistemas de negócios e a concessão de empréstimos com redução de custos para os pobres via tecnologias digitais no mercado bancário (CHATTERJEE et al., 2021). Um bom exemplo que representa tal efeito na realidade é o caso da Fintech de Gana. Mobile Money, seu nome, foi amplamente utilizado para transferência de dinheiro por seus clientes, em prol de atenuar o hábito dos sujeitos que enviam dinheiro para outros por motoristas de ônibus que dirigiam entre cidades diferentes. Esse costume foi cotidiano antes da revolução das fintechs, pois os bancos físicos não estavam espalhados no país a fim de atender as pessoas de diferentes cidades para a abertura de contas bancárias. Assim, para os habitantes de Gana, houve maior eficiência frente à transferência de dinheiro, pois as

fintechs transformaram o tempo dessa transição, de horas e dias para segundos (SENYO et al. 2022).

No caso da China, o setor financeiro, especialmente o bancário, atende apenas 20% dos clientes em potencial, sendo 80% sem atendimento (TAN et al., 2021); e para reverter essa situação, a participação de redes sociais e aplicativos de e-commerce para a conquista da missão de Fintechs cooperativamente fizeram com que essas novas instituições conseguissem acelerar o ritmo da inclusão financeira. De modo amplo, as mudanças no nível meso ("redesenho de instituições para operacionalizar pagamentos, resultando na introdução de canais de pagamento de dinheiro móvel") e nível micro ("transformação nas premissas institucionalizadas para as empresas informais de operação e pessoas físicas, criando práticas comerciais") foram presentes na descrição prévia dos acontecimentos, mas não se pode ocultar as do nível macro que, por meio de alteração regulatória, permite novas oportunidades para organizações como empresas de Fintech (SENYO et al., 2022, p. 176)

Apesar de todos os elementos de apoio para que as Fintechs alcancem seu propósito, há os que atrapalham a sua realização, acarretando - na perspectiva das fintechs - em suas grandes dificuldades e, portanto, prejuízo. Para a maioria dos países, as plataformas de fintech estão ameaçando desordenar o setor de serviços financeiros, que tende a ser considerado um pilar-chave da estabilidade econômica. Por isso, as Fintechs podem enfrentar mudanças legislativas para a sua instabilidade a um cenário regulatório imprevisível, necessitando a sua adaptação rápida nesse ambiente. Além disso, as estratégias das plataformas de fintech devem encontrar um equilíbrio entre as suas duas identidades - uma vez sendo empresa de tecnologia e financeira - para a necessidade de manter a sua legitimidade dentro do mercado e um planejamento estratégico a uma perspectiva de longo prazo que possibilite a antecipação e a reação às ações competitivas dos "stakeholders". Isso deve ocorrer porque apesar de sua presença global, os novos empreendimentos de fintech têm uma probabilidade de falha estimada em cerca de 90% em um período de 4-6 anos. Esse fenômeno pode ser um indicativo de que o método tradicional de sobrevivência a essa modalidade de negócio para garantir o desempenho e a sobrevivência seja inadequado a fim de enfrentar os desafios associados a esse novo fornecimento de serviços financeiros (NG et al., 2022).

2.1.4 Funcionamento e estratégias internas de Fintechs

É fundamental a sabedoria do funcionamento de empresas fintechs frente a missão de inclusão financeira e elas normalmente gerenciam identidades duplas-organizacionais, uma identidade que está orientada socialmente e outra, para os negócios (LAGNA et al., 2022). Junto a isso, as estratégias das plataformas de fintech devem equilibrar o seu desenvolvimento com cuidado, para que os riscos associados ao fornecimento de produtos e serviços financeiros sejam controlados a um crescimento da organização em uma velocidade exponencial (NG et al., 2022).

Frente a competição e instabilidade, estratégias personalizadas são fundamentais para o crescimento estável. Como por exemplo, a fintech indiana Rang De que por ter limite geográfico para a escala da empresa, ela se envolve profundamente com as comunidades locais, monitorando-as de proximidade para a detecção rápida de seu impacto socioeconômico e outros acontecimentos para se diferenciar das estratégias de seus concorrentes (LAGNA et al., 2022). Uma outra da fintech PS.com teria a mesma vertente de estratégia, mas por sua vez, atrair muitos clientes ao mesmo tempo. A empresa realizou um posicionamento de mercado de forma diferente, pois criou um conteúdo novo na rede social o que atraiu 200 milhões de pessoas, usuários da mídia social também convertidos para serem clientes iniciais da fintech. Esse meio foi uma estratégia de custo baixo e plantou engajamento de pessoas a fim de fornecer experiência de consumo (NG et al., 2022).

A estratégia de competição demonstra dois eventos: a heterogeneidade e corporalidade de seus serviços. Fintechs PS.com e WMC são caracterizadas pela heterogeneidade de altos serviços. No contexto de PS.com, a heterogeneidade se apresenta pela grande variedade de projetos de crowdfunding que podem ser propostos ou estão disponíveis para os investimentos. No caso do WMC, a heterogeneidade é refletida na variedade de produtos financeiros disponíveis para investimento, que podem estar relacionados a uma variedade de indústrias ou ativos. Isso é uma vantagem, pois a variação de seus serviços criaria uma proposta para que os clientes possam fazer suas escolhas pertinentes com a sua realidade. Por outro lado, a LRU e a PS.com são caracterizadas pela alta corporeidade do serviço. No contexto da LRU, a tangibilidade e a presença de seus negócios são representados pelas 100 oficinas físicas em toda a China. Para PS.com, a corporeidade de seus negócios é sustentada pelo fato de que muitos de seus projetos estão relacionados a produtos tangíveis ou instalações que seus clientes

podem visitar presencialmente. Logo, com a alta corporeidade de serviço, alavancam os aspectos físicos de seu negócio, sendo capaz de “sinalizar que está enredada nos sistemas econômicos e sociais mais tradicionais com os quais os consumidores estão familiarizados” (NG et al., 2022).

Yu’e Bao, fintech chinesa, encontrou um modo de obter confiança, lealdade e escalabilidade de seu negócio ao ter parceria com o e-commerce Alipay. Desse modo, Yu'e Bao provoca altos níveis de confiança dos consumidores porque é incorporado em Alipay que "passou dez anos construindo sua credibilidade". Sendo assim, a familiaridade, que se refere à compreensão das ações de outras pessoas construídas sobre interações, experiências e aprendizagem anteriores, ajuda a reduzir a incerteza e promover a confiança (TAN et al., 2021).

2.1.5 Resultados e impactos sociais de Fintechs

A fama de fintechs não é “por acaso”, pois estima-se que segundo os analistas do setor, é projetado que o mercado global de fintech crescerá a uma taxa anual de crescimento de cerca de 20% nos próximos anos, em torno de US $305 bilhões em 2025 (NG et al., 2022). Dessa maneira essas instituições são essenciais por estar ganhando importância cada vez mais no mercado, pois elas estão impactando a sociedade. Logo, é possível citar, dentre as várias mudanças sociais, as três mais mencionadas durante a revisão de literatura: influência nos empreendimentos e trabalhos informais, nas atividades cotidianas financeiras e na educação.

No processo do empoderamento, em que a tecnologia tem a sua participação para melhorar a habilidade de administrar negócios por pessoas e organizações, foi perceptível que as empresas informais - conhecidas como pequenas atividades comerciais restringidas a lojas, mercados e comércios ambulantes - tiveram indícios de mais vendas e autonomia. Isso ocorre porque as pessoas estão utilizando cada vez mais o dinheiro digital para a compra ou venda de um bem pela rapidez e agilidade tanto em lojas físicas quanto online, além de facilitar a aquisição ou a execução de empréstimo nesse novo formato de dinheiro entre família e amigos a fim de iniciar, manter ou crescer os negócios de empresários informais (SENYO et al., 2022).

Para as atividades cotidianas financeiras, as pessoas jurídicas utilizam o dinheiro digital para pagamentos comerciais de modo rápido e com menos custo, mas antes dessa revolução, os proprietários das empresas costumavam percorrer longas distâncias para pagar fornecedores. Por outro lado, para as pessoas físicas, esse

instrumento tem como finalidade na sua rotina pagar contas escolares, de telefone, eletricidade, serviços e depósitos. Então, o dinheiro móvel está gradualmente se tornando um substituto para transações em dinheiro. (SENYO et al., 2022).

Por fim, no artigo (Hendershott, Terrence, et al. "FinTech as a game changer: Overview of research frontiers." *Information Systems Research* 32.1 (2021): 1-17.), crowdfunding, que tem o objetivo de captação de recursos em massa pelos investidores para um determinado projeto em troca da participação nos negócios, foi imprescindível no financiamento tecnológico para melhorar a educação pública. Nos Estados Unidos, há doações para escolas públicas por meio de crowdfunding, e os professores relataram que essa ação fez com que os desempenhos dos alunos melhorassem, uma vez que esse tipo de atitude motivam os alunos e os professores a alcançarem o objetivo de excelência na educação pela sensação de apoio e acolhimento da comunidade e pelo planejamento conjunto dos discentes e docentes frente aos recursos, monitorando e validando o uso dos fundos.

3. Metodologia

Para a descrição linear da metodologia, primeiramente, o projeto foi começado pelo levantamento de dados secundários, o qual se tratava de coletar dados das dez empresas denominadas de Fintechs Sociais brasileiras que são: Firgun, Conta Black, Nagro, Banco Pérola, Plific, Solfácil, Dispor Energia, Agrolend, Quero Quitar e Coletando Soluções. Tal atividade já havia sido iniciada pelas colegas pesquisadoras da orientadora, e para a obtenção de conhecimento com base nos dados coletados até o momento e contribuir com eficácia nesse levantamento, foi necessária a minha participação. O exercício foi feito na ferramenta Google Sheets, e perguntas foram elaboradas qualitativamente para o melhor entendimento das características únicas de cada uma das instituições. Pela pesquisa ser de natureza qualitativa, houve a necessidade de um refinamento de dados já coletados, ou seja, uma simplificação de informações; isso foi para a maior praticidade em consultas qualitativas que demanda interpretação, diferentemente de uma quantitativa em que a sua análise já é de objetividade.

A análise de dados secundários das dez Fintechs foi com o viés de construir um mapa mental que representasse o modelo geral estratégico de Fintechs. Para isso, as dez instituições tinham seus respectivos dados organizados em documentos no formato Word, com todas as informações coletadas anteriormente. Os documentos foram

utilizados, então, para realizar codificação de temas na ferramenta Taguette, de análise qualitativa. Dessa maneira, cada documento foi analisado na Taguette e assim, destacados os temas importantes pelo marca-texto da ferramenta para conseguir codificar aqueles entendidos como de relevância. Assim, todos esses temas foram codificados, inicialmente, na categoria "Tag 0". Os temas da Tag 0 foram analisados e categorizados na "Tag 1", ou categoria de primeira ordem. Novamente as categorias contidas na Tag 1 foram analisadas e agrupadas na "Tag 2", ou categoria de segunda ordem. Por fim, as categorias da "Tag 2" foram analisadas e novamente agrupadas na "Tag 3", ou categoria de terceira ordem. Ou seja, foram produzidos quatro níveis de organização que desse um formato de mapa mental a partir do qual houvesse temas de relevância para explicar o modelo de atuação das Fintech relacionados à missão de gerar impacto social e/ou ambiental.

Para o melhor entendimento, por meio visual, a imagem abaixo demonstra uma parte da tabela inteira de análise de "Tag".

Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4
Dados compartilhados	Input tecnológico	Entrada	Tecnológico
Dados pessoais			
Informações coletadas ao acessar meios digitais			
Informações fornecidas pelos terceiros			
Informações fornecidas pelo usuário			
Anúncios nas redes sociais	Interfaces		
Aplicativo			
Blog			
Campanha			
Marketing			
Plataforma de microfinanças			
Plataforma digital			
50 fontes de informação			
Plataformas personalizadas			
Site			
49 tecnologias	Ferramenta tecnológica	Processo	
Algoritmo			
APIs			
Criptografar e anonimizar os dados coletados			
Digital			
Digitalização			
Histórico e um modelo matemático			
Inteligência artificial			
Internet de qualidade			
IoT			
Machine Learning			

Métodos matemáticos			
Open banking			
Open finance			
Road map			
Tecnologia própria			
Análise	Finalidade		
Análise de crédito			
Análise de risco			
Análise estatística			
Associação			
Avaliação			
Bureau de crédito			
Decisão			
Desafios			
Desenvolvimento de plataforma			
Digitalizar e apoiar os processos de empresas que financiam			
Gamificação			
Gestão de assinatura			
Gestão de receita e despesa			
Gestão de carteira			
Gestão de risco de crédito			
Impulsionar a operação			
Indicador	Resultado tecnológico	Saída	
Informações			
Informações de qualidade			
Informações financeiras			
Insights			

Por fim, durante a codificação dos temas, foram feitas duas entrevistas online semiestruturadas com CEOs de Fintechs Firgun e Quero Quitar no mês de maio e junho de 2023 com a intenção de explicar e apoiar melhor a estrutura do mapa mental. A fim dessa realização, formulou-se uma carta convite para o aceite da entrevista, e para o questionário, foram elaboradas no total 14 perguntas fixas, sendo 7 relacionadas ao ramo tecnológico e o resto, ao operacional. As tecnológicas foram: “Como a tecnologia consegue atuar em Fintech respeitando a margem de atuação da indústria financeira frente a dupla identidade (finanças e tecnologia)?”; “De que forma é possível transmitir a confiança e segurança aos usuários pela tecnologia implementada em todas as operações?”; “Como a tecnologia ajudou no desenvolvimento de produtos financeiros oferecidos para os marginalizados?”; “Como a tecnologia ajuda na utilização de serviços da fintech sem muito esforço e complexidade pelos consumidores leigos (classe baixa e média)?”; “Quais tecnologias são usadas no front end (relacionamento com o cliente) –

Por exemplo: aplicativo, site, API, etc...”; “Quais tecnologias são usadas no back office (processamento das requisições) – Por exemplo: algoritmos, dados, analytics, etc...”; “Quais desafios/problemas enfrentados em função das tecnologias utilizadas?”. Além disso, as operacionais foram: “Como surgiu a Fintech? Qual foi a ideia original e como foi a evolução para chegar ao modelo que tem hoje?”; “Quem são os sócios e qual suas trajetórias até a abertura da fintech?”; “Como é o modelo de governança? Sócios e diretores tomam todas as decisões estratégicas ou existe algum tipo de participação de clientes/fornecedores/consultores em um comitê de decisão?”; “Como o processo de criação e formulação de serviços financeiros pela Fintech se adequa com o objetivo de aumentar o empoderamento e inclusão financeira aos mais necessitados?”; “Os serviços oferecidos pela Fintech X são heterogêneos (muita diversidade de produtos) ou homogêneos (pouco produtos diversos)? Qual deles ajuda melhor na inclusão financeira?”; “Quais são os produtos principais da Fintech X que trouxe um grande impacto nos clientes que são denominados de ‘excluídos pelos bancos’? “; e “Como é possível manter a sustentabilidade financeira do negócio e como é a concorrência com grandes players do mercado?”.

Após as entrevistas gravadas por áudio, elas foram transcritas no formato Word para a facilitação do uso de informações contidas durante a escrita do Relatório Final.

4. **Resultados**

Após as análises qualitativas dos dados secundários, e com o conhecimento obtido pela revisão de literatura e entrevistas, foi possível estruturar o modelo de negócio das Fintechs que parte como objetivo incorporar a missão da inclusão financeira no Brasil a partir de palavras subdivididas em “Tag” como explicado na seção Metodologia. Tal organização pode ser observado em quatro dimensões: Organizacional, Tecnológico, Social/Ambiental e Financeiro. Isso pode ser visto conforme a imagem que representa uma tabela, contendo palavras agrupadas na terceira ordem, ou também conhecido como “Tag 4”.

1ª Ordem	2ª Ordem	3ª Ordem
Reconhecimento	Histórico	Organizacional
Valor		
Tipo de Fintech	Forma	
Jurídica		
Externo	Stakeholder	
Interno		
Input tecnológico	Interação externa	Tecnológico
Interfaces		
Ferramenta tecnológica	Uso	
Finalidade		
Resultado tecnológico	Saída	
Educação financeira	Resultado gerado	Social/Ambiental
Impacto social e ambiental		
Características	Público-alvo	
Mapeamento do perfil		
Contexto setorial e econômico	Motivação	
Contexto social e ambiental		
Contextual	Objetivo	
Estratégico		
Objetivo interno	Cadeia de valor	Financeiro
Produtos e serviços prestados		
Modo de captação		
KPI	Indicadores financeiros de Fintech	
KPI futuro		
Visão e expectativa		

4.1 Organizacional

A seção Organizacional foi criada a partir de informações relacionadas com “Histórico”, “Forma” e “Stakeholder”. Começando com “Histórico”, foi perceptível que as Fintechs analisadas tiveram um “Reconhecimento” pelas premiações muitas vezes relacionadas à inovação e ao impacto social gerado; e isso se deve pelo “Valor” que essas instituições acreditam tê-lo para conduzir suas ações ao agregar esse valor perante os seus serviços ofertados. Dentre as palavras que se remetem a “Valor”, destacam-se ganho coletivo, empoderamento, reconhecimento, resistência, responsabilidade, vivência e muitos outros. Elas foram essenciais para a condução das Fintechs Sociais, e por esse

motivo foram premiadas, ganhando reconhecimento. A "Forma" agrupa "Tipo de Fintech" e "Jurídica", pois todas essas instituições estudadas adotam uma tipologia de Fintech para guiar com mais clareza as suas operações. Dentre muitos, devem ser citadas "Cleantech", "Agfintech", "Green Fintech" e a própria Fintech Social; ou seja, as Fintechs analisadas são de cunho com foco em ambiental ou social. Para a sua atuação legal, nota-se que a maioria são de Sociedade Limitada (LTDA), e poucas são de Sociedade Anônima (S/A) ou Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP).

Por conseguinte, dentro de Organizacional, a análise de "Stakeholders" seria fundamental para a melhor observação da estrutura de Fintechs. Nessa categoria, pode ser dividida em "Interno" e "Externo". "Stakeholders internos" são aqueles sujeitos que estão diretamente envolvidos na organização, administrando as operações, decisões e os objetivos da empresa. Dessa forma, listam-se a equipe executiva, diretores, fundadores e sócios. Já os "Stakeholders externos" se constituem de clientes, colaboradores, financiadores, terceiros, outras instituições financeiras, investidores e parceiros, estes cuja importância é de relevância, pois são fomentadores de projetos, programas e as próprias parcerias para o movimento incorporado de "Valor".

4.2 Tecnológico

A próxima seção se centra em tecnologia que pode ser visualizada em outras três dimensões: "Interação Externa", "Uso" e "Saída". A "Interação Externa" é composta por "Input tecnológico" que são compreendidas como dados e informações fornecidas pelo próprio usuário ou por terceiros. Esses "inputs" são só possíveis de obter por meio da existência de "Interfaces", meios como os usuários entram em contato com a empresa. Elas podem ser verificadas em plataformas digitais como aplicativos, redes sociais, blog e site. Dessa maneira, esses dados de entrada são encaminhados para "Uso", também subdividido em duas partes, "Ferramenta tecnológica" e "Finalidade". Foi perceptível que as Fintechs são empresas que investem bastante em tecnologia como algoritmo, APIs, Inteligência Artificial, Machine Learning, Open banking, Open finance e criptografia. Isso se deve pelo fato de que essas ferramentas se alimentam de base de dados e informações para gerar e atender, no caso, a "Finalidade". O propósito desse processo é para realizar diferentes análises como de crédito, de risco e estatística; além de gestão de assinatura, financeira, de carteira e de risco de crédito. Tudo isso serve para impulsionar a operação com boa avaliação, e, portanto, uma decisão condizente para o crescimento

sustentável da empresa. No final desse raciocínio, a “Saída” será sustentada pelo “Resultado tecnológico”, que são indicadores e informações de qualidade a fim de guiar as novas ações a serem tomadas conforme esse “output” demonstrado à empresa.

4.3 Social/Ambiental

A categoria “Social/Ambiental” é formada por quatro grandes subcategorias, sendo elas: “Motivação”, “Objetivo”, “Público-alvo” e “Resultado gerado”. A categoria “Motivação” foi escolhida para se tratar de “Contexto social e ambiental” e “Contexto setorial econômico”, uma vez que as empresas Fintechs observaram muitos acontecimentos e problemas não resolvidos na sociedade, e esses fatores foram a razão de seu surgimento. O “Contexto social e ambiental” é bastante amplo, visto que cada “Tipo de Fintech” nota diferentes complicações na contemporaneidade. Entretanto, a dor social que mais engloba essas Fintechs está relacionada com exclusão, recorte étnico, racismo, baixa renda, endividamento e, assim, desigualdade. Além disso, o “Contexto setorial e econômico” reforça o desejo das Fintechs cumprirem sua missão, pois há muita burocracia para tomar crédito no mercado bancário tradicional, altos índices de inadimplência e demanda maior do que a oferta de crédito.

Nesse contexto brasileiro, cria-se o “Objetivo”, capaz de mover essas instituições, incorporando seu “Valor” para resolver as adversidades existentes. Por conseguinte, é possível entendê-lo em duas partes, o “Contextual” e o “Estratégico”. O objetivo contextual das Fintechs se relaciona diretamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) declarados pela Organização das Nações Unidas (ONU). Dessa forma, ações de impacto como colaboração comunitária, criação de condição justa, conscientização socioambiental, promoção de conexões econômicas, apoio ao crescimento econômico, democratização, erradicação da pobreza, fome zero e agricultura sustentável e geração de emprego decente, energia e renda são incorporados para alinhar as metas, agregar valor à sua marca e um compromisso com a sustentabilidade e o bem-estar global. Junto a essa conexão entre Fintechs e ODSs para a construção de um futuro almejado, o “Estratégico” foca nos objetivos relacionados ao suporte em diversas questões organizacionais como desempenho, finanças, satisfação e operação. Visto esses pontos, algumas palavras conectadas a esse viés seriam agilidade, praticidade, segurança, rentabilidade, desburocratização, bancarização, cocriação, crédito justo, ecossistema sustentável, inclusão digital e financeira, oportunidade, redução de inadimplência,

revolução, simplicidade, usabilidade e transparência. Assim, no âmbito estratégico, esses conceitos fundamentais permeiam suas ações de mudança significativa no setor financeiro e na sociedade como um todo.

Para esse propósito, determinar e entender melhor sobre o “Público-alvo” é de relevância para o modelo estratégico de Fintechs, já que permite o direcionamento de seus esforços de forma mais eficiente, oferecendo soluções financeiras coerentes com às necessidades de um grupo específico de pessoas; e para isso, observam-se as suas “Características” e o “Mapeamento do perfil”. Os potenciais clientes de Fintechs são diversos, mas há uma questão comum em todos, a qual é sub-bancarizados ou desbancarizados porque não há serviços acessíveis para aqueles sem serviços bancários tradicionais. Marginalizados, estes são afrodescendentes, população vulneráveis de periferia, empreendedores refugiados ou imigrantes, trabalhadores “Gig-Economy”, mulheres empreendedoras, pessoas afetadas pela pandemia e empreendedores rurais. Para as pessoas jurídicas, estes são micro, pequenas e médias empresas e ligadas ao setor agrícola. Após essa seleção, há mais uma conhecida como “Mapeamento do perfil” que tem o propósito de compreender minuciosamente os consumidores ou clientes para o serviço ofertado a fim de que direcione estratégias, personalize ofertas, segmente o mercado, identifique oportunidade de crescimento, minimize riscos e aprimore a experiência do cliente. Consequentemente, entende-se que a análise do perfil financeiro (score de crédito), de consumo e outras variáveis comportamentais é imprescindível na cadeia operacional de Fintechs.

Em suma, “Resultado Gerado” em “Social/Ambiental” explica a última fase da cadeia operacional, visto que aborda o efeito ou impacto resultante das ações e esforços realizados ao longo do processo. Tal seção pode ser sub categorizados em “Educação financeira” e “Impacto social e ambiental”. A “Educação financeira” nas Fintechs foi sempre existente em paralelo aos seus serviços financeiros para o seu “Público-alvo” para ajudar esses indivíduos a tomarem decisões mais cientes e responsáveis frente ao dinheiro e investimentos. Para tal realização, foram concedidos capacitação com o intuito de fornecer conhecimento e habilidades para melhorar sua competência na área financeira, cartilhas para fornecer dicas e informações educacionais sobre finanças, espaço virtual com a intenção de disponibilizar um ambiente que as pessoas impactadas positivamente pelos serviços de Fintechs possam se interagir, colaborar e compartilhar informações e serem mentoradas. Já o “Impacto social e ambiental” se trata das consequências em relação direta com o próprio serviço e produto. Nisso, percebe-se o “efeito de rede”, um

fenômeno em que o valor e a utilidade do produto ou serviço cresce e se desenvolve conforme as pessoas fazem cada vez mais o seu uso. Isso possibilita a geração de interação, informações e vantagens, atraindo novos usuários e, por conseguinte, fomentando negócios sustentáveis que impactam a história do mundo financeiro, governos junto às instituições bancárias e a sociedade. Um outro impacto seria a ambiental, e dentre as "Cleantechs" ou "Green Fintechs", destaca-se o caso da Fintech Solfácil, que pelo seu modelo de negócio de financiamento de energia solar conseguiu evitar a emissão de 21 mil toneladas de gás carbônico, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

4.4 Financeiro

Por fim, a seção "Financeiro" é interpretada a partir de "Cadeia de valor" e "Indicadores financeiros de Fintech". A "Cadeia de valor" é um método que permite a empresa administrar e organizar seus processos para geração de valor ao cliente por meio do seu produto e serviço. Para tanto, é necessário conhecer seus "Produtos e serviços prestados" e como estes são possíveis de iniciar a operação pelo financiamento que é "Modo de captação".

As diferentes formas que as instituições podem levantar capital, ou "funding", para a abertura de sua operação são por meio de empréstimos, emissões de títulos, investimentos diretos e entre outros. Começando pelo CDI (Certificado de Depósito Interbancário), é um título de emissão das instituições financeiras lançadas com o intuito de lastrear as operações no mercado interbancário. Isso serve para empréstimos de curto prazo a fim de manter o caixa no final do dia neutro ou positivo. Em relação aos fundos, são também uma modalidade de aporte, sendo uma estrutura de investimento coletivo que reúne os recursos de diversas pessoas para que sejam aplicados em conjunto no mercado financeiro e de capitais. Dentre os fundos, são notórios os fundos emergencial e verde. Fundo emergencial é um criado para atender às situações de crises, catástrofes naturais ou eventos imprevistos das pessoas; e o fundo verde tem foco em ativos e projetos que contribuem ao meio ambiente. Ademais, há FIDC (Fundo de Investimento em Direitos Creditórios) que foca em adquirir os direitos creditórios.

Para as Fintechs relacionadas ao agronegócio, existem CRA (Certificado de Recebíveis do Agronegócio), FIAGRO (Fundo de Investimento nas Cadeias Produtivas Agroindustriais) e LCA (Letra de Crédito do Agronegócio). CRA é um título emitido para captação de recursos junto a investidores e ele é feito por empresas do setor agrícola. FIAGRO é um tipo de fundo destinado a "funding" em atividades relacionadas ao

agronegócio, atuando-se em várias etapas da sua cadeia produtiva. Por último, LCA é um título emitido pelas instituições financeiras para ajudar e impulsionar o setor agrícola.

Feito esse começo de aportes, “Produtos e serviços prestados” são elaborados e apresentados para os seus clientes, que podem ser um modelo de negócio B2B (Business-to-Business), B2B2C (Business-to-Business-to-Consumer) e B2C (Business-to-Consumer). Como as dez Fintechs são diferentes entre si, seus serviços também se diferem, então escolhendo somente os mais comuns entre eles, estes são conta digital, cartão de crédito, seguros/ microsseguros, PIX, TED, e entre outros. De forma geral, esses serviços em conjunto são chamados de “Home Bank” ou “Internet Banking” que permite o acesso aos serviços bancários online a fim de que os clientes acessem suas contas, façam transações e gerenciem seus recursos financeiros. Os serviços mais específicos e próprios são a antecipação de recebíveis, captação de recurso para os empreendedores (como crowdlending e P2P), financiamento de painéis solares, agronegócio e empreendimentos, SaaS (Software as a Service), MaaS (Microcredit as a Service) e seguros.

Afinal, “Indicadores financeiros de Fintech” são essenciais depois dessas operações de produtos e serviços ofertados, uma vez que métricas financeiras para avaliar o desempenho e a saúde financeira de Fintechs são primordiais para a sua longevidade. Logo, foram divididos em três categorias, “KPI”, “KPI futuro” e “Visão e expectativa”. “KPI”, ou “Key Performance Indicator”, é um conjunto de indicadores para a análise quantitativa de desempenho em viés e avaliar o projeto e, portanto, a empresa. Dessa maneira, os indicadores são fluxos de caixa, receita, retorno, valor liberado e ticket médio para o entendimento da empresa no momento do passado ao presente atual. Para o futuro, denomina-se “KPI futuro” para a projeção de faturamento, de clientes impactados pelas suas operações do presente real e dentre outras estratégicas. Com isso, “Visão e expectativa” é traçada com a finalidade de uma perspectiva e previsão de crescimento e evolução de Fintechs. As palavras-chave para a explicação disso são aceleração, alta escalabilidade, excelência, expansão comercial de negócio, expertise, fortalecimento, velocidade e pivotagem caso necessite para atender e atingir o “Objetivo”.

5. Discussão

A revisão de literatura foi realizada para entender os seis pilares, sobre como Fintechs conseguiram se inserir no mercado bancário tradicional e complexo, observar potenciais clientes marginalizados e excluídos pelos grandes agentes bancários, verificar

os fatores que ajudam na sustentação de Fintechs e compreender os funcionamentos estratégicos que consequentemente geram resultado de impacto social e ambiental. Esse tipo de análise de revisão foi centralizado com ênfase na dimensão do impacto social dentre muitos outros tópicos tangentes que podiam ser explorados como assuntos mais específicos de tecnologia, relações institucionais, e o funcionamento detalhado de produtos ofertados por Fintech. Nesse viés, para serem estudados esses pilares, mas no contexto brasileiro, o modelo de negócio criado a partir de análise de dados secundários, com âmago nas causas sociais e ambientais, explicam as respostas ditas nas entrevistas de CEOs de Fintech Quero Quitar e Firgun.

A resposta do CEO da Quero Quitar, explicando o motivo do surgimento dessa Fintech, confirma que esse primeiro passo é necessário: de escolher o problema existente na sociedade para segmentar e estruturar toda a operação, e portanto, a instituição. Por isso, deve-se considerar inicialmente, no modelo de negócio proposto, a seção "Social/Ambiental" para dar sustento aos outros: "Organizacional", "Financeiro" e "Tecnológico". Ele diz o seguinte:

> "Falando em empoderamento, e não em cobrança, falando em oferta e desconto e não em cobrança. Subir de proposta de valor que visa não só recuperar crédito para as empresas, mas resgatar o devedor ao status de um consumidor mais sustentável. (...) Então, são pilares dos trabalhos da Quero Quitar a educação financeira. A geração de renda extra e a negociação da dívida pela melhor condição que o credor pode oferecer. Acessibilidade dessas condições, não é? Então isso tornou a Quero Quitar uma fintech de impacto." (CEO Quero Quitar, entrevista em junho 2023).

Por conseguinte, dentro do modelo de "Social/Ambiental", a "Motivação" está clara: a falta de solução em relação à inadimplência no cenário brasileiro. Desse modo, o "Objetivo" é conectar credores e devedores com foco no empoderamento dos credores para a negociação de suas dívidas, mirando o "Público-alvo" sendo todos com dificuldade de quitar suas dívidas com as empresas que estão em parceria com Quero Quitar. Disso, o "Resultado gerado" é o empoderamento, educação financeira e negociação de impacto.

Porém, uma preocupação de muitas empresas de cunho socioambiental é mission drifit - perda da missão. Ou seja, quando a organização cresce, concentra-se no aspecto financeiro e esquece do aspecto da missão social. Em nenhuma de Fintechs analisadas esse fenômeno foi visto, mas a Fintech Firgun passou por um processo não de perda de missão, mas sim, mudança de modelo de negócio mantendo sempre a missão original.

De acordo o CEO de Firgun:

> "Então, a gente viu uma oportunidade de trabalho, a gente mudou de uma plataforma que conectava os investidores com microempreendedor para que fosse uma solução das empresas que queriam aprofundar o seu trabalho na área de responsabilidade social. Hoje a gente atende empresas que querem fomentar a sua cadeia produtiva, ou fazer um trabalho de responsabilidade social nas regiões (...), ou mesmo fazer a iniciação dessas pessoas no sistema financeiro, fazendo crédito para essas pessoas." (CEO Firgun, entrevista em maio 2023).

Logo, apesar de "Produtos e serviços prestados" serem inicialmente uma plataforma digital que possibilitasse a execução de crowdlending e P2P (peer to peer) lending para microempreendedores, a mudança de seu produto tecnológico foi para SaaS (Software as a Service), atendendo as pessoas jurídicas. Isso não impediu que a mesma missão de responsabilidade social mantivesse; em outras palavras, não houve mission drifit.

6. Conclusão

Frente ao contexto brasileiro, os serviços financeiros oferecidos pelas instituições bancárias ainda não são acessados e disponibilizados para toda a população devido às diversas variáveis como a dificuldade de entendimento do manuseio dos produtos financeiros, os juros altos e a marginalização imposta pelos bancos. Nisso, as Fintechs conduzem um negócio de impacto para solucionar essa dor social da exclusão financeira de muitos brasileiros e por isso, essa iniciação científica tem como objetivo geral analisar as Fintechs Socioambientais brasileiras que propõem missão de inclusão financeira com fundamento em seus modelos estratégicos e lógicas de negócios.

Apesar de várias teorias e análises já feitas pelos artigos internacionais sobre Fintechs de valor social estrangeiros, esse fenômeno de surgimento dessas instituições na realidade brasileira estava ausente ao executar a revisão de literatura. Desse modo, esse estudo contribui para o aumento do conhecimento teórico sobre a prática administrativa reinada por cunho socioambiental de Fintechs. Disso, atendendo o objetivo proposto inicialmente, foi realizado uma análise qualitativa de dez Fintechs brasileiras para compreender seus modelos de negócio, e foi observado que essas empresas definem a suposta solução para a dor socioambiental, e em seguida organizam as suas operações e estruturas internas. Dessa forma, é possível dividir em quatro grandes categorias que compõem o modelo de negócio voltado ao impacto, que são "Organizacional", "Tecnológico", "Social/Ambiental" e "Financeiro". Para a melhor análise mais específica,

é possível aprofundar nessas quatro categorias, isso apresentada na tabela que compõe três níveis de análise. Além dessa representação de modelo de negócio, duas entrevistas com CEOs de Quero Quitar e Firgun foram executadas a fim de sustentar esse estudo elaborado.

Durante a execução da pesquisa, podem ser mencionadas as dificuldades categorizando-as em duas partes. A primeira se refere à atividade de coletar dados secundários e a segunda, o referencial teórico. A função de coletar dados foi de dificuldade, pois nunca foi feito uma coleta antes com tamanha complexidade na busca de dados específicos para perguntas elaboradas. Foram 10 Fintechs escolhidas, e cada uma delas exigia a procura de suas informações em diferentes fontes, e demandava uma interpretação. Por exemplo, ao entrar nos sites das Fintechs, algumas já apresentavam quais eram os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) abordados pela instituição; em contrapartida, em alguns, essas informações estavam presentes em outros canais de comunicação (como mídias sociais) e junto a isso necessitava o entendimento da missão proposta para categorizar em qual tipo de ODS a empresa valorizava.

Além disso, o referencial teórico demandou muita atenção e análise detalhada, visto que os artigos foram escritos em inglês, precisando entender o jargão financeiro e tecnológico traduzido para o português; e em alguns trechos, apesar de apresentarem temas interessantes, haveria inconsistência ao abordá-los perante o tema de pesquisa. Dessa forma, foi notável durante a execução da revisão de literatura, a demanda da paciência e cautela para realizar a leitura e seleção de informações importantes.

Uma dificuldade adicional seria a limitação de conseguir estudar somente dez casos de Fintechs. Acredita-se que para uma elaboração de pesquisa mais completa e profunda, devem ser listadas mais de dez instituições e conseguir também aderir análises quantitativas para específicas observações dentro da estrutura de modelos de negócios.

Por último, recomendações são indicadas para os futuros estudos que abordem este tema de Fintechs. Tal sugestão seria uma formação de modelo para propor uma forma de classificação dos modelos de negócios que resultasse em uma taxonomia ou tipologia. Isso seria essencial para ampliar a sabedoria dessas novas instituições que se destacam no mercado de finanças e tecnologia na atualidade; assim como existem nomenclaturas de instituições financeiras tradicionais como “banco de varejo”, “banco comercial”, “banco de atacado” e entre outros, poderia existir essa segmentação para Fintechs, mas com categorias que permitissem uma divisão com base no tipo de impacto socioambiental que incorpora em sua operação.

7. Referências

Burtch, Gordon; Hong, Yili; Liu, De. The Role of Provision Points in Online Crowdfunding. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2018.

Chatterjee, Sutirtha; Sarker, Suprateek; Lee, Michael J.; Xiao, Xiao; Elbanna, Amany. A possible conceptualization of the information systems (IS) artifact: A general systems theory perspective. **ISJ Information Systems Journal**, 2021.

Currie, Wendy L.; Gozman, Daniel P.; Seddon, Jonathan J M. Dialectic tensions in the financial markets: a longitudinal study of pre-and post-crisis regulatory technology. **JIT Journal of Information Technology**, 2017.

FIDCs: entenda como funcionam esses fundos de renda fixa. **InfoMoney**, 2023. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/guias/fidcs-fundo-de-investimento-renda-fixa/.

Fu, Runshan; Huang, Yan; Singh, Param Vir. Crowds, Lending, Machine, and Bias. **ISR Information Systems Research**, 2020.

Gomber, Peter; Kauffman, Robert J.; Parker, Chris; Weber, Bruce W. On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2018.

Gomber, Peter; Kauffman, Robert J.; Parker, Chris; Weber, Bruce W. Special Issue: Financial Information Systems and the Fintech Revolution. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2018.

Gozman, Daniel; Liebenau, Jonathan; Mangan, Jonathan. The Innovation Mechanisms of Fintech Start-Ups: Insights from SWIFT's Innotribe Competition. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2018.

Hendershott, Terrence; Zhang, Xiaoquan; Leon Zhao, J.; Zheng, Zhiqiang. Fintech as a game changer: Overview of research frontiers. **ISR Information Systems Research**, 2021.

Jiang, Yang; (Chad) Ho, Yi Chun; Yan, Xiangbin; Tan, Yong. Investor Platform Choice: Herding, Platform Attributes, and Regulations. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2018.

Jin, Yong; Ding, Chao; Duan, Yang; Cheng, Hsing Kenneth (2020). Click to Success? The Temporal Effects of Facebook Likes on Crowdfunding Crowdfunding. **JAIS Journal of the Association for Information Systems**, 2020.

Kling, Frederico. Exclusão financeira é barreira à mobilidade social de população vulnerável. **Fundação FEAC**, 2021. Disponível em: https://feac.org.br/exclusao-financeira-e-barreira-a-mobilidade-social-de-populacao-vulneravel/.

Lagna, Andrea; Ravishankar, M. N. Making the world a better place with fintech research. **ISJ Information Systems Journal**, 2022.

Ng, Evelyn; Pan, Shan L. Competitive strategies for ensuring Fintech platform performance: Evidence from multiple case studies. **ISJ Information Systems Journal**, 2022.

Ng, Evelyn; Tan, Barney; Sun, Yuan; Meng, Tian. The strategic options of fintech platforms: An overview and research agenda. **ISJ Information Systems Journal**, 2022.

O que é LCA: entenda quanto rende e como investir?. **Expert XP**, 2020. Disponível em: https://conteudos.xpi.com.br/aprenda-a-investir/relatorios/o-que-e-lca/.

Pignati, Giovana. Mais de 35 milhões de brasileiros não apresentam registros financeiros. **Canaltech**, 2023 Disponível em: https://canaltech.com.br/mercado/mais-de-35-milhoes-de-brasileiros-nao-apresentam-registros-financeiros-247014/.

Reis, Tiago. CDI: o que é? Descubra como ela influencia seus investimentos. **Suno**, 2023. Disponível em: https://www.suno.com.br/guias/cdi/.

Senyo, P. K.; Gozman, Daniel; Karanasios, Stan; Dacre, Nicholas; Baba, Melissa. Moving away from trading on the margins: Economic empowerment of informal businesses through FinTech. **ISJ Information Systems Journal**, 2022.

Tan, Tianhui; Zhang, Ying; Heng, Cheng Suang; Ge, Chunmian. Empowerment of grassroots consumers: A revelatory case of a Chinese fintech innovation. **JAIS Journal of the Association for Information Systems**, 2021.

Wessel, Michael; Gleasure, Rob; Kauffman, Robert J. Sustainability of rewards-based crowdfunding: A quasi-experimental analysis of funding targets and backer satisfaction experimental analysis of funding targets and backer satisfaction. **JMIS Journal of Management Information Systems**, 2021.