

FINTECHS SOCIOAMBIENTAIS: MODELOS PARA A INCLUSÃO FINANCEIRA NO BRASIL

Área temática: Empreendedorismo, Startups e Inovação

Resumo

Nessa pesquisa exploramos o tema Fintechs socioambientais e seus modelos de negócio a partir dos quais elas buscam a inclusão financeira e gerar impactos socioambientais no Brasil. Dessa forma, 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, que é uma lista de referência em pesquisas relacionadas à área de Sistemas de Informação e, dentro dela, há a área de Tecnologia para Desenvolvimento. Assim, 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). Frente a visão metodológica no trabalho de iniciação científica foi utilizada pesquisa exploratória 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 modelos de negócios de Fintechs socioambientais. 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

Abstract

In this research we explore the topic of socio-environmental fintechs and their business models from which they seek financial inclusion and generate socio-environmental impacts in Brazil. Thus, the objective of this research was to analyse how Brazilian Social Fintechs, as hybrid organisations, meet their mission of financial inclusion based on their business models, strategies, and logics. The literature review on the topic was carried out in the eight journals listed in the Senior Scholars' Basket of Journals, which is a reference list in research related to the area of Information Systems and, within it, the area of Development Technology. Thus, this research is part of the field of study in Business Administration, specifically in Information and Communication Technology for Development, which receives the acronym ICT4D (Heeks, 2020). In view of the methodological vision in the scientific initiation work, qualitative exploratory research was used, based on a survey of secondary data related to ten Brazilian Social Fintechs and complemented by two semi-structured online interviews with CEOs of two of these Fintechs, during the months of May and June 2023. Thus, it was possible, due to this research, to propose four pillars for structuring business models of socio environmental Fintechs. This work contributes to the understanding of these new organisations, analysing and understanding the context of the emergence of Social Fintechs, products and services offered to each type of customers and, therefore, their business models for financial and social inclusion.

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 conhecimento 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 acessados 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 almejada pelos brasileiros marginalizados pelo sistema financeiro tradicional.

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 a 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 havia necessidade para a 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. Revisão de Literatura

O levantamento teórico sobre Fintech, 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.

2.1 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, 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”); conseqüentemente, 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 deste artigo, visto que as informações sobre essa instituição financeira são explicadas de forma superficial. Dessa forma, os 17 artigos foram lidos e, foi feito 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 vistas diferentes percepções e exemplificações dos autores.

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 inserem 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).

2.2 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, estudos foram 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 para reforçar 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). A seguir, lista-se a breve abordagem do tema nesses artigos:

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. Conseqüentemente, 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).

2.3 A realização de Fintechs no mercado tradicional e complexo por um olhar diferente para os “excluídos”

Dessa forma, com o intuito de atender a sua crença na política democrática, Fintechs conseguiram adentrar em um dos mercados mais tradicionais do mundo, o financeiro (TAN et al., 2021). Disso, 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 maneira, 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).

Em paralelo, o fato das tecnologias e inovações de fintech proporcionarem mais opções de bancos e produtos financeiros não significa que mais poder será concedido aos consumidores, uma vez que não o têm para participar das atividades financeiras. 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 (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 na 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 autoeficácia, motivação e outras manifestações psicológicas para a 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).

3. Metodologia

A pesquisa partiu do levantamento de dados secundários, o qual se tratava de coletar dados das dez empresas denominadas de Fintechs sociais e ambientais brasileiras que são: Firgun, Conta Black, Nagro, Banco Pérola, Plific, Solfácil, Dispor Energia, Agrolend, Quero Quitar e Coletando Soluções. 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 então, 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 quando esses temas a 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 0	Tag 1	Tag 2	Tag 3
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		
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		
Informações			
Informações de qualidade			
Informações financeiras			
Insights		Saída	

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. Foram feitas um total de 14 perguntas, sendo 7 relacionadas à tecnologia e as demais, à operação da organização. 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 3”.

1ª Ordem	2ª Ordem	3ª Ordem
Reconhecimento	Histórico	Organizacional
Valor		
Tipo de Fintech	Forma	
Jurídica	Stakeholder	
Externo		
Interno	Interação externa	Tecnológico
Input 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		
KPI futuro	Indicadores financeiros de Fintech	
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 diretamente 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” serão só possíveis de obtenção por meio da existência de “Interfaces”, que são os meios como os usuários entram em contato com a empresa. Podem ser verificados em plataformas digitais como aplicativos, redes sociais, blog e site. Dessa maneira, esses dados de entrada

serão 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 às 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 de 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, co-criação, 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, uma vez 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. Conseqüentemente, 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 mentoria. Já o “Impacto social e ambiental” se trata das conseqüências 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 à 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 conseqüentemente 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 ângulo 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 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 drift* - 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 possibilite a execução crowdlending e P2P (peer to peer) lending para microempreendedores, a mudança de seu produto tecnológico para o mesmo tipo, mas SaaS (Software as a Service) para pessoas jurídicas, não impediu que a mesma missão de responsabilidade social mantivesse; em outras palavras, não houve *mission drift*.

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 impostos 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 análise já feitas pelos artigos internacionais sobre Fintech, essa literatura não aborda em profundidade as Fintechs de impacto e que geram valor social. Desse modo, esse estudo contribui para o aumento do conhecimento teórico sobre a prática administrativa reinada por cunho socioambiental de Fintechs. Atendendo o objetivo proposto inicialmente, foi realizada 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 ordens 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. Uma limitação dessa pesquisa foi seu fundamento em somente dez casos de Fintechs brasileiras. 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”, “banco de investimento” e entre outros, podia 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

- JIN, Yong; DING, Chao; DUAN, Yang; CHENG, Hsing Kenneth. Click to Success? The Temporal Effects of Facebook Likes on Crowdfunding Crowdfunding, **JAIS**, 2020.
- CHATTERJEE, Sutirtha; SARKER, Suprateek; LEE, Michael J.; XIAO, Xiao; ELBANNA, Amany. A possible conceptualization of the information systems (IS) artifact: A general systems theory perspective1, **ISJ**, 2021.
- NG, Evelyn; PAN, Shan L. Competitive strategies for ensuring Fintech platform performance: Evidence from multiple case studies, **ISJ**, 2022.
- NG, Evelyn; TAN, Barney; SUN, Yuan; MENG, Tian. The strategic options of fintech platforms: An overview and research agenda, **ISJ**, 2022.
- BURTCH, Gordon; HONG, Yili; LIU, De. The Role of Provision Points in Online Crowdfunding, **JMIS**, 2018.
- GOZMAN, Daniel; LIEBENAU, Jonathan; MANGAN, Jonathan. The Innovation Mechanisms of Fintech Start-Ups: Insights from SWIFT's Innotribe Competition, **JMIS**, 2018.
- 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**, 2021.
- GOMBER, Peter; KAUFFMAN, Robert J.; PARKER, Chris; WEBER, Bruce W. Special Issue: Financial Information Systems and the Fintech Revolution, **JMIS**, 2018.
- FU, Runshan; HUANG, Yan; SINGH, Param Vir. Crowds, Lending, Machine, and Bias, **ISR**, 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**, 2018.
- 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**, 2017.
- 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**, 2022.
- LAGNA, Andrea; RAVISHANKAR, M. N. Making the world a better place with fintech research, **ISJ**, 2022.
- JIANG, Yang; (CHAD)HO, Yi Chun; YAN, Xiangbin; TAN, Yong. Investor Platform Choice: Herding, Platform Attributes, and Regulations, **JMIS**, 2018.

SENYO, P. K.; KARANASIOS, Stan; GOZMAN, Daniel; BABA, Melissa. FinTech ecosystem practices shaping financial inclusion: the case of mobile money in Ghana, **EJIS**, 2022.

TAN, Tianhui; ZHANG, Ying; HENG, Cheng, Suang; GE, Chunmian. Empowerment of grassroots consumers: A revelatory case of a chinese fintech innovation, **JAIS**, 2021.

HENDERSHOTT, Terrence; ZHANG, Xiaoquan; LEON ZHAO, J.; ZHENG, Zhiqiang. Fintech as a game changer: Overview of research frontiers, **ISR**, 2021.

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

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/>

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/>

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/>

REIS, Tiago. CDI: o que é? Descubra como ela influencia seus investimentos. Suno, 2021. Disponível em: <https://www.suno.com.br/guias/cdi/>