



Crowdfunding: peritos avaliam plataformas como “regulares” apesar dos bons índices de transparência e alertam para o amadurecimento na governança

Roque de Moraes Martins
Sérgio Henrique Arruda Cavalcante Forte

<https://doi.org/10.5020/2965-6001.2022.14213>

RESUMO

O *crowdfunding* é um fenômeno financeiro que nasce no contexto da economia colaborativa, concedendo empréstimos e doações no sistema uma expressão que vem do inglês *peer-to-peer*, ou seja, par a par e entre os indivíduos. O Banco Mundial (2013) [1] aponta que essa modalidade de crédito incrementará bilhões de dólares em investimentos individuais nos países em desenvolvimento. Nesse sentido, por meio de estudos bibliométricos, pesquisa descritiva e análise quantitativa, buscou-se estudar as plataformas do Brasil que utilizam sistemas de recompensa. A finalidade é analisar como os princípios de governança corporativa indicados pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) estão contemplados nelas.

Tags: *Crowdfunding*. Governança corporativa. Inovação. Negócios.

Principais pontos

- O *crowdfunding* é um método de coletar contribuições financeiras sem intermediação de bancos e não está regulamentado no Brasil.
- Entre 2011 e 2017, o *crowdfunding* ganhou força no país e o modelo mais difundido é o do tipo recompensa: troca de contribuições, produtos ou serviços.

- Negócios online geram desconfiança do público, por isso a pesquisa propõe uma ferramenta de medição da governança nessas plataformas.

Crise econômica e *crowdfunding*: doar com propósito

Crise econômica, encerramento das atividades de empresas, aumento do desemprego e declínio no rendimento disponível das famílias. Nesse cenário registra-se uma redução no consumo. Empreender torna-se difícil e isso exige novas soluções para captação de capital de forma rápida e prática. Surge assim o *crowdfunding*, uma alternativa para quem busca crédito simplificado fugindo de métodos tradicionais, como os bancos, por exemplo.

O *crowdfunding* é basicamente um método de coleta de pequenas contribuições, vindas das mais variadas pessoas, para financiar ou capitalizar uma empresa, projeto ou causa. Está inserido no campo do consumo colaborativo, que é a capacidade de emprestar, alugar, trocar ou partilhar os pertences entre os usuários por meio da internet. Por acontecer sem intermediário, essas transações utilizam plataformas e os empréstimos são realizados no sistema P2P [2].

Um início bagunçado... até a chegada das plataformas!

O modelo *crowdfunding* emerge e se desenvolve por meio da internet, principalmente nas indústrias criativas que compreendem música, cinema e vídeo, escritores independentes, jornalistas, editores, criadores de artes visuais e de execução, jogos e teatros.

No Brasil, até meados de 2006, o *crowdfunding* permaneceu desconhecido por grande parte do público, pois era um fenômeno considerado um tanto quanto bagunçado. Afinal, doar quantias financeiras e confiar na veracidade, andamento e entrega de projetos não é tarefa simplória. Com o passar do tempo, surgiram as plataformas que organizavam a captação e divulgação dessas coletas financeiras.

Além de proporcionar mais transparência, agilidade e confiabilidade, isso gerou mais alcance e uso social efetivo. As aplicações na área de projetos sociais se tornaram mais visíveis por meio da assistência aos países emergentes, redução da pobreza, difusão de novas tecnologias e apoio a movimentos democráticos [3].

Por que isso é importante para o Brasil

No intervalo de 2011 a 2017, os sistemas de *crowdfunding* se consolidaram no Brasil e estudos [4] apontam que diariamente são arrecadados em média US\$ 2 milhões em campanhas que variam de doações, pré-compras, empréstimos ou mesmo aquisição de ações lucrativas.

Isso reforça as projeções dadas pelo Banco Mundial, que sinalizou que esse tipo de transação poderá incrementar cerca de US\$ 95 bilhões de dólares em investimentos individuais nos países em desenvolvimento nos próximos 20 anos. Para isso, a relação de confiança entre os investidores e empresas e empreendedores é fator crítico de sucesso para que o ciclo de realização do projeto finalize.

Esse segmento de negócio não está regulamentado no Brasil e a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais (ANBIMA) alerta que o relaxamento do regramento para o *crowdfunding* não desobriga o envio de uma série de informações à Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Mas afinal, como funciona?

O ecossistema desse sistema funciona com a ação de atores, que vão desde os fundadores até o provedor do site e patrocinadores. Essas relações podem assumir muitas formas diferentes, e isso definirá o tipo de troca entre o dono do projeto e o contribuinte/investidos. O quadro a seguir mostra os principais tipos de funcionamentos de *crowdfunding*:

Doações	Contribuintes não têm promessa de recompensa. O único risco que assumem é que o dinheiro pode não ser utilizado para os fins declarados.
Recompensas	Baseado em troca de contribuições, produtos ou serviços. Reúne donos de projetos, requerentes de financiamento e investidores.
Investimentos	Compra de ações, o que implica em riscos (projetos que falham e se perde o montante investido) e vantagens (ter poder de voto).
Pré-venda	A captação de recursos é realizada pelo dono do projeto e uma vez pronto, envia para os contribuintes, que assumem a posição de compradores.
Distribuição de lucros	Oferece participação nos resultados futuros do negócio ou <i>royalties</i> , e contribuintes que investem dinheiro nestes termos precisam saber com precisão em que base a participação nos lucros será calculada.
Empréstimos	Donos do projeto assumem a posição de mutuários e os contribuintes atuam como credores. Os empréstimos podem ocorrer com uma taxa de juros definida ou sem juros.

A pesquisa destaca que no Brasil, a modalidade de recompensa é a mais difundida. Nesse sistema, os empresários e organizações usam as plataformas para fazer pré-vendas. Quanto ao interesse nesses modelos, são apontadas três motivações diferentes para as pessoas que desejam participar:

- Retorno social: as pessoas que doam dinheiro não querem nada em troca, sendo amplamente usado por organizações sem fins lucrativos.
- Retorno material: os financiadores obtêm um produto ou serviço como recompensa pelo investimento.
- Retorno financeiro: empréstimos ou participação em ações para coletar investimentos em juros ou pagamentos de dividendos.

Recompensa para conquistar

Uma campanha de *crowdfunding* de recompensas normalmente é executada por 30 dias e inclui uma rede de compartilhamento por meio de sites e redes sociais. Essa comunicação é fundamental para espalhar a ideia e o projeto. Na plataforma que capta as doações, os fundadores oferecem recompensas em troca da doação de um apoiador. Há recompensas diferentes para diferentes níveis de doação, que vão desde vantagens mais simples até a entrega de super *kits* de produtos.

Sinal de alerta na hora de fazer negócios!

Entre os pontos fracos está o fato de o fundador da campanha pode saber mais sobre a qualidade subjacente do projeto do que os apoiantes potenciais e os patrocinadores podem ser prejudicados da informação em relação à credibilidade do fundador para produzir e entregar o produto ou serviço como prometido [5].

Driblando a desconfiança

Os negócios *online* geram desconfiança do público usuário, por isso pesquisa propõe uma ferramenta

de medição da governança nas plataformas de *crowdfunding* do tipo recompensa no Brasil. Um índice foi estabelecido para medição da governança e aplicado nas duas maiores plataformas que atuam nessa modalidade no Brasil, cujo resultado sinaliza como regular a aderência ao programa de governança.

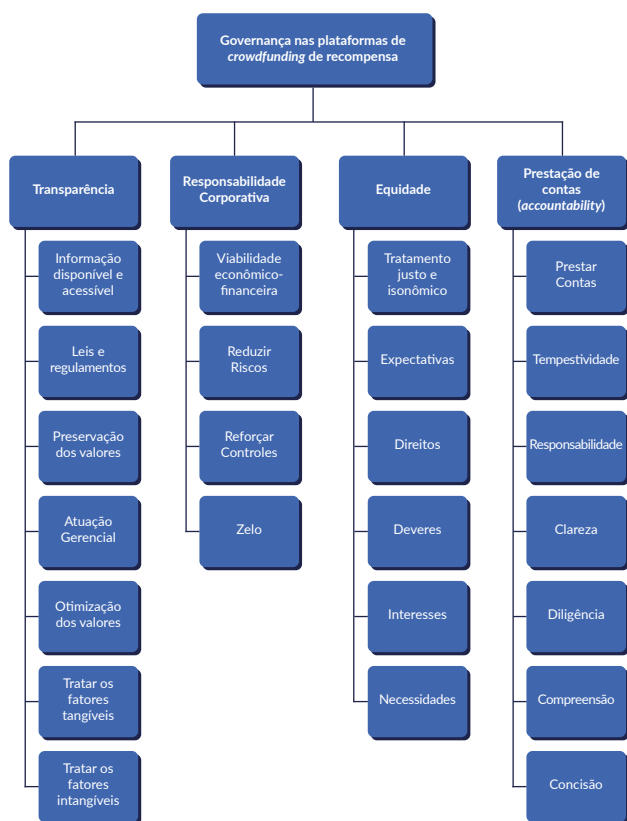
O que é governança e porque ela importa para o *crowdfunding*

Relação de agência é um contrato em que uma ou mais pessoas (o principal) envolve outra pessoa (o agente) para realizar algum serviço em seu nome por meio da delegação de autoridade de decisão a ser tomada pelo agente [6]. De acordo com o IBGC, os princípios básicos de governança corporativa são transparência; equidade (tratamento justo e isonômico das partes interessadas); prestação de contas e responsabilidade corporativa.

Para resolver possíveis conflitos de interesses, uma das soluções é a implantação de uma boa governança corporativa, que requer: gestão de riscos feita pelo administrador; prestação de contas demonstrando à propensão ao risco (*accountability*); desempenho obtido de forma plenamente transparente, com o fornecimento de informações relevantes, suficientes e tempestivas, durante o processo de prestação de contas (*disclosure*).

A governança nas plataformas de recompensa

Por meio de formulário elaborado em ferramenta do tipo *Survey*, a pesquisa obteve respostas de 30 especialistas com perfis profissionais de governança, microfinanças, tecnologia e inovação. O panorama hierárquico dos determinantes de governança para plataformas de recompensa pode ser visto na figura a seguir:



Fonte: os autores (2017)

Dois caminhos para investigar o fenômeno no Brasil

Para analisar o fenômeno, a pesquisa foi dividida em duas partes. Na primeira, investigou-se o estado da arte do *crowdfunding* por meio de estudo bibliométrico com a base de dados *EBSCOhost*. Foram localizados 123 trabalhos publicados entre os anos de 2011 e 2017 e os dados mostram um crescente número de publicações, tendo os Estados Unidos da América (EUA) como país que mais publica estudos nessa área.

A segunda parte contou com uma proposta de medição do nível de governança nas plataformas de *crowdfunding* de recompensa existentes no Brasil, a *Catarse* e a *Kickante*. O método utilizado foi a pesquisa descritiva com análise quantitativa e qualitativa de dados, utilizando as técnicas *Multi-Attribute Global Inference of Quality* (MAGIQ) [7]. Foram distribuídos questionários abertos para quatro peritos, sendo dois em governança e dois em *statups* e *crowdfunding*.

Plataformas regulares mas com bons índices de transparência

As respostas dos peritos foram convertidas em valores numéricos e mediante análise MAGIQ, calculou-se o valor global e com isso tornou-se possível a formulação de um coeficiente de importância para fatores e subfatores analisados. Verificou-se que as plataformas *Catarse* e a *Kickante* apresentaram avaliação regular.

Os dados obtidos apontam que as plataformas operam bem no fator de maior peso, que é a transparência. Ambas alcançam índice acima de 60%. A *Cartase*, por exemplo, apresenta anualmente o relatório de resultados e volume de transações realizadas, tanto em quantidade como em valor. Quanto aos demais fatores, verifica-se também uma proporcionalidade pela relevância.

Governança deve amadurecer e dados precisam ser acessíveis

A pesquisa concluiu que entre os fatores que pesam contra as plataformas de *crowdfunding* no modelo de recompensa estão a falta de regulamentação e o controle exercido por uma única pessoa (ou um grupo de controle) que gerencia as operações de levantamento de dinheiro.

Sugere-se que os proprietários de plataformas movam esforços para permitir o acesso aberto aos dados, publicando taxas de falha e as somas feitas por projeto e as quantias realmente levantadas. Ao final, aponta-se para a necessidade de regulamentação e maior transparência na forma de fazer negócios. Como propositura, a pesquisa indica que investigações futuras consultem os usuários das plataformas, sócios das plataformas e órgãos reguladores.

Referências

[1] Mundial, B. (2013). *Crowdfunding's Potential for the Developing World*.

[2] Hernansanz, A. L. (2016). *Las plataformas de financiación colectiva: el Crowdfunding*. Valladolid, Espanha.

[3] Hemer, J. (2011). *A snapshot on crowdfunding (No. R2/2011)*. Working papers firms and region.

[4] Machado, L. H. M., & de Mendonça, R. U. (2015). *Análise do Crowdfunding no Empreendedorismo Brasileiro – Características e Tendências*. South American Development Society Journal, 1(3), 37

[5] Courtney, C., Dutta, S., & Li, Y. (2017). *Resolving information asymmetry: Signaling, endorsement, and crowdfunding success*. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(2), 265-290.

[6] Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.

[7] McCaffrey, J.D., & Koski J. N. (2006). *Test Run-Competitive analysis using MAGIQ*. MSDN Magazine-Louisville, 35-40.

Para citar esse trabalho:

Martins, R. M., & Forte, S. H. A. C. (2022). Crowdfunding: peritos avaliam plataformas como “regulares” apesar dos bons índices de transparência e alertam para o amadurecimento na governança. *Revista Gestão Executiva*, 1(4), 1-5.

Sobre os autores

Roque de Moraes Martins

Diretor Financeiro e de Controle do Instituto Nordeste Cidadania - INEC. É graduado em Ciências Contábeis (Unifor), mestre em Administração de Empresas (Unifor), com MBA em Finanças, Auditoria e Controladoria (FGV), pós-graduado em Gestão e Estratégia (UFC) e Administração Financeira (Uece). Em 25 anos de carreira, ocupou posições estratégicas e de liderança nas áreas Financeira, Controladoria e de Auditoria em empresas como M. Dias Branco, Grupo Edson Queiroz, Grupo Gagliardi (Mobil), Abrahão Otoch e Marcosa (Caterpillar). Trabalhou ainda como consultor para implementação de governança, auditoria interna, gestão de riscos e processos. Professor/orientador convidado para as disciplinas de Governança Corporativa, Gestão de Risco e Compliance, Auditoria Interna, Controle e Planejamento Orçamentário dos MBAs da Unichristus, Unifanor e Uninassau. Membro dos Comitês de Estudos Técnicos de GRC e 3º Setor do CRC-CE. Formação de Conselheiro pela FGV e tem certificação Green Belt.

Sergio Henrique Arruda Cavalcante Forte

Engenheiro Civil pela UFC, Administrador de Empresas pela UECE. Mestre e Doutor em Administração de Empresas pela FGV- SP. Professor titular da Universidade de Fortaleza-UNIFOR. Professor do PPGA, do Mestrado Profissional em Administração e do Centro de Comunicação e Gestão da UNIFOR. Atua como pesquisador e consultor na área de Administração, com ênfase em Estratégia Empresarial, Cenários, Governança Corporativa, Negócios Internacionais, Comércio Exterior, Empreendedorismo e Métodos de Pesquisa. Coordenador do Grupo de Pesquisa no CNPq/UNIFOR/PPGA(Estudos Avançados e Aplicados de Estratégia-ESAE).
