

ADOÇÃO DE PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA E ANÁLISE ECONÔMICO-FINANCEIRA EM BANCOS

Amanda Deniz Teles Guimarães – Faculdade Araguaia – Unidade Centro

André de Lima Oliveira – Faculdade Araguaia – Unidade Centro

Jéssica Jeniffer Vieira Feijão – Faculdade Araguaia – Unidade Centro

Wanderson Pereira dos Santos – Faculdade Araguaia – Unidade Centro

Aline da Silva Moraes – Faculdade Araguaia – Unidade Centro

Com o mercado financeiro em transição, as empresas precisam adotar estratégias que lhes dê segurança e que possibilite aumentar seu valor perante seus acionistas e ao mercado. Uma dessas estratégias é a Governança Corporativa, que no Brasil, ‘surgiu em resposta à necessidade de atrair capitais e fontes de financiamento para a atividade empresarial’ (INFOMONEY, 2005). Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa – IBGC (2016), a Governança Corporativa é um sistema que guia acionistas, conselheiros, diretores e auditores; com a finalidade de facilitar o acesso ao capital e aumentar o valor da empresa.

O artigo analisado traz uma pesquisa sobre a entrada dos bancos: Itaú, Bradesco e Unibanco, no Nível 1 de Governança Corporativa com o objetivo de mostrar se, com a entrada dos mesmos, houve mudanças significativas. Vale ressaltar que a pesquisa analisa

PALAVRAS-CHAVE:

Governança corporativa, análise econômico-financeira, marketing

Artigo de Opinião

Recebido em: Set/2016

Publicado em: Dez/2016

Publicação

Sistema Integrado de Publicações

Eletrônicas da Faculdade Araguaia – SIPE

dados correspondentes ao período antes/depois da entrada, e que as mudanças podem ter caráter tanto positivo quanto negativo. Dentre os bancos analisados, apenas o Bradesco apresentou mudanças significativas na maioria das variáveis, sendo 8 delas. Dessa forma, o artigo ressalta que para um resultado mais concreto é necessária pesquisa mais ampla, com intervalo de tempo maior e que inclua empresas do Novo Mercado e do nível 2 de Governança Corporativa.

O artigo é interessante pois mostra como a Governança Corporativa pode influenciar nos resultados de uma empresa. No caso do Bradesco, destaca-se os pontos: Quantidade de ações negociadas e Valor Mensal das Ações, onde nota-se a interferência da entrada no Nível 1 de Governança Corporativa. Mudanças em fatores como esse, refletem no Valor de Mercado que a empresa possui, e a partir daí a mesma pode buscar ferramentas em outras áreas que possa ajudar a elevar, manter ou recuperar esse Valor de Mercado.

Para que a empresa atinja níveis de excelência, é fundamental que a mesma consiga construir uma imagem de confiança perante seus *stakeholders*. Clientes, funcionários, fornecedores e acionistas, precisam ter a certeza de que a empresa com a qual estão fazendo negócio é segura, e aí entra o Marketing, que aparece como ferramenta para construir uma imagem positiva da empresa e fazer com que ela seja valorizada. Conclui-se que a Governança Corporativa não está ligada somente a parte financeira/contábil de uma organização, mas à todas as áreas estratégicas.