

LAB FINANCEIRO

Manual de Aplicação do Programa



EDITO RIAL

Edição, Conteúdo e Revisão

Hanna P. Guimarães

Design Gráfico e Diagramação

Juliana Simões S. Mayor

Supervisão, Direção e Colaboração

Alice Scartezini e Deise Nicoletto

Realização

Instituto Caixa Seguradora e
Impact Hub Brasília

SUMÁRIO

04 APRESENTAÇÃO

Instituto Caixa Seguradora
Impact Hub Brasília

07 HISTÓRIA

09 CONCEITOS BÁSICOS

Psicologia Econômica
Novas Economias
Economia Compartilhada
Tecnologias Sociais
O Lab Financeiro

13 PRIMEIROS PASSOS

15 METODOLOGIA

Sociocracia
Metodologia Open Space
Criação Caórdica
Teoria U
Rodas de Conversa
Comunicação Não-Violenta
Construção de Driver
Dinâmicas de Quebra-Gelo
Combinados
LabCoin

23 PROGRAMAÇÃO

Quadro de Conteúdos
Palestras e Oficinas com Especialistas
Oficinas de Formação
Rodas de Apoio
Mentorias
Eventos de Multiplicação
Celebração

29 SELEÇÃO

Diretrizes do Processo Seletivo
Inscrições
Mapeamento
Entrevista

32 CRONOGRAMA

34 DIVULGAÇÃO

35 MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

37 RECURSOS NECESSÁRIOS

38 CHECK LIST

39 MAIS INFORMAÇÕES

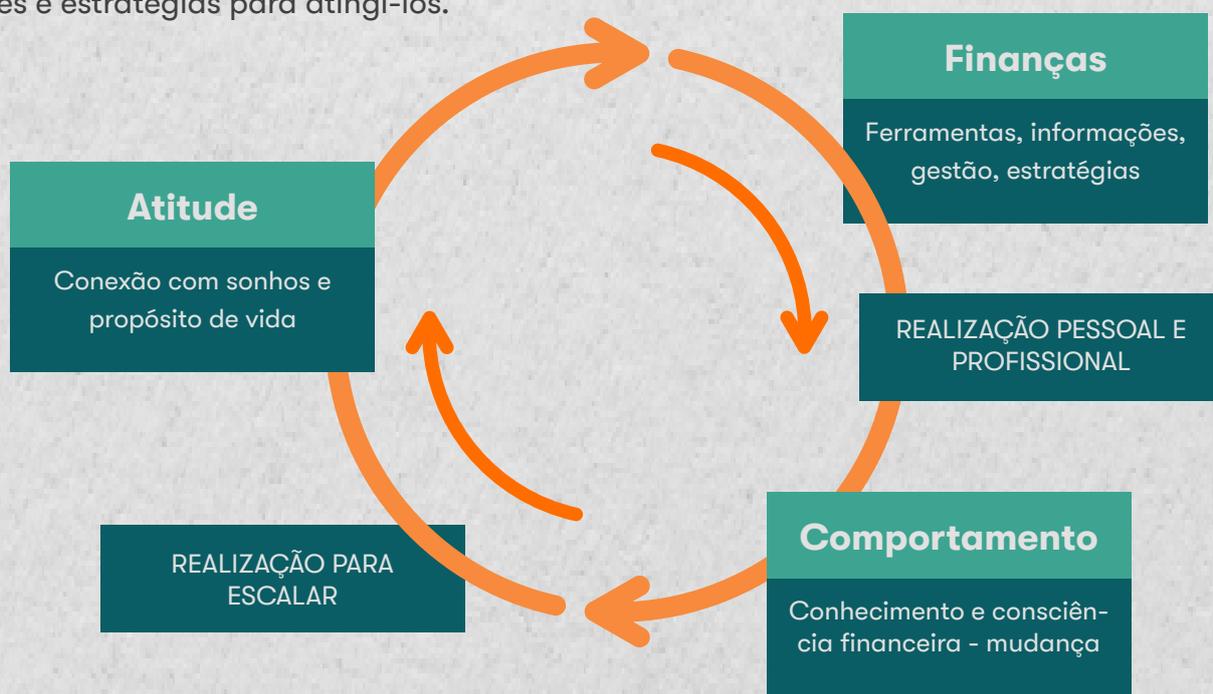
APRESENTAÇÃO

O **Lab Financeiro** é um programa de aprendizagem em rede, idealizado pelo Instituto Caixa Seguradora em parceria com o Impact Hub Brasília, que busca trazer aos brasileiros uma nova mentalidade em **relação ao dinheiro**, através de uma **linguagem simples e conteúdos acessíveis**. Elaborado com o **foco nas pessoas** e observando as suas particularidades, tem como proposta oferecer uma **experiência de imersão e conexão**, que apresenta à **juventude** um caminho para a realização dos seus sonhos.

O programa consiste em aproximadamente três meses de palestras, oficinas, rodas de conversa e experiências continuadas de aplicação e replicação. Ele tem por objetivo desmistificar conceitos financeiros básicos, desenvolver competências de inteligência financeira, habilidades gerenciais e expansão da maturidade. Além disso, busca incentivar reflexões, possibilitando a conexão com as ambições e propósitos de vida dos participantes; e oferece ferramentas, informações e estratégias para atingi-los.

O intuito é provocar uma nova consciência financeira, através de um processo investigativo e co-criativo para que os participantes se apropriem de ferramentas e processos, dando início a negócios sociais e de impacto. A partir dessa jornada de informação, conscientização e capacitação, esses influenciadores têm a missão de **transmitir os aprendizados adquiridos** às suas comunidades.

A **multiplicação desses conteúdos**, por sua vez, estimula um ambiente educacional contínuo e expansivo, auxiliando na construção de uma cultura financeira inclusiva no país, garantindo melhores decisões financeiras e formando, assim, uma grande onda de prosperidade. Este manual é uma ferramenta de intensificação dessa onda, uma vez que apresenta o **passo a passo** do Lab Financeiro, para que ele possa ser **reproduzido por qualquer iniciativa, em qualquer lugar do país**.

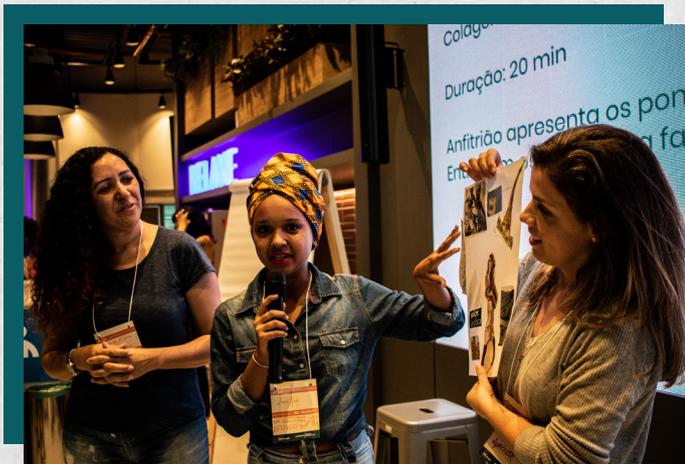


Instituto Caixa Seguradora

O Instituto Caixa Seguradora foi criado em 2017 para apoiar a Caixa Seguradora no alcance dos **Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)** e garantir que o investimento social privado seja aplicado de forma estratégica. Atua em parceria com as Organizações da Sociedade Civil em todo Brasil para enfrentar as desigualdades sociais e promover **programas** capazes de gerar oportunidades nas áreas de empreendedorismo, conservação ambiental e acesso aos projetos de saúde e bem estar.



Nos programas de empreendedorismo, apoiamos pequenos negócios por meio de formações e incentivos em **novas economias**. Abordamos a **educação financeira** com objetivo de reduzir as desigualdades de oportunidades e a quantidade de jovens sem emprego e formação. Nas ações de **conservação ambiental**, priorizamos os pequenos produtores na restauração ambiental e apoiamos a empresa na compensação de CO2 e no descarte correto de resíduos.



Ao tratar da **saúde e bem estar**, investimos no cuidado das mulheres que sofrem violências para reduzir as desigualdades de gênero; promovemos atividades de saúde mental e criação de vínculos sociais, também com as pessoas que vivem com o hiv e a aids, facilitando o acesso à informação; e a partir da pandemia, incluímos o atendimento aos idosos que vivem em instituições de longa permanência.

O Instituto Caixa Seguradora tem o propósito de auxiliar as pessoas mais vulneráveis para que todo o indivíduo tenha a oportunidade de **mudar sua própria história**, apoiando **causas e comunidades** na conquista de um **futuro mais próspero**.



Fotos: Ana Flávia Barbosa - Coletivo Duca

Conheça o Instituto Caixa Seguradora



Impact Hub Brasília

O Impact Hub foi fundado em 2007 em Londres e sua segunda sede foi criada em São Paulo, dois anos depois. Desde então, a instituição construiu uma **rede global** que cresce de maneira exponencial: hoje, são cerca de **16 mil membros, em mais de 120 cidades em mais de 55 países** diferentes ao redor do mundo, conectando empreendedores de impacto e inovadores sociais. É a maior rede distribuída globalmente e atuante na implementação de **programas e projetos** que fortalecem o ecossistema de impacto, com a aceleração, articulação inter-setorial, inovação aberta e fomento a causas sociais e ambientais junto a atores como ONU, União Européia, BID, GIZ, USAID, entre outros.

Sua principal atuação é como **intermediária e facilitadora**, conectando investidores, doadores e gestores interessados, com negócios que geram inovação e impacto social, garantindo parcerias estratégicas e duradouras. Em outras palavras, o Impact Hub conecta pessoas a causas por meio de programas e espaços relacionais. Os programas são desenvolvidos em parceria com empresas, fundações e governo para articular e acelerar iniciativas de impacto. Já os **espaços inovadores de trabalho e de eventos** dão suporte aos programas, ao ecossistema de impacto e geram conexões entre as pessoas, iniciativas e projetos.

O Impact Hub possui métodos e expertises que o tornam especialista em co-criar centros e espaços de inovação em diferentes contextos. A premissa é de que um espaço físico e relacional dotado de propósito, processos e cuidado, é capaz de agir como uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico local, catalisando **comunidades diversas, capazes de colaborar, gerar inovação, trocar conhecimento e se desenvolver coletivamente**.

No início, o Impact Hub convocava pessoas que tinham ideias para criar um mundo radicalmente melhor. Hoje, essas pessoas representam organizações que também fazem parte da rede e estão **transformando o mundo e o jeito de fazer negócios**.

O **Brasil** é um dos países mais relevantes dessa rede global e atua impulsionando a economia de impacto no país há mais de 10 anos. Os centros de inovação do Impact Hub no país estão localizados em **Brasília**, Florianópolis, Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte e Manaus.

Há uma grande variedade de programas em implementação, envolvendo diferentes causas e parcerias, e a atuação é conectada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e às causas relevantes em nível local.



Foto: Juliana Simões S. Mayor

Conheça o Impact Hub Brasília



HISTÓRIA

Antes de mais nada, é preciso compreender:

Por que é importante falar de dinheiro?

No Brasil, as classes C, D e E representam 130 milhões de pessoas, ou seja: **62% da população recebe até R\$1.500 de renda familiar per capita** (esse valor é uma média da residência, e resulta da soma de salários de todos os moradores de uma casa, dividida pelo número de moradores)¹.

A grande maioria dessas pessoas apresenta poucos conhecimentos sobre finanças, não consegue poupar, possui dívidas e não têm intenção de pagar. Em geral, **oito a cada dez brasileiros possuem pouco ou nenhum conhecimento sobre como fazer o controle de suas despesas pessoais**, metade não possui sequer conta em algum banco e, em relação à metade dos que possuem contas bancárias, 40% entrou ao menos uma vez no cheque especial nos últimos 12 meses.

Além disso, 3 a cada 10 pessoas afirmam não saber qual será a renda total do próximo mês, 36% da população admite não saber o valor exato das contas a serem pagas no mês seguinte e a mesma quantidade de pessoas deixou de pagar alguma conta no último ano.

Em relação ao cartão de crédito, pelo menos 40% deixaram de pagar alguma fatura integral em 2019. Aproximadamente **47% dos jovens da “geração z”, com idades entre 18 e 24 anos, não realizam controle de suas finanças pessoais. Outros 32% também alegam que a forma como gastam dinheiro é motivo para brigas frequentes com os pais, familiares ou cônjuge**².

Contudo, controle de gastos e planejamento financeiro não são matérias presentes no currículo básico de educação, e acabam sendo aprendidos a partir dos exemplos encontrados em casa. Além disso, educação financeira não se resume a poupar dinheiro, mas adotar uma **atitude consciente, ter critérios para a utilização de recursos e se planejar** para imprevistos e situações de longo prazo. Assim, a ausência desse tipo de conhecimento na maioria dos lares do país gera um gargalo de emancipação econômica.

Nesse cenário, o Instituto Caixa Seguradora juntamente com o Impact Hub Brasília entram em ação com o objetivo de construir um **programa de aprendizagem em rede, com a criação de um acervo de informações acessíveis e a capacitação de multiplicadores desse conteúdo**, para a realização de experiências financeiras continuadas em prol da prosperidade, realização pessoal e concretização de sonhos.

Em 2017, foi realizado o programa Jornada Juventude Caixa Seguradora, que teve como principal motivação provocar um novo *mindset* de consciência financeira nos jovens do Distrito Federal, incentivando reflexões e debates sobre o tema em busca de soluções para a construção de uma **cultura financeira inclusiva no país**.

Essa experiência confirmou que a educação financeira não é suficiente para garantir que as pessoas modifiquem seu modo de agir, seus padrões de escolha e hábitos relacionados a dinheiro. É preciso gerar **autonomia** para os jovens de diferentes contextos socioeconômicos, desenvolvendo conteúdos e experiências que gerem consciência e a vontade de mudar comportamentos. Segundo o economista Richard

¹ Fonte: Pnad/IBGE 2020

² Fonte: SPC Brasil, CNDL e Sebrae

Thaler, vencedor do Prêmio Nobel de Economia em 2017, os seres humanos não são sempre racionais e boa parte de suas **escolhas são baseadas em questões subjetivas e culturais**³.

Desta forma, se fez presente a necessidade de continuar e **ampliar a discussão**, para estabelecer uma ação programática sobre como a consciência financeira pode contribuir para a sustentabilidade das iniciativas, bem como apoiar os jovens e empreendedores a lidar com esse universo. Assim, surgiu o Lab Financeiro, um programa com o intuito de apresentar conteúdo sobre finanças e dinheiro, veiculado com as novas economias e a juventude, oferecendo técnicas e informações para capacitar jovens a realizar seus projetos, objetivos e propósitos, além de despertar o desejo de empreender com negócios de impacto.

A primeira edição foi realizada presencialmente em 2019 e inteiramente adaptada para o *online* durante a pandemia de 2020. Agora, este manual é mais um passo na construção de uma rede de apoio e emancipação de jovens por todo o território nacional, possibilitando a **aplicação do programa por qualquer tipo de contexto e iniciativa**, seja privada, estadual ou independente.

Em seguida, o intuito é desenvolver uma plataforma capaz de dar suporte ao desenvolvimento do empreendedor, aliado à inteligência financeira, fortalecendo ainda mais essa onda de prosperidade e se aproximando cada vez mais de uma cultura financeira inclusiva no Brasil.



Fotos: Juliana Simões S. Mayor

³ Fonte: Gazeta do Povo

CONCEITOS BÁSICOS

O presente manual é resultado da combinação de três alicerces conceituais, comumente utilizados no desenvolvimento de projetos sustentáveis e de emancipação social no cenário global. São eles: a **psicologia econômica**, aplicada no estudo das carências educacionais sobre finanças presentes na comunidade; a **economia compartilhada**, ou socioeconomia, que motiva a democratização do acesso à educação e a utilização otimizada de recursos; e a **tecnologia social**, que caracteriza o conhecimento como bem comunitário e enfatiza a necessidade de reaplicação e aperfeiçoamento constante de alternativas para o enfrentamento de problemas sociais. A seguir, entenda um pouco mais sobre cada um desses conceitos.

Psicologia Econômica

A psicologia econômica é uma disciplina que estuda **como a mente humana realiza atividades financeiras**, ou seja, os mecanismos e processos psicológicos subjacentes ao consumo e outros comportamentos econômicos, além do impacto de fenômenos econômicos de grande escala sobre o comportamento individual.

Desde a Grécia Antiga, pensadores observam e discutem as relações que envolvem escolhas, trocas, propriedades, empréstimos, pagamentos e investimentos de recursos finitos, ou escassos, visando a satisfação de necessidades. Contudo, a expressão “psicologia econômica” foi utilizada pela primeira vez em 1881, por Gabriel Tarde, jurista francês, em um artigo filosófico que relaciona esses dois campos do conhecimento.

Os temas abordados pelos estudos dessa área multidisciplinar vão desde os impactos da infla-

ção ao significado do dinheiro, passando por finanças comportamentais, psicologia do consumidor, educação financeira, entre outros. Além disso, apesar de dinheiro ser o primeiro exemplo de recurso finito que costuma vir à mente ao falar em psicologia econômica, ele está longe de ser o único. Tempo, atenção, capacidade de concentração, esforço, autocontrole e recursos naturais são alguns outros materiais de estudo dessa disciplina.

Vera Rita de Mello, Doutora em Psicologia Econômica pela PUC-SP, aponta algumas características comportamentais econômicas dos brasileiros, que explicam os altos índices de dificuldade financeira na maioria dos lares do país e reforçam a necessidade de um programa de educação continuada, com o intuito de incentivar uma mudança cultural de consciência em relação ao gerenciamento de recursos:

- As pessoas **não gostam de pensar, falar sobre economia e nem refletir sobre administração financeira**. Há uma falta de consciência a respeito de como são realizadas as tomadas de decisão.
- A **tradição de poupar, assim como a de fazer doações, não são muito fortes** na grande maioria das famílias.
- **Não existe autoavaliação a respeito das decisões econômicas**. Não se reflete sobre querer filhos, comprar presentes ou até mesmo oferecer uma carona.
- O funcionamento mental prevalecente é o **imediatismo**, ou seja, as decisões são tomadas com o intuito de aliviar a frustração presente e momentânea, pulando a parte de analisar as situações com calma. Este atalho mental é baseado no conjunto de valores e crenças que são ensinados e reforçados desde a infância.

Novas Economias

Esse termo surgiu em 1996, em um artigo econômico da revista *BusinessWeek*, e é utilizado para classificar organizações empresariais que elaboram seus sistemas de funcionamento com base no **paradigma da abundância de recursos e na cooperação entre os diversos atores envolvidos no mercado**. Suas atividades são elaboradas com base em metas de longo prazo e abrangendo as novas profissões que vão surgindo, descentralizando o fluxo de poder e as tomadas de decisão, além de compartilhar valor com a comunidade na qual estão inseridas.

Atualmente, existem diversos modelos econômicos que seguem essa linha de raciocínio, buscando trazer impactos positivos para suas localidades, formando redes de empoderamento social e estudando maneiras de realizar um aproveitamento mais eficiente de recursos. A seguir, conheça as iniciativas mais comuns da atualidade:

Economia criativa: negócios baseados em capital intelectual e cultural, com foco na criatividade que gera valor econômico, promovendo assim, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Em outras palavras, a exploração de abordagens e sistemas criativos para produtos e serviços de entretenimento, educação, arte, arquitetura, gastronomia e turismo.

Economia circular: propõe o planejamento estratégico de todas as etapas de fabricação de um produto ou execução de um serviço, desde o design até o transporte, utilização e reinserção no processo produtivo. O objetivo é a redução máxima de descartes e a amplitude contínua de uso dos materiais, focando na conscientização da relação dos seres humanos com as matérias-primas e os resíduos.

Economia de compartilhamento: é um modelo de mercado híbrido (entre posse e doação) para trocas diretas entre pessoas. Tais transações são frequentemente facilitadas via serviços online comunitários. Alguns teóricos consideram ela uma vertente da economia solidária.

Economia solidária: Forma de organização autogestiva da produção, distribuição, consumo, poupança e crédito. Compreende uma variedade

de de práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, clubes de troca, empresas autogestionárias, redes de cooperação, entre outras, que realizam atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo solidário.

Economia Doughnut: modelo econômico para o desenvolvimento sustentável. Combina o conceito de fronteiras planetárias com o conceito de fronteiras sociais e considera o desempenho de uma economia na medida em que as necessidades das pessoas são atendidas sem esgotar os recursos naturais da Terra.

Paradigma da Escassez

Não tem para todos



Medo que falte



Competimos para criar estoques



Retiramos de circulação,
diminuindo o fluxo



Aumentamos o custo da transação



Excluimos quem não pode pagar



A profecia se auto-realiza, ou seja,
não tem para todos

Paradigma da Abundância

Tem para todos



Acreditamos que vai ter



Colaboramos para criar



Aumentamos o fluxo



Diminuimos o custo da transação



Incluimos quem não pode pagar



A profecia se auto-realiza, ou seja,
tem para todos

Toda a conceituação por trás do Lab Financeiro é baseada nesses ideais de **criatividade, sustentabilidade, apoio mútuo** e demais aspectos explorados pelas chamadas **novas economias**. O grande objetivo é formar uma rede de apoio entre os membros de diversas comunidades, de forma que eles se organizem para repassar conteúdos e incentivar **mudanças de hábitos**. Sendo assim, a economia baseada em solidariedade e compartilhamento de ideias precisa ser um pouco mais aprofundada, por ser o pilar fundamental de todo o projeto.

Economia Compartilhada

A economia compartilhada é um novo sistema social e econômico, baseado no **consumo colaborativo e no compartilhamento de recursos humanos, físicos e intelectuais de maneira democrática, inteligente e solidária**.

Esse modelo permite a busca por soluções conjuntas para os problemas sociais, a otimização no uso dos produtos existentes e uma melhora da qualidade de vida, sem a necessidade de adquirir mais coisas.

Isso impacta positivamente tanto no bolso de cada um, quanto na **sustentabilidade** do planeta. Inclusive, a lógica por trás dessa dinâmica se baseia no sistema de 5 R's: **reduzir, reutilizar, recuperar, reciclar e redistribuir**.

Atualmente, existem três modelos de aplicação desse sistema econômico:

- **Mercados de redistribuição:** centros de manejo de itens, de onde estão ociosos para lugares em que são necessários. Ex: brechós, bazares e *marketplaces* como o Enjoei.
- **Estilo de vida colaborativo:** propostas de compartilhamento de bens, serviços e espaços dentro de uma comunidade. Ex: espaços de *co-working* e *co-labs*; parquinhos, bibliotecas e hortas comunitárias; Uber, 99Pop e Blablacar.
- **Sistema de acesso a produtos e serviços:** quando o usuário paga para ter acesso a um determinado serviço por um período limitado. Ou seja, quando o cliente opta pelo aluguel e não pela compra do bem. Ex: Airbnb, Armário Compartilhado e Alooga.

Sua essência está nas transações de pessoa para pessoa, e no aproveitamento de recursos com foco no uso, e não na posse, ampliando o acesso a bens e serviços e permitindo seu uso por pessoas que não teriam condições de comprar. A base de tudo é o **benefício mútuo**, a ponte entre quem possui coisas e quem usa coisas, facilitando o encaixe de hábitos, rotinas e realidades, de acordo com as necessidades das partes envolvidas.

Nesse cenário, a tecnologia possui um papel fundamental, por permitir a aproximação de pessoas com interesses complementares em um ambiente *online* e a promoção da sensação de responsabilidade e benefício mútuo; o que facilita o engajamento e a colaboração da comunidade, além de fortalecer o senso de pertencimento.

Entre as maiores vantagens desse sistema estão a **ampliação do poder de escolha e a inclusão financeira**, por criar uma gama maior de oportunidades e opções, todas elas mais acessíveis e direcionadas para a **descentralização da renda**. Em outras palavras, a economia compartilhada permite a redução de custos para quem usa e aumento de renda para quem fornece.

Outro aspecto interessante é a **melhora contínua da qualidade de produtos e serviços**, graças às avaliações dos usuários somadas à concorrência, que obrigam empresas e fornecedores a estar constantemente se renovando para se manterem competitivos no mercado.

A melhor forma de se inserir nesse sistema é literalmente **compartilhar**. O primeiro passo é descobrir os recursos excedentes e depois se conectar com as pessoas certas, ou seja, aquelas que precisam dessas coisas. O princípio é difundir o acesso a espaços, ferramentas, conteúdos e ideias para quem precisa ou se interessa⁴.

Tecnologias Sociais

Tecnologias sociais são **soluções criativas de baixo custo e alto potencial de resolução para enfrentar problemas sociais** de uma determinada comunidade, indo além das maneiras mercantis e comerciais oferecidas pelo sistema econômico tradicional. Pautadas nos

⁴ Fonte: Ideia no Ar, Consumo Colaborativo.

Os princípios da economia solidária, são conjuntos de **técnicas e metodologias** construídas junto da população a partir do conhecimento de problemas locais e da experimentação dos recursos disponíveis.

Elas representam soluções para a inclusão social e melhoria da qualidade de vida. São baratas, de fácil reaplicação e podem ser adaptadas a novas realidades de acordo com as necessidades. Seu principal objetivo é o desenvolvimento sustentável, a partir do protagonismo social, cuidado ambiental, conservação dos recursos naturais, aproveitamento dos conhecimentos da comunidade local, solidariedade econômica, economia colaborativa, respeito cultural e educação.

Um de seus maiores atributos é o fato de serem de **bem comum**, ou seja, não são patenteadas e nem produzidas em larga escala para fins comerciais. O intuito é a **difusão e replicabilidade** em situações semelhantes, por pessoas e organizações interessadas em contribuir para um mundo mais **sustentável e igualitário**⁵.

Replicação x Reaplicação

Tecnologias sociais partem do princípio de que um conhecimento adquirido em um determinado lugar, pode ser aperfeiçoado pela agregação de conhecimentos de outras pessoas, que realizem adaptações e aprimoramentos com base nos conhecimentos locais e recursos que as cercam. Dessa forma, não se fala em replicação (reprodução) dessas tecnologias, mas sim em reaplicação, ou seja, refazer de uma nova forma.

O Lab Financeiro

A educação financeira não é suficiente para garantir que as pessoas modifiquem seu modo de agir, seus padrões de escolha e hábitos, no que diz respeito às suas decisões financeiras. Por isso, **o Lab Financeiro, como tecnologia social pautada na economia compartilhada e na psicologia econômica, propõe uma jornada que inclui formação, experiências**

partilhadas e proposta de ação coletiva e influenciadora.

Os principais objetivos são: implementar a inclusão financeira; aumentar o nível de conhecimento sobre finanças e comportamentos de consumo, de forma a incentivar novos modos de agir; e modificar padrões de escolhas e hábitos, para garantir melhores decisões financeiras para si e para os outros. Em resumo:

1. Inclusão e informação para emancipação através de psicologia econômica;
2. Espaço para experimentar o desenvolvimento de arquitetura de escolhas para que beneficie a si e os outros;
3. Pessoas mais qualificadas para tomadas de decisões e escolhas construtivas.
4. Ativação do papel dos influenciadores, que funcionam como ponto de distribuição do comportamento adquirido;

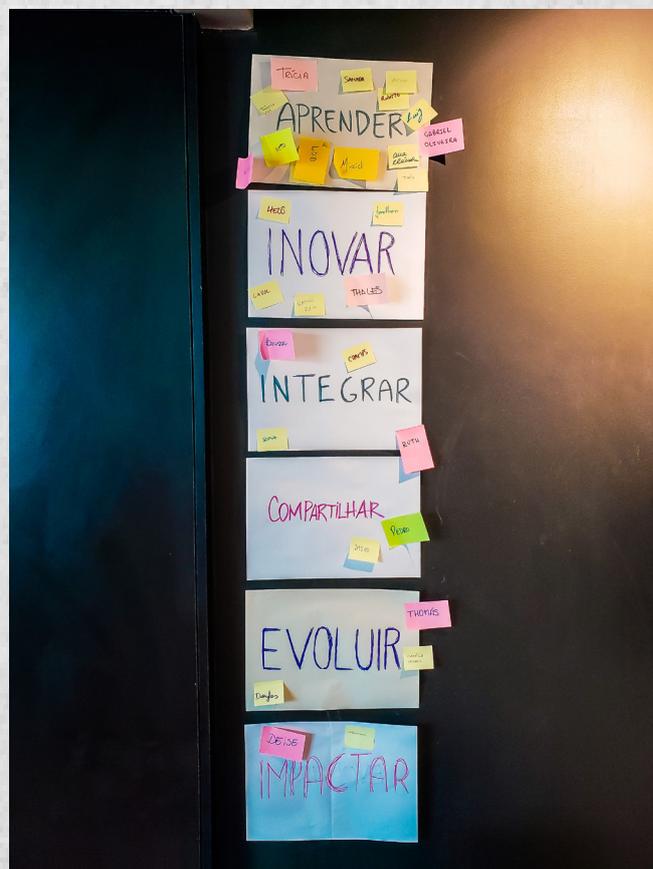


Foto: Juliana Simões S. Mayor

⁵ Fonte: Sebrae

PRIMEIROS PASSOS

Ao elaborar qualquer evento, a primeira coisa a se fazer é definir quem será o **público-alvo** e qual será o **objetivo** do evento em relação a esse público. As duas primeiras edições do Lab Financeiro, por exemplo, foram direcionadas para jovens de 18 a 29 anos que residem nas Regiões Administrativas do Distrito Federal.

O grande objetivo do programa é, além de oferecer conteúdos financeiros básicos de maneira acessível, proporcionando autonomia de gestão dos próprios recursos; capacitar os participantes para multiplicar e reproduzir esses conteúdos nas próprias comunidades.

Com isso estabelecido, é preciso traçar um caminho eficiente e interessante para levar esse público até o objetivo escolhido. Nesse sentido, o Instituto Caixa Seguradora e o Impact Hub Brasília promoveram a “**Oficina da Estratégia Financeira Lab**”, em junho de 2019, com a presença de consultores financeiros, especialistas em capacitação para investimentos e representantes de grupos jovens parceiros.

O intuito foi identificar as dificuldades dos jovens em relação ao dinheiro e traçar um plano de ação para solucioná-los. A princípio, foram elencados quatro principais problemas:

1. Falta de autoconhecimento para identificar propósito e metas pessoais;
2. Falta de educação financeira estrutural básica;
3. Falta de acessibilidade e clareza na comunicação;
4. Excesso de informações disponíveis e ausência de uma curadoria;

A partir disso, foram levantados, pelos participantes da oficina estratégica, dez pontos-chave necessários para a estruturação do programa:

1. Informações devem ser inclusivas, claras e acessíveis;
2. Diversidade e experiências devem ser priorizadas;
3. As relações devem ser todas de apoio e fortalecimento;
4. É preciso desenvolver uma consciência financeira;
5. Ferramentas e conteúdos devem ser democráticos e acessíveis;
6. As metodologias escolhidas devem ser dinâmicas e criativas;

7. É preciso ocasionar mudanças de valores e padrões;
8. Tabus e crenças devem ser desmistificados;
9. É necessário tornar comum a prática de falar sobre dinheiro;
10. Os conteúdos devem ser continuados, mesmo após a finalização do programa;

Ao final da oficina, um esboço do que seria o Lab Financeiro já estava formado, como uma **experiência gameficada** e estruturada em quatro frentes principais, sendo elas:

- Apresentar aos jovens as **oportunidades e possibilidades**, para incentivar a conexão deles com os próprios sonhos e fazer uma ponte real de viabilização, para que entendam que é possível chegar aonde quiserem;
- Criar uma **plataforma interativa de conteúdo**, que estimule o aprendizado e, ao mesmo tempo, fortaleça o sentimento de vínculo e pertencimento;
- Utilizar **exemplos reais** para exercitar o conteúdo aprendido, gerando identificação e motivando uma interação mais profunda; e
- Iniciar um movimento de libertação financeira, a partir de uma rede composta de pessoas influenciando pessoas.

Uma vez definida a estrutura básica, algumas demandas devem ser executadas, de acordo com os tópicos abaixo:

Aprendizado e inovação

- Encontrar um espaço de compartilhamento de conhecimentos que permita a gameificação das atividades
- Estudar metodologias interativas de capacitação

Recursos

- Buscar possíveis fontes de financiamento, parcerias e permutas
- Mapear pessoas (mentores, especialistas, desenvolvedores, influenciadores, voluntários e protagonistas)
- Estruturar a plataforma
- Traçar uma estratégia de divulgação

Público-alvo

- Identificar assuntos prioritários
- Fazer mapa de empatia com diferentes públicos, para entender suas reais necessidades
- Estudar comportamento de consumo e conteúdo digital por corte etário e classe econômica
- Mapeamento de influenciadores para parcerias de divulgação e capacitação

Processos Internos

- Definir cronogramas e metas
- Definir critérios de inclusão dos jovens
- Desenhar a experiência de aprendizado e a jornada do público-alvo
- Criar material de apoio

METODOLOGIA

Tendo como prioridade a criação de um ambiente **dinâmico, criativo e inclusivo**, que fornecesse **apoio** e permitisse a **interação de experiências** diversas com **informações acessíveis**, através de ferramentas democráticas; a metodologia escolhida para permear todo o programa foi o **sistema de sociocracia**, cujos princípios e práticas são baseados nos valores de equivalência, eficácia e transparência.

Uma vez escolhida a metodologia central, as seguintes técnicas e abordagens foram selecionadas como maneiras de viabilizar esse cenário sociocrático: metodologia Open Space, modelo caórdico, dinâmica Dialogue Walk, roda temática, dinâmicas de quebra-gelo, Comunicação Não-Violenta (CNV) e modelo Driver. Entenda melhor sobre cada uma delas a seguir.

Metodologia Open Space

É uma maneira **dinâmica, interativa e autogerida** de realizar reuniões criativas, partindo das vontades de cada pessoa do grupo, para abordar temas complexos, estratégicos e urgentes. Nela, os próprios participantes propõem e decidem toda a agenda de debate. Para aplicar essa metodologia, um facilitador deve convidar os participantes a pensar em quais assuntos eles gostariam de adentrar em torno de um tema central, incentivando-os a inserir suas sugestões em um quadro.

Em seguida, é criada uma agenda com opções simultâneas e cada pessoa é responsável por facilitar a discussão da sua oferta temática. Os demais participantes optam pelos temas disponíveis e se encaminham para seus respectivos grupos de discussão. Mesmo que algum ofertante não receba ninguém pra conversar, é im-

portante que permaneça no local, pois ao longo da prática, pessoas interessadas podem acabar surgindo. Isso, porque existem cinco princípios que guiam o Open Space:

. **“As pessoas que vierem são as pessoas certas”**: abrir mão da expectativa em relação a quem deve vir na reunião.

. **“A hora que começar é a hora certa para começar”**: abrir mão da expectativa quanto ao horário de início das sessões, ou seja, as coisas acontecem quando estão prontas para acontecer, no tempo certo.

. **“O que acontecer é a única coisa que poderia ter acontecido”**: abrir mão da expectativa sobre como as interações devem acontecer e para onde a conversa deve fluir.

Sociocracia

Sub.fem

É um sistema de governo no qual as decisões e medidas são tomadas a partir da consideração de opiniões dos indivíduos de sua sociedade. Dessa forma, a soberania é exercida pelo povo como um todo, não apenas por algumas partes representantes. Como método de governança empresarial, produz maior comprometimento, níveis mais altos de criatividade, liderança distribuída, níveis mais profundos de harmonia e aumento dramático da produtividade.

. **“Quando acabar, acabou”**: abrir mão da expectativa no que se refere à quando terminar uma conversa. Se terminar antes é porque tudo já foi tratado; caso a interação se estenda, talvez seja realmente necessário.

. **“Onde for, é o lugar certo”**: abrir mão da expectativa em relação aos espaços “corretos” ou supostamente adequados para sediar as conversas. Encontros poderosos e insights potentes podem acontecer em qualquer lugar.

Esse método incentiva as pessoas a participarem daquilo que elas realmente têm vontade, podendo mudar de uma conversa para outra sempre que sentirem que seu nível de interesse caiu e até mesmo não entrar em nenhuma conversa e fazer aquilo que considerar mais importante no momento. É a chamada lei dos dois pés, que reforça a **responsabilidade e a liberdade de cada um com o próprio aprendizado**.

Criação Caórdica

Em 1999, Dee Hock, fundador e primeiro CEO da Visa Internacional, publicou um livro chamado Nascimento da Era Caórdica. Nessa obra, ele aborda uma nova maneira de visualizar sistemas de qualquer natureza, seja biológica, psicológica ou de estruturação social, a partir de um espectro do caos. O autor acredita que uma organização sistêmica possui quatro grandes áreas:

Chamos: o extremo do caos, caracterizado pelo ambiente destrutivo e o desmantelamento das estruturas e da organização.

Caos: o espaço criativo da incerteza, onde acontecimentos espontâneos, o improvisado e o imprevisível ocorrem. Ótimo lugar para o surgimento de coisas novas, porém a falta de pragmatismo torna difícil a estabilidade de formas.

Ordem: o espaço regular da previsibilidade, onde os padrões se repetem. Um bom lugar para ações práticas, contudo o excesso de rigidez pode prejudicar a imaginação.

Controle: o extremo dominador da ordem, no qual a imposição forçada de conceitos e vontades pré-determinadas paralisa toda a inovação.

Ainda de acordo com Hock, a grande maioria das organizações sociais se encontra em um contexto de ordem e controle, com excessos burocráticos, extrema previsibilidade e ineficiência diante da necessidade de inovação. Sua proposta é que as empresas comecem a trabalhar entre o caos e a ordem, com medidas equilibradas de cada um deles, permitindo tanto a espontaneidade quanto a auto-organização diante de uma interação coletiva intensa.

Na prática, esse método incentiva a busca por **soluções criativas e inovadoras** para os problemas enfrentados em uma organização social, seja uma empresa ou uma comunidade, sem se limitar pelos procedimentos e dinâmicas já existentes no mercado. Além disso, propõe um **trabalho em equipe, interativo e comparilhado**.

Teoria U: os quatro níveis de escuta

É uma prática desenvolvida por **Otto Scharmer, Adam Kahane, Peter Senge e Joseph Jaworski**, economistas americanos do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), baseada em pesquisas pedagógicas e comportamentais holandesas da década de 60⁶.

A Teoria U suspende os modos habituais e automatizados de comunicação dentro de grupos e organizações, proporcionando **conexões mais profundas** entre seus membros e acessos mais eficientes a lugares de **sabedoria e criatividade**, além de facilitar a **prototipação** rápida.

Tudo isso é alcançado através da reflexão pessoal, juntamente com práticas relacionais e tecnologias sociais, visando um contato pleno com o mundo, as pessoas próximas e com a própria essência, ou seja, um propósito maior. É uma jornada que parte da conscientização “egossistêmica” para a ecossistêmica, do individualismo para a **coletividade**. Esse processo passa por quatro estágios evolutivos:

Downloading ou recuperação: quando as crenças, julgamentos e conhecimentos prévios são utilizados como referências para compreender o mundo e as demais pessoas. Nesse momento, é importante buscar interesses e propósitos comuns com outras pessoas e situações.

⁶ Para saber mais, acesse o livro: SCHARMER, Otto. Teoria U: Como liderar pela percepção e realização do futuro emergente.

Escuta Factual: a fase em que a pessoa se torna atenta às informações geradas pelo mundo que a rodeia e envolve, percebendo contradições e questionando suas crenças prévias com base nos novos dados.

Escuta Empática: ocorre no momento em que a atenção é voltada ao outro, permitindo um diálogo com trocas reais. Essa prática possui um imenso potencial curativo e curador, para ambas as partes, pois coloca todos os envolvidos em contato com as próprias vulnerabilidades, e também com as necessidades e sentimentos do outro.

Escuta Gerativa: é o ponto objetivado pelo processo em U, direcionado ao futuro e com ampliação de sentidos em relação ao todo, com uma conexão sistêmica mais profunda que explora a criatividade coletiva e gera um fluxo poderoso de co-criação.

Curiosidade

A Teoria U tem esse nome por conta do percurso visual de escuta proposto por essa jornada de conscientização. Primeiro, ocorre uma descida em direção ao próprio centro, para quebrar julgamentos e preconceitos. Em seguida, se cruza um portal, onde os hábitos antigos são abandonados e um novo comportamento, agora coletivo, começa a se manifestar e a se fortalecer cada vez mais em direção ao futuro.



Rodas de Conversa

Uma das práticas sociais mais antigas é o ato de sentar-se em pequenos grupos para conversar sobre os mais diversos assuntos, contar histórias, relatar experiências, desabafar e expor opiniões. Mas com o desenvolvimento das civilizações e o aumento da complexidade do mercado, esses momentos se tornaram cada vez mais íntimos e menos relacionados à busca de soluções organizacionais.

A roda de conversa como instrumento de pesquisa é uma prática recente, que surgiu como uma tentativa de reviver o prazer da **troca**, produzindo dados ricos em **conteúdo e significado**. A ideia é construir um ambiente propício e confortável para o **diálogo**, em que o **exercício de escuta é maior do que o de fala**. Nessa concepção, conversar significa compreender com mais profundidade, **refletir, ponderar e compartilhar**.

Como resultado, propicia narrativas únicas e vivas sobre a realidade social, que muitas vezes se torna invisível em meio aos regulamentos e teorias da ciência moderna. Contudo, é importante ter atenção ao que diferencia uma conversa comum do exercício de governança abordado nesse tópico: o experimento de pesquisa é pautado em regras de funcionamento e dinâmica, que permitem a organização efetiva dos dados. Para a experiência do Lab Financeiro, foram determinadas as seguintes:

Regra 1

Silêncio: respeitar a fala do outro.

Regra 2

Falar de si: permite ao indivíduo apropriar-se dignamente de sua experiência com a sua singularidade gerando empoderamento, reforçando a identidade pessoal e cultural.

Regra 3

Não dar conselhos, não julgar, não fazer sermão nem discurso de análise.

Regra 4

Propor músicas, piadas, provérbios que tenham a ver com o tema: tem uma ação de continente das emoções que emergem no grupo.

Comunicação Não-Violenta (CNV)

É uma abordagem de comunicação que trabalha a compaixão entre os indivíduos, a partir de competências de linguagem que auxiliam na reformulação da **maneira como as pessoas se expressam e escutam as demais**. O intuito da técnica é fazer com que os estímulos comunicacionais deixem de ser automáticos e repetitivos, passando a ser mais **conscientes** e baseados em percepções momentâneas.

Ao criar o hábito da observação de comportamentos e fatores de influência dos demais participantes de uma conversa, a **escuta se torna mais ativa e profunda**, fazendo com que as interações ocorram com mais **respeito, atenção e empatia**. A princípio, os praticantes devem se concentrar em duas coisas:

Observações

Ao se expressar a partir de fatos, a conversa parte de uma mesma realidade compartilhada. Por exemplo: ao invés de dizer “você não se importa com nossos combinados”, prefira explicitar “combinamos de nos encontrar às 18h e você só chegou às 19h”.

Julgamentos

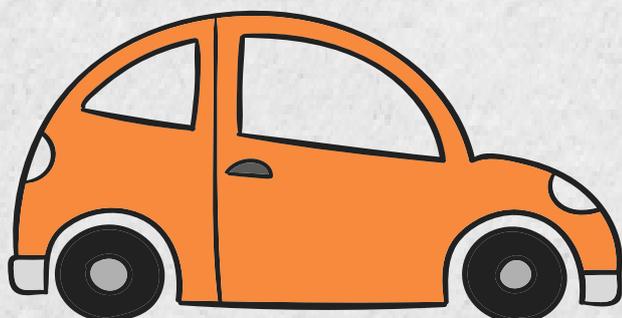
São avaliações da realidade, ou seja, classificações de valor em cima do que se é observado (generalizações, adjetivos e pseudo-sentimentos - como abandono e desrespeito). É muito comum fazer julgamentos, pensando ser observações, então é importante estar atento a essa atitude limitante.

Construção de Driver

Esse procedimento é muito utilizado por organizações sociais para traçar **estratégias de solução mais eficientes para problemas subjetivos**. Ele consiste em construir uma apresentação clara e objetiva de uma situação, apresentando um contexto e as necessidades não atendidas que o originaram. Em seguida, esse documento se torna uma fonte de co-criação, pois qualquer um com acesso a ele pode agir de maneira cooperativa no planejamento estratégico.

A grande sacada em relação a outras técnicas similares, é o **passo para trás**: ao invés de focar diretamente nas possíveis soluções, o Driver te

propõe dar um passo atrás e entender melhor quais são os fatos que compõem o cenário e as reais causas daquele contexto, traçando as necessidades subjacentes. Dessa maneira, ao elaborar as estratégias, há uma garantia de que a solução está sendo devidamente aplicada.



- O driver é como articulamos uma **tensão** de maneira clara e objetiva.
- Tem como partida o contexto das tensões e a **necessidade** não atendida.
- Ao processar um Driver, temos como resultado uma **estratégia** que atenda à necessidade.

Contextualizar e identificar uma necessidade

O que está acontecendo?

O que é necessário?

Estratégias:

- Ações
- Acordos
- Papeis
- Círculos

Estratégia como resultado da necessidade

Dinâmicas de Quebra-Gelo

Quebrar o gelo é uma expressão popular para quando se deseja **diminuir a tensão** de um ambiente com duas ou mais pessoas presentes, em que há pouca ou nenhuma conversa, relutância em fazer contato físico e mau contato visual. Nesse cenário, as pessoas ficam isoladas, demonstrando pouca ou nenhuma iniciativa e ausência de confiança.

Para solucionar esse tipo de situação em organizações sociais, existem algumas atividades em grupo, idealizadas por psicólogos e profissionais de educação, que rompem com o silêncio e criam uma **interação** entre as partes envolvidas. Elas são muito úteis, principalmente com a chegada de novos colaboradores.

Além de aliviar a tensão, elas também são usadas para **fortalecer vínculos** já existentes, aliviar a competitividade dos ambientes, traçar perfis dos integrantes da equipe, identificar líderes, incentivar o trabalho em equipe e analisar níveis de comprometimento, disposição e flexibilidade.

Para se qualificar como quebra-gelo, uma experiência facilitadora deve ser **divertida**, não ameaçadora, altamente **interativa** e fácil de entender. A seguir, veja três sugestões utilizadas pelo Lab Financeiro 2020:

Jogo de Perguntas

Com uma playlist tocando, sugira que as pessoas se dividam em duplas e respondam às seguintes perguntas:

- Conte um fato não “Googável”
- Qual o seu plano para quando acabar a quarentena?
- Conte um projeto que financeiramente deu certo
- Conte um projeto que financeiramente não deu certo

Apresentação Dinâmica

Sugira que os participantes se dividam em duplas e contem um pouco sobre eles mesmos em um espaço de 10 minutos.

- Resumidamente compartilhe sua história familiar (onde nasceu, irmãos, nacionalidade, etc)
- Quais são os 2-3 principais eventos, escolhas e pessoas que moldaram sua vida?
- O que lhe atraiu para esse trabalho
- O que está terminando ou morrendo em sua vida agora? E o que está querendo nascer?

Linha da Vida

O comportamento com finanças é influenciado pelo que se aprende com a família e pelos padrões sociais das comunidades em que se vive. Sugira que os participantes peguem uma linha de barbante e um conjunto de post-its, e montem uma linha temporal com os seguintes fatos:

- Presente que recebeu quando nasceu
- Três alegrias e três tristezas da vida
- Um ponto de virada ou um Ahá/estalo
- Três sonhos que deseja realizar
- Como quer que lembrem de você após a morte

Combinados

A preservação de um ambiente **dinâmico, respeitoso, interativo e seguro**, tanto para a execução de debates quanto trabalhos em equipe, exige o cumprimento de algumas regrinhas de convivência e comprometimento. Elas devem ser escritas de maneira simples e debatidas com os participantes em um momento inicial, para garantir que estão todos de acordo e cientes da importância de cada uma delas.

Claro, é importante estar preparado para imprevistos e descumprimentos, pois nem tudo ocorre perfeitamente, mas ter combinados prévios reduz bastante essas ocorrências.

Outra forma de ampliar esse comprometimento é abrir um **espaço para que os próprios participantes sugiram novos combinados**, caso acreditem que sejam necessários. Isso mostra que eles também possuem voz nesse tipo de decisão e que a criação de um ambiente acolhedor é resultado da **colaboração** de todos. Conheça, a seguir, os **combinados** do Lab Financeiro 2020:

1. É de extrema importância que todos estejam presentes e participem das atividades;
2. A plataforma *Community App* do Impact Hub

deve ser utilizada como local oficial para comunicações em geral e compartilhamento de casos e experiências;

3. Procurem trabalhar sempre em dupla;
4. Busquem se abrir para escutas empáticas e profundas durante os diálogos e debates, para que possamos criar uma atmosfera de respeito, confiança, não julgamento, não violência e cocriação dinâmica;
5. Não existe competição: um receber não tira a chance do outro, todos podem ganhar a mesma quantidade;
6. Separem um caderno de anotações e relatos diários;
7. É preciso realizar dois relatórios para os casos selecionados:
 - a. Análise inicial: questionário e problema que irá ser apresentado;
 - b. Análise final: após mentoria - questionário para avaliação de impacto;
8. Todos devem preencher os questionários iniciais e finais de auto-avaliação (explicação no tópico de Monitoramento e Avaliação);

9. Ao final do programa, os jovens irão receber o título de influencer Lab Financeiro, endossado pelo Instituto Caixa Seguradora, que poderá ser utilizado no LinkedIn. Contudo, esse título é perdido em caso de inatividade na comunidade por um período de seis meses após a formação como multiplicador. Também serão entregues cartas de recomendação de liderança.

10. Todos devem assinar o seguinte papel de responsabilidade e compromisso com o programa:

Papel de responsabilidade



Gameificação: o LabCoin

Quanto maior o avanço tecnológico que permeia a sociedade, maior a quantidade de interações presentes no cotidiano das pessoas. As novas gerações vêm nascendo em ambientes cada vez mais dinâmicos, conectados com o mundo virtual e com uma acessibilidade maior a diversas fontes de entretenimento. Nesse cenário, o modelo educativo tradicional já não surte muito efeito no aprendizado.

Profissionais e instituições da área de educação realizam constantes pesquisas para desvendar **métodos** de ensino mais eficientes, e uma das conclusões mais frequentes é a de que é preciso dar **protagonismo** ao estudante e torná-lo um **agente ativo** na construção do próprio **conhecimento**.

Para tanto, são desenvolvidas diversas estratégias de incentivo à essa interação, sendo que uma das mais usadas é a **gameificação**. Ela consiste em adotar a lógica, as regras e o design de jogos, tanto analógicos quanto eletrônicos, para tornar o **aprendizado mais imersivo e motivador**.

Seu sucesso vem do uso de comportamentos naturais do ser humano para gerar foco, tais como a competitividade, a socialização, o desejo de ser recompensado e a sensação de vitória. Ao elaborar um conteúdo com essa estratégia, é preciso prestar atenção em três pontos principais:

- **Desafio:** os assuntos devem ser adaptados a missões e desafios que incentivem os estudantes

a se movimentarem para aprofundar e ampliar seus conhecimentos por conta própria. Porém, é preciso equalizar o grau de dificuldade das missões: nem facilitar demais gerando descompromisso, nem dificultar ao ponto de desmotivar. Do início ao fim da jornada, o jogador precisa ter a confiança de que vai vencer. Assim, o aumento de dificuldade deve ser proporcional ao avanço das fases, para que o interesse persista.

- **Recompensa:** Cada tarefa cumprida deve ser comemorada, para garantir a continuidade do compromisso. Então, é preciso um sistema simplificado de benefícios que indiquem que algo está sendo realizado de maneira correta e que o jogador está no caminho certo.

- **Progressão:** uma forma de estimular o engajamento é deixar clara a evolução do aprendizado e apontar, visualmente, que os esforços estão valendo a pena e gerando resultados. Para isso, é preciso um sistema de pontuação que permeie toda a experiência.

Com o intuito de tornar a jornada do Lab Financeiro uma experiência gameificada, foi desenvolvido o **LabCoin**: um **sistema de pontuação** que transforma a programação em missões de comprometimento e incentiva a proatividade fora do ambiente educacional. A cada presença ou ausência nas atividades básicas, são respectivamente somados ou retraídos pontos, e tarefas extras são bonificadas.

Ao final do programa, esses pontos são convertidos em **dinheiro** real, a partir de uma cotação variável histórica do Bacen, e disponibilizados aos jovens como um montante inicial para que eles possam aplicar seus recém aprendidos conhecimentos sobre finanças, investimentos e aplicações. O intuito não é gerar competição, mas sim a colaboração entre os participantes, logo, todos podem atingir a mesma pontuação final a partir do cumprimento das missões propostas.

A intenção inicial era criar um sistema de rendimentos, em que os participantes pudessem deixar o dinheiro aplicado até mesmo depois do encerramento do programa, mas não foi encontrada uma maneira viável de realizar isso, então os montantes convertidos em real foram entregues no último dia de evento. Contudo, é uma

possibilidade a ser melhor explorada em edições futuras. Veja, a seguir, a **tabela de pontuações** utilizada no Programa Lab Financeiro:

ATIVIDADE	PONTUAÇÃO
Cumprimento das etapas de seleção: - primeira fase - segunda fase - terceira fase - casos adicionais acima dos 3 obrigatórios	+3 LabCoins +3 Labcoins +3 Labcoins +1 Labcoin por caso
Atividades programadas (palestras, oficinas e mentorias)	+3 Labcoins por presença -3 Labcoins por ausência (Abono de penitência por falta justificada)
Convidados presentes nas palestras	+1 Labcoin por convidado (restrito a 5 convidados por participante)
Caso escolhido para a Roda de Apoio	+3 Labcoins
Realizar evento/mobilização na comunidade	+25 Labcoins (restrito a 1 evento por pessoa)
Preencher relatório do caso e pesquisa de impacto dos resultados	+5 Labcoins
Preencher questionários de autoavaliação	+3 Labcoins
Fazer marcações nas mídias sociais durante o evento	+1 Labcoin (restrito a 1 marcação por atividade)

PROGRAMAÇÃO

Com os dados da oficina estratégica em mãos, mais algumas pesquisas com o público-alvo e a seleção das metodologias que seriam aplicadas, foi possível determinar uma **lista de temas** a serem trabalhados, com base nas **principais necessidades** dos participantes.

São eles: finanças pessoais, psicologia econômica, procedimentos financeiros empresariais básicos, novas economias, a importância de se falar sobre dinheiro, ferramentas de multiplicação e técnicas de discurso.

Além disso, foram definidas quais seriam as **estratégias de abordagem**, que tipos de **ferramentas educacionais** seriam utilizadas e as **parcerias** construídas para a realização do evento. Nessa etapa, a formação dos jovens foi dividida em duas frentes: a parte **técnica** sobre economia e finanças a ser trabalhada com **palestras e oficinas práticas** com especialistas; e a parte de **capacitação** dos indivíduos como aplicadores e multiplicadores da tecnologia social, por meio de **oficinas de formação, rodas de apoio e mentorias**. Veja o Quadro Resumo:

Conteúdos	Estratégias	Objetivos
Psicologia econômica	Palestra com especialista e oficina de conteúdo	Desmistificação de crenças e tabus
Finanças pessoais: como se organizar	Palestra com especialista e oficina de conteúdo	Educação financeira estrutural básica e autoconhecimento para identificar sonhos e metas pessoais
Novas Economias voltadas para propósito e negócios de impacto	Palestra com especialista e oficina de conteúdo	Educação financeira estrutural básica e autoconhecimento para identificar sonhos e metas pessoais
A importância de falar sobre dinheiro	Palestra com especialista e oficina de conteúdo	Desenvolvimento de consciência financeira e incentivo à multiplicação do conteúdo
Conteúdo, técnicas e ferramentas para formar facilitadores/multiplicadores	Oficinas de formação: <ul style="list-style-type: none"> . Níveis de escuta e dinâmica . Teoria U . Rodas Temáticas . Dinâmicas de quebra-gelo . Driver 	Desenvolvimento de consciência financeira e capacitação de multiplicadores

Precificação, tipos de modelo empresarial, tipos de lucros provenientes de sociedade, formas de captação de recursos	Roda de apoio . Rodas Temáticas . Dinâmicas de quebra-gelo	Educação financeira estrutural básica e ferramentas para alcançar as metas traçadas
Como se organizar para interagir em torno de temas estratégicos e complexos em um tempo limitado	Rodas de apoio com dinâmicas . Metodologia open space . Aplicação de aprendizado . Experiência por caminho caótico	Capacitação de multiplicadores
Eventuais dúvidas e auxílio individual	Mentorias	Garantia de que os demais objetivos foram bem executados

Palestras e oficinas com especialistas

Palestras são discursos didáticos de mais ou menos 1 hora de duração, com interação da plateia para dúvidas e comentários. Elas costumam ser utilizadas para apresentar conteúdos técnicos complexos de maneira acessível e atraente para pessoas leigas. São ministradas por professores ou profissionais reconhecidos da área em questão, e têm por objetivo contextualizar o assunto, explicar conceitos básicos, provocar curiosidade e direcionar outras fontes para aprofundamento.

Essa ferramenta é uma forma rápida de capacitação de pessoas, pois os palestrantes, que estudaram por vários anos, leram diversos livros e exploraram toda uma carreira no mercado; estruturam os principais conhecimentos úteis para o cotidiano e os apresentam de maneira rápida, clara e didática. Isso permite que equipes inteiras se informem sobre assuntos e técnicas com eficiência e possam mudar seus padrões de atuação.

Durante o Lab Financeiro 2020, foram realizadas quatro palestras com especialistas, seguidas de oficinas interativas planejadas por eles e abertas ao público-geral (lotação de 50 participantes). Veja um resumo a seguir:

Eduardo Amuri – Dinheiro sem medo

Autor dos livros “Dinheiro Sem Medo” e “Finanças para Autônomos”, o palestrante dedica boa parte de sua vida a projetos relacionados a esses temas e busca, com suas pesquisas, en-

tender como a inteligência financeira pode ser utilizada para transformar vidas. Ele acredita fortemente que dinheiro não é assunto de economista.

“Guardamos todas as nossas dúvidas, desconfortos e inadequações a sete chaves e nós percebemos obrigados a adotar uma postura montada, de fachada, de quem sabe o que está fazendo, quando na verdade estamos meio perdidos. Falamos pouco e, quando falamos, geralmente a fala parte de um local nebuloso, cheio de auto-engano”, declara.

Em suas apresentações, ele joga tudo na mesa, mostra que a dificuldade de lidar com o dinheiro permeia todas as classes sociais e que o grande problema é que nossas **decisões** relacionadas ao assunto são primordialmente **emocionais**. Ele abre mão da formalidade, das matemáticas complicadas e dos aplicativos complexos de gráficos tridimensionais; para iniciar uma relação mais saudável com o dinheiro.

A proposta é construir um planejamento financeiro baseado no jeito que as pessoas já se comportam na hora de poupar e gastar. Para isso, os ouvintes são convidados a participar com **experiências pessoais** e ele oferece dicas para vencer aquelas dificuldades. Algumas sugestões são: buscar a visualização das perdas, preferindo pagar coisas mais com notas e menos cartões; contabilizar gastos com deslizes e besteiras, porque eles vão acontecer de qualquer forma; e buscar manter em mente as próprias respostas para as perguntas certas.

Angelina Yamada – Precisamos falar sobre dinheiro

Bancária com mais de 10 anos de experiência, Angelina conta um pouco sobre as razões e medos por trás da falta de comunicação entre amigos e familiares quando o assunto é dinheiro. Além disso, apresenta um pouco da situação brasileira de pessoas endividadas, principalmente jovens; aponta as causas desse endividamento e explica a importância de se trabalhar com educação financeira dentro da grade curricular do Ministério da Educação e Cultura (MEC).

Um de seus principais focos é o trabalho de aproximação dos **jovens** com os dados pesquisados, através de reflexões sobre experiências pessoais; e a mudança para uma mentalidade mais ativa perante a sociedade, ampliando o protagonismo dentro do próprio cotidiano. A pergunta chave que permeia esse conteúdo é “**o que eu posso fazer no presente, para mudar essa situação? O que nós podemos fazer?**”.

Em seguida, a palestrante explica que é preciso pensar no futuro, na velhice, e afirma que é arriscado depender exclusivamente do INSS. Assim sendo, ela introduz um workshop complementar, explicando como organizar finanças pessoais. Em um primeiro momento, ocorre uma conversa sobre como os participantes realizam seus planejamentos pessoais e sobre seus sonhos de vida, que são os grandes impulsionadores dessa organização.

A partir daí, ela discute ideias de como se planejar, explica de maneira leve sobre as diversas categorias que compõem um planejamento financeiro (receitas, despesas fixas, despesas variáveis, despesas extras, reserva de emergência e investimentos). Por fim, coloca os participantes para experimentar dois modelos distintos de planilhas financeiras na prática, se disponibilizando para eventuais dúvidas.

Maurício Tosi – Psicologia econômica

Maurício é psicólogo de formação pela PUC-SP e especializado na área de desenvolvimento e gestão de pessoas, tendo participado do desenvolvimento de diversos programas de treinamento empresarial. Ele focou na psicoterapia voltada para a conscientização e desenvolvimento da educação financeira, se baseando na

Gestalt terapia e na psicologia econômica.

Sua palestra começa com uma introdução sobre **crenças e padrões culturais**, seguida de interações com o público sobre relações de infância com o dinheiro, exemplos familiares de gestão financeira e sobre a situação econômica atual das pessoas presentes. Em seguida, ele aborda e discute três grandes blocos de crenças limitantes que a maioria dos brasileiros carrega consigo e repassa de geração em geração.

Por fim, ele sugere algumas leituras interessantes para entender melhor o que foi dito e propõe uma **experiência prática em grupo**: escolher cinco crenças prejudiciais para serem reescritas pelos próprios participantes. Ao final, ele proporciona uma cerimônia de finalização com as apresentações, justificativas e resultados de cada equipe.

Ivy Frizo – Novas economias

Ivy é especialista em Empreendedorismo Social pelo Youth Initiative Program (YIP – Suécia) e já trabalhou na Quíron Educação, desenvolvendo projetos voltados para o protagonismo jovem. Sua experiência também engloba o Instituto de Socioeconomia Solidária, como consultora para a incubação de negócios sociais; e a expansão do Sistema B no Brasil, sendo gestora de comunidades.

Sua palestra foi voltada para **Novas Economias e Design Social Regenerativo**. Ela começa explicando um pouco sobre o histórico econômico global, fazendo uma ponte com cenário atual e seus principais desafios. A partir daí, introduz o desenvolvimento regenerativo como uma proposta para empresas que desejam ir além da sustentabilidade.

A premissa desse movimento é o abandono de uma abordagem centrada no projeto, para uma abordagem centrada no lugar. Ou seja, é a ideia de que não existe sucesso particular, se antes não existe sucesso para o todo. Dessa forma, esse tipo de iniciativa contribui para o florescimento das condições necessárias para o desenvolvimento e preservação do ecossistema local em que estão inseridas.

Em seguida, a palestrante adentra nos conceitos e paradigmas econômicos da escassez e da

abundância, explicando os efeitos sociais de se pensar que não há recursos para todos versus pensar que existem. Também aborda movimentos de **consciência ambiental** que deram origem a novos tipos de estruturas e relações empresariais, como negócios de impacto, negócios inclusivos e negócios de valor compartilhado.

Após essa densa introdução, ela traz o conceito de novas economias, se aprofunda nas vertentes de economia criativa, economia circular, economia compartilhada, economia solidária e economia Doughnut.

Para finalizar, apresenta alguns movimentos globais que apoiam esses modelos: o **Sistema B** (empresas que utilizam seus sistemas de funcionamento para solucionar problemas sociais e ambientais da atualidade) e a **Fluxonomia 4D** (conjunto de ferramentas que combinam criação de futuro e aplicação de novas economias para mapear as necessidades do mercado e da sociedade).

Oficinas de formação

O conteúdo necessário para transformar os participantes em **multiplicadores e facilitadores** de conhecimentos financeiros foi organizado em quatro oficinas de três horas cada. Nelas, foram repassadas as técnicas e ferramentas de diálogo e liderança aplicadas no próprio programa e detalhadas na parte de Metodologia, assim como alguns alinhamentos básicos sobre o que significa ser um influenciador e sobre quais são seus papéis e responsabilidades.

Os próprios participantes formularam em grupo essas definições, concluindo que um **influenciador** é um vendedor daquilo que acredita e tem alto **impacto**. E para exercer essa atividade social, é preciso ter propriedade sobre o tema abordado, saber se comunicar, ser verdadeiro naquilo que diz, formar conexões, pesquisar e incentivar o pensamento crítico do seu público.

Os jovens selecionados também puderam praticar suas habilidades como **moderadores** de rodas de solução, ou seja, debates sobre temáticas relacionadas, voltados para resolver uma situação-problema. O foco das atividades era sempre direcionado para o **pensamento coletivo** e para as **decisões conscientes**.

As oficinas foram todas acompanhadas pela terapeuta comunitária **Helenice Bastos**, fundadora e diretora da TEIA Conexões Suatentáveis. Ela trabalhou com a parte de autoestima dos multiplicadores, a partir de técnicas psicocorporais básicas. Estas consistem em exercícios para identificar emoções através de reações corporais e maneiras de liberação da energia acumulada em regiões específicas, principalmente através da respiração.

TERAPIA COMUNITÁRIA INTEGRATIVA

A TCI é uma modalidade terapêutica que consiste em um espaço de acolhimento do sofrimento, partilha das inquietações, problemas ou situações difíceis, tanto quanto alegrias, vitórias ou histórias de superação. Foi criada pelo Prof. Dr. Adalberto Barreto da Universidade Federal do Ceará em 1987, no Pírambu, bairro de periferia do município de Fortaleza-CE.

Rodas de apoio

Os jovens selecionados tiveram quatro sessões, de quatro horas cada, de rodas de conversa a partir da metodologia Open Space, nas quais eles mesmos levavam questões a serem debatidas e avaliadas com a ajuda do grupo. O objetivo final era incentivar o **trabalho em equipe** na **aplicação prática dos conhecimentos** financeiros adquiridos, gerando como resultado uma série de propostas com possíveis caminhos de solução e ferramentas de suporte.

Toda a experiência foi acompanhada pela mesma psicóloga especialista em terapia comunitária, que direcionou os participantes a **compartilharem** suas dificuldades do cotidiano e atuou na facilitação da **compreensão aprofundada**, tanto da própria pessoa quanto dos demais membros do grupo.

Isso permitiu uma ampliação significativa das possibilidades de solução, que foram construídas com base nas realidades experienciadas e nas alternativas já experimentadas.

A terapeuta também buscou tratar as fontes de desequilíbrio emocional a partir da **interação com o coletivo**, através de práticas de **apoio mútuo, respeito e acolhimento**; que fortaleceram uma rede de apoio. Todo esse processo foi muito importante para a ressignificação da relação de cada um com o dinheiro e para o alinhamento dos comportamentos financeiros com seus sonhos e propósitos de vida.

Mentorias

Uma das principais parcerias do Lab Financeiro 2020 foi com a empresa **NapkinTalk**, cuja proposta é nivelar o conhecimento de pessoas que estão com dificuldade de acompanhar as mudanças rápidas do mercado, por meio de **encontros inovadores e criativos**. O resultado é aprendizado rápido, efetivo, de impacto e barato; capaz de promover oxigenação de equipes e reciclagem de conceitos e engajamento.

A *startup* realizou uma **curadoria** com o público-alvo do programa, para identificar pontos de deficiência de aprendizagem, separados em centrais e complementares, e em seguida conectou os profissionais adequados para sanar aquelas dificuldades. Os **mentores** convidados elaboraram rápidos materiais prévios, que foram enviados aos participantes, com a proposta de que eles apresentassem dúvidas a respeito dos assuntos.

Em cada sessão de mentoria prevista na programação, três ou quatro profissionais realizavam rápidas introduções sobre seus assuntos de expertise e se colocavam à disposição para sanar todas as dúvidas e curiosidades das pessoas presentes. Ao todo, foram cinco encontros, nos quais foram abordados os seguintes assuntos:

- Comunicação para grupos;
- Finanças pessoais;
- Autoconfiança;
- Comunicação não-violenta;
- Propósito;
- Gestão de mudanças;
- Estratégias de aprendizado;
- Previsão de tendências;
- Reuniões produtivas online e offline;
- Uso de Excel;
- Estratégias mentais sobre fluxo de dinheiro;
- Gestão financeira empresarial e do lar;

Eventos de multiplicação

Em uma analogia desse programa com um curso padrão de finanças, os eventos de multiplicação seriam o equivalente ao teste final. Eles foram elaborados para avaliar os aprendizados e capacidades dos participantes após a entrega de todo o conteúdo, validando a **certificação de conclusão**. Além disso, foram pensados para servir como primeira iniciativa de multiplicação, dando início também a **atuação** de cada um deles como influenciadores em suas comunidades.

A proposta de trabalho do Lab Financeiro 2020 foi escolher uma temática-problema ou caso, já apresentado pelos próprios jovens ao longo do programa, para **elaborar e aplicar um projeto de solução**. A atividade poderia ser realizada individualmente, em duplas ou em trios, e deveria impactar, diretamente, pelo menos três outras pessoas. Era obrigatória a **utilização do conteúdo aprendido e a apresentação de um relatório de conclusão**.

O resultado da atividade foram **cinco projetos de impacto social**, que consistiam em reuniões com os demais moradores da casa, encontros online com familiares e amigos, e lives no Instagram. Os participantes do evento se propuseram a dar aulas do conteúdo aprendido de maneira gameficada e atividades práticas, tudo a partir de estratégias de gameificação, apresentando respostas bastante significativas.

Algumas propostas chegaram a alcançar mais de 500 pessoas e outras geraram mudanças imediatas nas parcelas de comunidade atingidas. Entre elas, alterações drásticas na rotina financeira da própria casa, redução de gastos mensais, quitação e negociação de dívidas e até mesmo alguns cancelamentos de cartões de crédito.

Celebração

O encerramento das atividades do programa foi um encontro especial, em que a organização contou um pouco sobre os objetivos e expectativas iniciais, as experiências coletivas, os resultados obtidos e as opiniões sobre o processo de realização. Em seguida, os grupos formados para os eventos de multiplicação apresentaram

seus **resultados** e receberam orientações para emissão de certificados e recolhimento dos Lab-Coins conquistados ao longo da jornada.

Por fim, foi aplicada uma última **dinâmica de integração**, com o intuito de **incentivar a existência da rede de apoio** mesmo após o encerramento das atividades, assim como oferecer uma última dose de apoio e confiança na execução das metas pessoais de cada um. Os participantes foram convidados a se reunirem em duplas e contarem um desejo de coração que eles tinham para a vida da outra pessoa e registrar esse desejo em uma nuvem online.

Conexão além das telas

“O objetivo do programa era desenvolver jovens no mundo financeiro, mas, pra mim, foi muito mais que isso. Mesmo os encontros sendo online, dava para sentir o empenho e a vontade do pessoal em estar ali. Aprendemos sobre finanças, claro, mas, além disso, aprendemos que é necessário estar vulnerável para podermos nos conectar com os outros, tanto para falar quanto para ouvir. É necessário praticar a escuta ativa e a comunicação não violenta para entender verdadeiramente o outro. E isso vou levar para as esferas profissional e pessoal da minha vida.”

Antônio Augusto

Compartilhar com quem está do lado

“O programa trouxe muitos aprendizados que eu não esperava, foi muito além de aprender coisas sobre finanças pessoais e investimentos. Aprendi sobre como sair de dívidas e como tratar toda essa questão do dinheiro com menos tabus. Aprendi sobre técnicas de marketing digital e até finanças familiares. Aprendi também como tratar um dinheiro que é coletivo, qual é a importância desse coletivo e o nosso papel para com o todo. Para implementar o que eu aprendi, tenho intenção de ensinar tudo o que aprendi nesse curso para as pessoas próximas a mim.”

Tháís Carvalho



SELEÇÃO

O primeiro passo na hora de planejar um processo seletivo é decidir qual vai ser o tamanho do evento, ou seja, **quantas pessoas** ele vai atender; e quais são as características mais importantes do público-alvo, que devem ser tratadas como prioritárias. O Lab Financeiro 2020, por exemplo, decidiu abrir, inicialmente, 10 vagas para influenciadores e até 50 vagas para as palestras abertas ao público.

As palestras foram configuradas para lotação por ordem de inscrição online, enquanto o resto do programa foi direcionado para pessoas bem específicas: jovens que possuíssem interesses em assuntos do mundo financeiro e que estivessem alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Além disso, eles deveriam apresentar a capacidade de serem **agentes multiplicadores** dos conteúdos aprendidos, ampliando seu impacto de influência para além da própria atividade a partir das ferramentas aprendidas. O objetivo era que fossem capazes de gerar uma **onda de aprendizados**, ensinando amigos, familiares e membros das comunidades por onde transitam.

Ao final do processo seletivo, foram abertas mais 4 vagas, para abarcar todos os jovens que tinham as características necessárias para participar. Assim, ao todo, foram **14 selecionados**.

Diretrizes do Processo Seletivo

1. Selecionar jovens entre 18 a 29 anos que possuem perfil de liderança e capacidade de mobilizar pessoas e comunidades;
2. Disseminar conteúdos e informações ligados a temáticas de finanças;

3. Possibilitar o desenvolvimento de um espaço de confiança para falar sobre dinheiro;

4. Possibilitar conexões estratégicas que impulsionam a difusão de informações e experiências singulares;

5. Facilitar o acesso a parcerias para a ampliação da atuação das iniciativas financeiras ou negócios de impacto;

6. Ampliar a capacidade dos jovens em influenciar e desenvolver conteúdos financeiros para apoiar a comunidade;

7. Gerar casos de sucesso e dar visibilidade local as iniciativas;

8. Inspirar uma nova geração de empreendedores e inovações voltados ao desenvolvimento financeiro;

9. Fomentar o desenvolvimento de iniciativas ou negócios por meio de mentorias especializadas.

A partir disso, foi criado um **edital de seleção**, explicando o que é o programa, seus objetivos e diretrizes; o planejamento de atividades; a proposta de conteúdo; os benefícios; as regras de convívio; a pontuação do LabCoin; o cronograma de atividades; e as especificações do processo seletivo (assim como as autorizações intrínsecas à sua participação).

Edital da Chamada 2020



O Edital foi elaborado com base em três principais etapas que serão abordadas a seguir: inscrição; mapeamento; e entrevista.

Inscrição

Todos os interessados, que de alguma forma tiveram acesso ao edital, foram orientados a responder um **questionário online** como formalização do ato de inscrição no programa. Entre as informações solicitadas, estavam dados pessoais, nível de escolaridade, disponibilidade de horários, localidade, motivos de interesse na participação e redes sociais. Também havia perguntas abertas sobre a atividade desses jovens em suas comunidades, solicitando explicações dos eventos que promoveram ou participaram.

Por fim, foi solicitada uma classificação de **perfil comportamental financeiro**, em que eles deveriam escolher a opção com a qual mais se identificavam, entre as seguintes:

- . **Desorganizado(a)**: não controla sua vida financeira;
- . **Conservador(a)**: consegue sempre ou quase sempre manter o saldo positivo;
- . **Planejador(a)**: consegue fazer o dinheiro sobrar no final do mês e o direciona para objetivos específicos.

A seleção foi realizada, com total imparcialidade, por uma comissão de profissionais indicados pelo Impact Hub Brasília, levando em conta os seguintes critérios:

- Alinhamento às diretrizes do edital;
- Potencial capacidade influenciadora para divulgar conteúdos ligados a temática da chamada;
- Estar localizado na cidade de Brasília e região metropolitana, Distrito Federal;

Nessa etapa, o programa recebeu 127 inscritos, dos quais 16 foram desclassificados: 5 por inconsistência das respostas e 11 por não atenderem às diretrizes básicas estipuladas.

Mapeamento

Aqueles que foram selecionados para a segunda etapa receberam um **e-mail com orientações** sobre a próxima tarefa. Eles foram con-

vidados a realizar um **mapeamento de casos em suas comunidades**, de grupos ou empresas que poderiam se beneficiar de uma intervenção educativa sobre finanças.

Cada um deles deveria preencher uma tabela com pelo menos três casos, informando os seguintes dados: nome da organização; tipo de organização; que atividade ela realiza; sua contribuição para o ecossistema; nome; cargo e contatos do representante com quem conversaram; e, por fim, como poderia se beneficiar de uma atividade de educação financeira.

A comissão avaliadora realizou outra seleção, levando em conta a realização da atividade proposta, a coerência dos dados apresentados no mapeamento e a qualidade do conteúdo entregue. O intuito era ver quem estava comprometido e dedicado ao cumprimento da programação. Dos 111 participantes, 27 passaram para a etapa final.

Entrevista

Chegaram até essa etapa, que consiste em uma entrevista pessoal, quase três vezes mais candidatos do que o número de vagas proposto. Logo, foi necessário elaborar perguntas que permitissem a identificação daqueles que estavam mais empolgados com o programa e que tinham mais garantia de se dedicarem para multiplicar os conteúdos aprendidos. Dessa, forma, a equipe avaliadora montou o seguinte roteiro:

Roteiro de Entrevista Pessoal

1. Dar boas-vindas e entender como que a pessoa chegou até o Lab Financeiro. Entender como foi o processo seletivo e as percepções pessoais de cada etapa;
2. Como foi fazer o mapeamento?
3. Qual a expectativa em participar do Lab? O que espera encontrar? (verificar se a pessoa está alinhada com as propostas de capacitação e multiplicação)
4. Como é para você fazer atividades em grupo e movimentar pessoas? (solicitar uma nota de 0 a 10, em que 0 significa “não gosto” e 10, “gosto muito”);

5. Como é a sua relação com o dinheiro? É uma relação diária? (verificar o possível nível de impacto do conteúdo nos hábitos diários);
6. Conversa sobre dinheiro e finanças com a família e os amigos?
7. Gosta de falar sobre dinheiro ou incomoda?
8. Se compromete a participar de todas as atividades propostas?
9. Quais seriam os possíveis motivos de desistência?
10. Lembrar a data do primeiro encontro, questionar se há alguma dúvida e finalizar.

Além das considerações a respeito da dedicação e alinhamento de cada candidato com as propostas do Lab Financeiro, a comissão avaliadora também se preocupou em considerar a **diversidade** na seleção, mantendo, por exemplo, um equilíbrio entre homens e mulheres, diferentes idades, diferentes experiências em relação ao dinheiro e o máximo de variedade em relação às regiões administrativas do Distrito Federal.

A **entrevista** foi realizada por um(a) representante do Impact Hub Brasília, juntamente com um(a) representante do Instituto Caixa Seguradora, e teve duração máxima de 1h. Mesmo com todos esses critérios, ao final do processo, foram abertas quatro novas vagas, para abarcar todos aqueles que se enquadraram nos padrões de seleção exigidos.



CRONOGRAMA

Com todas as informações anteriores reunidas, o grande desafio passa a ser montar o quebra-cabeça da programação. O **conjunto de atividades planejadas** resultaram em uma carga de **80 horas**, que precisava ser distribuída levando em conta a disponibilidade dos participantes selecionados. Além disso, é importante considerar um tempo para o estudo e para a organização dos grupos na realização das iniciativas práticas.

Contabilizando todos esses fatores, as atividades foram distribuídas em um período de **quase três meses**, com uma **média de duas por semana**. Optou-se por colocar primeiro os con-

teúdos financeiros e depois os de formação de multiplicadores, para que os participantes já tivessem domínio das informações na hora de planejar e colocar em prática os eventos de multiplicação.

Por fim, foram inseridos momentos de **encontro** no início e ao final do cronograma: a primeira, com o intuito de explicar as atividades e treinar o uso das ferramentas utilizadas; e a última para apresentar os primeiros resultados e colher sugestões de melhoria.

Confira a seguir, como ficou a **programação** do Lab Financeiro 2020:

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
			Início: bate-papo de alinhamento	
			1ª Oficina de Formação	Lançamento da Mentoria Napkin Talk
	1ª Palestra	1ª Oficina de Conteúdo		
	2ª Palestra	2ª Oficina de Conteúdo		

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
			3ª Palestra	3ª Oficina de Conteúdo
			2ª Oficina de Formação	
	4ª Palestra	4ª Oficina de Conteúdo		
	1ª Roda de Apoio	1ª Mentoria Napkin Talk		
	2ª Roda de Apoio		3ª Roda de Apoio	2ª Mentoria Napkin Talk
	4ª Roda de Apoio	3ª Mentoria Napkin Talk		
	3ª Oficina de Formação	4ª Mentoria Napkin Talk		
	4ª Oficina de Formação			
	Celebração			

É importante **marcar reuniões semanais** (no cronograma interno) com os palestrantes e facilitadores de atividades, para realizar os alinhamentos necessários e acompanhar mais de perto o desenvolvimento dos participantes.

DIVULGAÇÃO

Uma vez que o escopo do projeto já está todo desenhado, é preciso pensar em uma maneira de fazer com que ele chegue ao **conhecimento do seu público-alvo**. Nessa etapa da divulgação, é preciso separar todas as informações públicas acerca do evento, como datas, horários, locais, valores, programação, objetivos, proposta e editais. Depois, elaborar uma espécie de ponte entre a organização e as pessoas possivelmente interessadas, e nesse ponto a **estratégia** se divide em duas frentes.

Por um lado, é preciso transformar as informações úteis a respeito do programa em mensagens imagéticas, chamativas e padronizadas, a partir da criação de uma **identidade visual**. É interessante contratar profissionais ou ter uma equipe especializada em design e comunicação, que consiga realizar um **estudo de público** e elaborar algo que, ao mesmo tempo, atraia o olhar dos possíveis participantes e represente a organização por trás da realização do evento.

Traçar um padrão ajuda na identificação dos conteúdos relacionados ao evento. Criar materiais que representem o programa e utilizar junto com a **marca** da organização também auxilia muito nesse processo.

Paralelo a isso, é preciso identificar onde está o seu público: quais são as redes que participam? Quais lugares frequentam? Quais instituições, movimentos ou organizações acompanham? É preciso **mapear** essas informações e ir em busca de **parceiros**, que tenham o contato direto com os possíveis interessados e consigam transmitir a mensagem e a proposta do programa.

Uma dica é entrar em contato com a estrutura pública de educação (secretarias, escolas,

universidades, projetos sociais, etc.); com escolas e faculdades privadas; com empresas que possuam atuação de cunho social local; com projetos e movimentos sociais independentes; com sindicatos e organizações representativas populares, com as editorias de trabalho e educação dos jornais locais e e até solicitar auxílio ao Impact Hub, para que ele acione sua rede de parceiros de acordo com o público escolhido.

Com essa rede estruturada, o próximo passo é o envio dos materiais para divulgação das inscrições. É indicado contar com o trabalho de um jornalista, que consiga escrever um texto resumo (**release**) atrativo para ser encaminhado junto com os arquivos e aumentar a possibilidade do assunto virar notícia em **mídias** que sejam acompanhadas pelo público-alvo.

A escolha das **mídias** dependerá da estratégia e do público escolhido, podendo conter materiais digitais para redes sociais, site e e-mails marketing, impressos como banners e cartazes em locais estratégicos, e outros. Incentivar a técnica **boca-a-boca** de passar a informação pessoalmente para conhecidos também é uma estratégia para indicar a oportunidade para pessoas que tenham interesse na temática. É um ótimo mecanismo de divulgação, principalmente para atingir comunidades menores ou com poucas estruturas de comunicação.

Ter uma equipe de comunicação é importante tanto na fase de **planejamento** e escolha das mídias e abordagem; quanto na construção do **material de divulgação**; no contato com parceiros e com a imprensa; e nas diversas **estratégias** de ampliar o alcance das informações para que cheguem de forma efetiva e adequada ao público escolhido.

MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

A última coisa a ser feita na elaboração de um programa educativo é desenvolver uma maneira de identificar se os objetivos propostos foram atingidos, se o aprendizado foi efetivo, se as atividades foram acolhedoras e se houve mudança comportamental. Para fazer esse acompanhamento no Lab Financeiro 2020, ao final de todas as atividades eram realizadas **rodas de conversa para sugestões e feedbacks**; alguns **formulários** foram enviados online após as palestras; e a equipe do NapkinTalk mandou **mensagens privadas** no WhatsApp para cada um dos participantes.

Entre as perguntas, as seguintes se destacam como sugestões: solicitar nota de 0 a 10, com justificativa, para a possibilidade de indicar algum amigo para realizar o programa; questionar se a atividade em questão proporcionou aumento do conhecimento sobre finanças; se ela provocou um aumento de segurança e um olhar mais positivo sobre a temática financeira; se houve compreensão de que as decisões do dia-a-dia impactam diretamente a situação futura; entender como a pessoa avalia o palestrante ou facilitador da atividade; e se faltou algo.

As únicas demonstrações de insatisfação relacionadas às pesquisas de *feedback* foram relacionadas ao **tempo das palestras e oficinas de conteúdo**, que para algumas pessoas foram muito rápidas e não conseguiram aprofundar

muito nos assuntos trabalhados. Contudo, essas mesmas pessoas também avaliaram as atividades como boas, ótimas ou excelentes. Uma solicitação dos jovens foi a de um **contato mais direto**, via mensagem, para realizar comunicações mais rápidas sem a necessidade de acessar a plataforma do Impact Hub.

Ao longo das atividades, os participantes também relataram **conquistas pessoais** nas próprias rotinas: um quitou sua dívida do cartão de crédito, outro aprendeu uma nova fonte de renda extra, três deles começaram a vender coisas sem uso para ampliar seus recursos e dois conseguiram se livrar de uma situação difícil de endividamento. Além disso, para verificar as mudanças reais da parte teórica do aprendizado, foi elaborado um **questionário de autoavaliação individual**, preenchido no início e ao final do programa.

O principal objetivo era **traçar conhecimentos prévios e adquiridos** sobre diversificação de risco, juros compostos e estratégias para guardar dinheiro. Para isso, foram elaboradas dez perguntas em cima de situações comuns do cotidiano, como a chegada da fatura, o momento em que o salário cai na conta, a necessidade de fazer uma compra de urgência, o que fazer com o dinheiro guardado, como funcionam os rendimentos, entre outros.

Conhecimento em diversificação de risco.

Aumento em 16%

Conhecimento em juros compostos.

Aumento em 35%

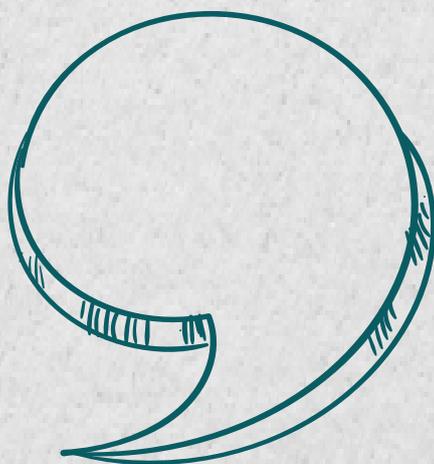
Comportamento em relação a guardar dinheiro.

Melhoria em 30%

Por fim, foi realizado um **acompanhamento em relação à multiplicação e potencialização dos conteúdos** ao longo do programa. Ao todo, as palestras abertas ao público alcançaram um pouco mais de 350 pessoas; e os eventos de multiplicação elaborados pelos jovens estenderam o alcance da informação para outras 74 pessoas, sem contar as mais de 500 visualizações nas lives do Instagram. Isso significa que, de imediato, antes do encerramento das atividades, as informações sobre finanças já haviam alcançado seis vezes mais pessoas do que o total de participantes.

Veja a seguir, um resumo dos objetivos e indicadores utilizados para medir os impactos gerados em função de cada um deles ao longo do programa.

CAPACITAÇÃO	MULTIPLICAÇÃO	ACOLHIMENTO
<ul style="list-style-type: none"> - Questionários de autoavaliação - Depoimentos dos participantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Quantidade de participantes das palestras abertas - Quantidade de participantes dos eventos de multiplicação 	<ul style="list-style-type: none"> - Rodas de conversa para feedbacks ao final de cada atividade - Questionários para avaliação das palestras - Contato via Whatsapp para impressões mais detalhadas



De estudante a consultora financeira

“Eu confesso que me inscrevi no Lab sem nenhuma pretensão, nem pensava que seria uma das escolhidas. Foi uma surpresa quando vi meu nome na lista. Acabei aprendendo muito! Durante todo o programa, eu gastei dois blocos de anotações. Acabei ficando conhecida como a menina dos caderninhos! Perceber que antes do programa, eu não tinha tanto conhecimento do assunto e, depois, consigo ajudar outras pessoas, e até faço eventos sobre isso.”

Julia Vieira

RECURSOS NECESSÁRIOS

A questão financeira permeia todas as áreas do nosso cotidiano, e com a elaboração de um evento não é diferente. Cada passo avançado no planejamento exige a **contabilização de todos os gastos** que serão necessários para a execução das atividades propostas. Uma vez que tudo está definido, é importante montar um documento com o **detalhamentos de todos esses custos**.

Isso pode auxiliar na elaboração de um calendário de arrecadação comunitária; no fechamento de contratos de parceria e patrocínio; na gestão de orçamento e uso de verba disponível em caixa; e até no planejamento de escala do projeto, visto que para quanto menos pessoas, menos material é necessário.

Veja a seguir a lista de **recursos e possíveis gastos** com o Lab Financeiro:

- Valor/hora de cada um dos facilitadores das oficinas e mentores;
- Taxa de serviço de cada palestrante;
- Elaboração dos materiais de apoio;
- LabCoin (quantidade máxima de pontos x o número de participantes);
- Valor/hora do(a) profissional em psicologia comunitária;

- Estratégia de comunicação, elaboração do material de divulgação e mídias;
- Plataforma online oficial de comunicação para discussão e entrega de documentos;
- Lembrancinhas do programa.

Saiba os possíveis gastos em caso de **eventos e atividades presenciais**:

- Aluguel do espaço;
- Coffee break;
- Auxílio deslocamento para aqueles que solicitarem;
- Garantia de acesso a computador e internet para todos os participantes.

Veja os possíveis gastos em caso de **eventos e atividades online**:

- Garantia de acesso a computador e internet para todos os participantes;
- Mensalidade ou taxa de aplicativo que permita reuniões online com muitas pessoas. Recomendamos a Plataforma Zoom, pois apesar de ter uma mensalidade menos acessível (pagamentos são realizados em dólar), seus recursos viabilizam uma série de dinâmicas propostas neste manual.



CHECK LIST

Agora que já foi apresentado o passo a passo de como criar um programa de educação financeira do zero, basta reunir sua equipe e colocar a **mão na massa!** Para dar uma ajudinha final aos mais novos aplicadores da metodologia Lab Financeiro, confira a seguir uma **listinha das tarefas** que precisam ser realizadas para que tudo ocorra da melhor maneira possível.

CHECKLIST

- Definir o público-alvo e o principal objetivo do programa;
- Realizar uma pesquisa de público para entender suas necessidades;
- Definir metodologias de ensino e comunicação;
- Montar lista de conteúdos;
- Escolher as estratégias educativas para cada um dos conteúdos;
- Criar uma jornada gamificada de aprendizado;
- Definir a escala do programa e os pré-requisitos de participação;
- Entrar em contato com palestrantes e facilitadores;
- Estabelecer índices de monitoramento e avaliação de resultados;
- Contratar plataforma online para interações oficiais durante o programa;
- Elaborar as etapas do processo seletivo;
- Desenvolver material de apoio;
- Criar edital, estratégias e artes de divulgação;
- Realizar processo de divulgação com possível ajuda de parceiros;
- Realizar etapas de seleção e verificar disponibilidade dos participantes;
- Finalizar e divulgar cronograma aos participantes;
- Realizar atividades programadas e se atentar a imprevistos;
- Encontrar palestrantes e facilitadores semanalmente, para alinhamento e avaliação da turma de inscitos;
- Montar um relatório de conclusão.

MAIS INFORMAÇÕES

Aqui, estão separados alguns materiais de **referência** para guiar uma **pesquisa mais aprofundada** em alguns dos conceitos e metodologias abordados neste manual. É interessante ter domínio desses assuntos antes de iniciar a elaboração do programa propriamente dita, para ser capaz de solucionar os problemas que surgirem e tomar decisões devidamente alinhadas com os propósitos-chave do Lab Financeiro. Boa leitura!

AMURI, Eduardo. **Dinheiro Sem Medo**. São Paulo: Editora Benvirá, 1ª edição, 2017, 192p.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica: origens, modelos, propostas**. Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Social, PUC-SP, São Paulo, 2007. Disponível em: <<https://sapientia.pucsp.br/bitstream/handle/17173/1/Vera%20Rita%20de%20Mello%20Ferreira.pdf>>

GANSKY, Lisa. **Mesh: Porque o futuro dos negócios é compartilhar**. São Paulo: Alta Books, 2012, 1ª edição, 260 p.

GAZETA DO POVO. **Jovens estão desistindo cedo da educação e isso afeta o bolso, diz Nobel de Economia**. 27/08/2018 Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/jovens-estao-desistindo-cedo-da-educacao-e-isso-afeta-o-bolso-diz-nobel-de-economia-ag74eju01q-z8j9iym1sijdbdy/>>

HOCK, Dee. **Nascimento da Era Caórdica**. São Paulo: Cultrix, 2000, 1ª edição, 288p.

MCGONIGAL, Jane. **A Realidade em Jogo: Por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo**. São Paulo: Best Seller, 2012, 1ª edição, 378p.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade Com Custo Marginal Zero**. São Paulo: M. Books, 2015, 1ª edição, 400p.

SCHARMER, Otto. **Teoria U: Como liderar pela percepção e realização do futuro emergente**. São Paulo: Editora Campus, 2019, 1ª edição, 432p.

SEBRAE. **Tecnologias Sociais: Como os negócios podem transformar comunidades**. Mato Grosso: Centro Sebrae de Sustentabilidade, 2017. Disponível em: <<http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/Tecnologias-Sociais-final.pdf>> Acesso em: 20/01/2021.