

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS – PUC GOIÁS  
ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS  
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

---

A RELAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E A EDUCAÇÃO  
FINANCEIRA  
THE RELATIONSHIP OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND FINANCIAL  
EDUCATION

NATHÁLIA CRISTINA SANTOS ELIAS

nathaliacris22@hotmail.com

**Prof. Dr. Henrique Labaig** - henriquelabaig@gmail.com

**Profª. Ms. Gisely Jorge Mesquita** – giselyjmesquita@gmail.com

**Profª. Ms. Maria Aparecida Vaz Evangelista** -mave@pucgoias.edu.br

**LINHA DE PESQUISA: GESTÃO ESTRATÉGICA**

**RESUMO**

O tema deste trabalho é o empreendedorismo social e nele o problema de pesquisa que se apresenta é o da educação financeira. Tem o objetivo de analisar essa relação e seus impactos nas organizações. A pesquisa de caráter qualitativo, realizada em uma empresa de assinatura de doações e duas organizações cooperativas populares, onde todas são administradas por mulheres, busca trazer ao debate a importância da educação financeira nesses empreendimentos sociais. Esses fatores juntos alcançam diferentes resultados, tanto na área empreendedora quanto educacional, mostrando ferramentas necessárias para a gestão financeira e planejamento para a sustentabilidade do negócio social, que também pode atuar na área da educação financeira, já que é uma grande demanda da sociedade. A conclusão a que se chega é a de que todas as organizações visitadas na pesquisa necessitam desse processo de educação financeira e, para tanto, será colocado à disposição um plano de educação financeira como contribuição dos resultados desta pesquisa.

**Palavras-chaves:** Empreendedorismo social; educação financeira; impacto social; inteligência financeira.

**ABSTRACT**

*The theme of this work is social entrepreneurship and in it the research problem that presents itself is that of financial education. It aims to analyze this relationship and its impacts on organizations. The qualitative research carried out in a donation subscription company and two popular cooperative organizations, all of which are managed by women, seeks to bring to the debate the importance of financial education in these social enterprises. These factors together achieve different results, both in the entrepreneurial and educational areas, showing necessary tools for financial management and planning for the sustainability of social business, which can also act in the area of financial education, as it is a great demand from society. The conclusion reached is that all organizations visited in the research need this process of financial*

*education and, therefore, a financial education plan will be made available as a contribution to the results of this research.*

---

**Keywords:** *Social entrepreneurship; financial education; social impact; financial intelligence.*

## INTRODUÇÃO

No Brasil, o empreendedorismo é uma alternativa encontrada por muitos brasileiros para conseguir uma renda após uma demissão inesperada, por exemplo. E isso é provado pelo número de empresas que são abertas anualmente, fazendo com que o Brasil seja um dos países mais empreendedores. Contudo, ao mesmo tempo que milhares de empresas são abertas, elas também são fechadas e isso ocorre, na maioria das vezes, pela má gestão financeira realizada pelos donos das organizações.

O modelo de negócios pesquisado foi o de empreendedorismo social, empresas que entregam produtos/serviços com o objetivo de gerar impacto social. Elas também são rentáveis e possuem potenciais de escala, por isso, necessitam, como qualquer tipo de negócio, de empreendedores que tenham conhecimento e inteligência financeira para conseguirem fazer uma boa gestão financeira e empresarial. A preocupação específica com esse tipo de negócio é devido a grande importância social que essas empresas geram impactando a sociedade.

Em relação a educação financeira, a sua ausência leva a formação de jovens e adultos que acreditam que essas informações financeiras são complicadas e específicas apenas para as pessoas que são formadas em áreas financeiras, e por isso, não possuem noção mínima sobre a taxa básica de juros, como ela influencia na inflação, como é calculado os juros do financiamento ou até mesmo se é possível realizar investimentos. Logo, as classes mais inferiores possuem dificuldades de ascensão, pela falta de conhecimento.

Tal fato, pode ser comprovado com um estudo desenvolvido pela área de Decision Analytics da Serasa Experian (06/07/2017), que apresenta o perfil do inadimplente brasileiro. Segundo a pesquisa, a classe social mais atingida pela inadimplência representa cerca de 39,1% do total tem entre 1 e 2 salários mínimos. Essa preocupação é foco em alguns empreendimentos sociais buscam sanar, até mesmo para tornar essas pessoas aptas a empreenderem, inclusive na área social, para solucionar outros problemas da comunidade.

A educação financeira vem ganhando cada vez mais visibilidade, principalmente agora devido ao atual momento de pandemia que acarretou o fechamento de diversas empresas, a maioria delas, devido à falta de uma gestão financeira que se torna valorizada em momentos de turbulências, pois as pessoas percebem nas crises a necessidade de ter um controle e planejamento financeiro.

Essa falta de educação financeira é um problema cultural devido a inexistência do ensino desde quando crianças, como afirma o Jornal da USP, fazendo com que as pessoas não tenham conhecimentos básicos sobre assuntos da área, o que acaba contribuindo para o aumento do número de inadimplentes, bem como da taxa de mortalidade das empresas. Por isso a necessidade do desenvolvimento de um projeto mostrando como a educação financeira pode ser uma importante ferramenta em um empreendimento voltado para a área social. Esse tipo de negócio vem tendo um crescimento significativo e empresas como a Artemisia (aceleradora de empreendimentos sociais) que vem apoiando organizações com o propósito de gerar impacto social, onde o negócio vai além dos lucros.

Devido à grande responsabilidade social que a empresa possui é extremamente necessário que a gestão financeira seja eficaz, visto que os lucros não são foco exclusivo da organização e considerando a fraca base que o brasileiro possui em educação financeira.

Formatado: Não Realce

A pesquisa procurou identificar a importância da relação entre educação financeira e empreendedorismo social para: a) mostrar a importância da educação financeira e do empreendedorismo social; b) descrever a necessidade da educação financeira para uma boa gestão de negócios de impacto social; c) analisar como o empreendedorismo social também pode ser um meio de propagar a educação financeira; d) apresentar um Plano de Educação Financeira para empreendedores sociais.

Com foco no tema em pauta, a pesquisa foi desenvolvida junto a três organizações distintas, mas, com as características de empreendedorismo social. Por esta razão, ao pesquisar duas cooperativas (uma na atividade de resíduos e outra na área de produção artesanal) e outra organização não cooperativa, (que atua na captação de recursos para ONGs) objetivou-se destacar que a gestão financeira desses empreendimentos apresenta o mesmo problema e que a educação financeira como ferramenta é necessária para as ações, nas duas modalidades de organização.

Ao final a pesquisa foi elaborado um projeto de educação financeira para empreendedores que visam ter um negócio voltado para a área social, de forma que seja útil para garantir a sobrevivência desses empreendimentos e que eles sejam bons investimentos, do ponto de vista financeiro, tanto para investidores internos quanto externos à organização. A pesquisa foi relevante para o conhecimento teórico e prático, além de trazer aprendizado para a comunidade acadêmica, tanto sobre a educação financeira quanto para o empreendedorismo social.

Diante dessa realidade apresentada pelos vários estudos consultados foi possível buscar resposta para a seguinte questão problema da pesquisa: *Como a educação financeira se torna uma ferramenta importante para o empreendedorismo social?*

## **1. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **1.1. Empreendedorismo Social**

O empreendedorismo social é formado por negócios que geram impacto na sociedade com o objetivo de solucionar ou minimizar problemas sociais ou ambientais.

O Empreendedor Social aponta tendências e traz soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais, seja por enxergar um problema que ainda não é reconhecido pela sociedade e/ou por vê-lo por meio de uma perspectiva diferenciada. Por meio da sua atuação, ele (a) acelera o processo de mudanças e inspira outros atores a se engajarem em torno de uma causa comum. (ARTEMÍSIA, 2017)

Esse tipo de empreendedorismo também traz lucros financeiros que estão atrelados às soluções para problemas pontuais da sociedade, oferecidos por meio dessas empresas com produtos ou serviços. De acordo com Boletim Inteligência & Tendências de Mercado do SEBRAE, publicado em maio de 2019 “O lucro deste tipo de empreendimento pode ser repartido entre seus sócios, como uma empresa tradicional, ou pode ser reinvestido na própria empresa. O importante é que o negócio seja sustentável e que o fluxo de caixa seja positivo.”

Empresas, como a Artemísia, que apoia a geração e crescimento desses empreendimentos e é considerada uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), que é pioneira na disseminação e no fomento de negócios de impacto social no Brasil, onde ela capacita e apoia empreendedores sociais que criam soluções para problemas socioambientais, que são rentáveis e com potencial de escala. O desenvolvimento de negócios de impacto é importante pois, são “iniciativas economicamente rentáveis que, por meio da sua atividade principal, oferecem soluções para problemas sociais e/ou ambientais, utilizando mecanismos de

mercado”, como afirma o SEBRAE no Boletim Inteligência & Tendências de Mercado publicado em 2019.

A diferença entre empresas tradicionais e as sociais é que enquanto a primeira realiza ações pontuais que impactam economicamente a sociedade, a segunda é desenhada para desenvolver produtos ou serviços que as impactam diretamente e constantemente em busca da solução ou minimização de um problema social.

Tem-se como soluções para problemas essenciais como demandas por água potável alimentação educação energia habitação renda saúde meio ambiente entre outras. São alguns exemplos de tecnologias sociais: soro caseiro, supermistura da Pastoral da Criança, cisternas dispostas no semiárido brasileiro, entre outros. (ANASTACIO, 2018, pg. 39)

A minimização ou solução de um problema social é baseado em uma ideia que seja viável, principalmente, para a classe baixa consumir, então, nem sempre o lucro advém da relação empresa cliente, mas sim de *Stakeholders* que além de apoiar, patrocinam o empreendimento.

## 1.2. Importância do empreendedorismo social

Quando a barreira da educação financeira é quebrada a chance da empresa prosperar é maior, assim como o impacto que ela irá gerar na sociedade com a sua empresa. O exemplo do quão significativa a empresa pode passar a ser, é visto no exemplo da PretaHub (Aceleradora do empreendedorismo negro no Brasil), que incentiva o desenvolvimento social e econômico da população negra, criada pela Adriana Barbosa que também idealizou a Feira Preta criada em 2002 com o objetivo de comercializar produtos de empreendedores negros. Atualmente é um festival voltado para a disseminação de produtos, serviços e da cultura negra por meio da atração de diversos artistas negros. O impacto social gerado por essa empresa é grandioso, pois gerou um processo de inclusão de empreendedores negros, dando visibilidade e equilíbrio de oportunidade.

Um outro exemplo, é o trabalho de organização cooperativa de Muhammad Yunus, conhecido como “o banqueiro dos pobres”, é o fundador do Grameen Bank, um banco que visa fornecer empréstimos a população pobre de Bangladesh para investimento nas pequenas propriedades rurais ou para a compra de alimentos. E os investimentos são destinados, em sua maioria, as mulheres.

Em uma entrevista para a Folha de São Paulo em 2000, Muhammad Yunus conta como iniciou a ideia de empréstimos aos pobres.

O fato é que, em 1974, eu lecionava economia em Bangladesh e me peguei em uma situação muito peculiar. Ensinao aos estudantes todas aquelas belas teorias econômicas, tudo aquilo que eu gostaria de ver colocado em prática. Mas à minha volta havia muita miséria, sem nenhum tipo de socorro. Achei que deveria ajudar mais e percebi que uma grande contribuição seria proporcionar às pessoas o acesso a uma pequena quantidade de dinheiro. Mas não havia ninguém, nenhum banco que oferecesse isso. Para ter acesso a crédito, as pessoas eram obrigadas a recorrer aos agiotas, que cobravam juros inacreditáveis. Então resolvi ajudar. Emprestei do meu bolso US\$ 27 para um grupo de 42 pessoas. (YUNUS, 2000)

O exemplo do Grameen Bank retrata a importância do empreendedorismo social e o impacto que ele causa na sociedade. Pessoas que viviam na extrema pobreza em Bangladesh eram excluídas do mercado financeiro, fazendo essas pessoas não terem opção destino, senão a de continuar sobrevivendo sem recursos próprios e nem de terceiros. Isso amplia, ainda mais, a desigualdade social existente no país. No Brasil, por exemplo, educação de qualidade é para a

minoria privilegiada e isso gera maior distanciamento entre as classes e dificuldade de ascensão das classes mais inferiores. O empreendedorismo social é um negócio voltado para toda as pessoas que tenham uma ideia de impacto positivo para uma comunidade que tem carência em determinado produto/serviço, mas principalmente, para aquelas que buscam transformação de alguma realidade em que ela está inserida.

O empreendedorismo de impacto além de ser benéfico para a sociedade, ele também gera lucratividade para o empreendedor. Um exemplo disso é o caso citado acima do banco Grameen Bank. Em entrevista para a revista EXAME, realizada em 2011, foi questionado ao Muhammad se o banco é rentável. “A operação precisa ser sustentável. Temos receitas e despesas, como qualquer banco. No ano passado, faturamos 209 milhões de dólares e tivemos um lucro de 5,3 milhões.”

Se o objetivo do banco fosse exclusivamente em ser lucrativo, ele seria igual a muitos bancos que conhecemos, porém, o foco do empreendimento é ajudar pessoas de baixa renda a terem crédito a juros baixos, de forma que elas consigam utilizar o dinheiro para satisfazer suas necessidades básicas e investir em nos seus pequenos negócios, trazendo rentabilidade e capacidade de honrar com sua dívida no banco sem se complicar mais ainda.

### **1.3. Inteligência Financeira e Empreendedorismo**

Através da educação financeira aprendemos a viver e não a sobreviver com o dinheiro, pois ele é uma ferramenta para realização de metas. Sendo assim, é primordial se autoconhecer e entender quais seus propósitos, sonhos para assim gastarmos o dinheiro com inteligência.

Uma pessoa com inteligência financeira é capaz de ser um empreendedor com sabedoria para gerenciar o propósito do seu negócio. Sabendo realizar um plano financeiro que dependa o mínimo de recursos de terceiros, como banco e demais investidores ou parceiros que muitas vezes não compactuam com os mesmos valores e propósito da organização. Além disso, ter inteligência financeira no empreendedorismo é ter planejamento e visão a longo prazo o suficiente para se antecipar aos fatos.

Então, a inteligência financeira interliga diversos fatores importantes para uma boa gestão de um empreendimento social, como o plano de negócios.

O plano de negócios vai além de um plano de intenções. Ele é basicamente, um mapa para se atingir o destino desejado. Idealmente, conduz do ponto de partida à meta final: do conceito básico do negócio a uma empresa saudável e bem-sucedida. Além disso fornece uma noção dos obstáculos, indicando caminhos alternativos. (CERBASI, 2016, p. 38).

Cerbasi mostra que o plano de negócio é o mapa para o empreendedor navegar sua empresa e se ele for bem-sucedido traz resultados do planejamento realizado, como estudo do mercado fornecedor, consumidor e de concorrentes; viabilidade do negócio, e no caso do empreendedorismo social o impacto que a empresa irá causar na sociedade. Por isso a necessidade de realizar o planejamento do negócio, juntamente com o estabelecimento de metas para alcançar os objetivos da empresa. Essas metas podem ser divididas em curto, médio e longo prazo e são importantes porque é uma forma do empreendedor ter um olhar estratégico para ações futuras. Nesse momento entende-se a necessidade da gestão estratégica, que analisa as oportunidades do mercado e utiliza os pontos fortes da empresa para aproveitar essas oportunidades, e o mesmo acontece com a melhoria dos pontos fracos para não sofrer com possíveis ameaças.

O autor Tony Hshied (2017, p. 224) formulou algumas perguntas em seu livro, que considera importante serem feitas quando o empresário for em busca de investidores. Algumas delas são:

“Os investidores e o conselho diretor acreditam na visão e na missão de sua empresa?” e “Os valores fundamentais de seus investidores e membros do conselho diretor estão de acordo com os valores fundamentais da empresa?”

A visão que Tony usa para selecionar os bons investidores e membros do conselho também podem ser usadas para selecionar sócios, parcerias etc. Pois nem tudo deve estar ligado ao dinheiro ou a visibilidade que a pessoa ou empresa possui. Isso pode parecer uma solução boa a curto prazo, mas a longo prazo pode trazer consequências que poderão colocar em risco o negócio. Pois, é importante que todas as pessoas que estão ligadas a empresa acreditem e compactuem com a missão valores que a organização possui, assim como a visão. Essa prática deve-se aplicar a qualquer negócio, mas principalmente, aos empreendimentos sociais que possuem valores extremamente ligados as suas ações que causam impacto a sociedade, assim como a sua missão.

#### 1.4. Educação Financeira

A educação voltada para a compreensão de assuntos financeiros, segundo a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico-OCDE (2005), tem o objetivo de “desenvolver os valores e as competências necessárias para se tornarem mais conscientes das oportunidades e riscos neles envolvidos e, então, poderem fazer escolhas bem informadas[...].”

O conhecimento proporciona liberdade e por isso é essencial o aprendizado sobre finanças, pois além de gerar maior controle e conhecimento sobre o dinheiro, passamos a ser capazes de fazer escolhas sabendo dos riscos e benefícios, tanto para o viés pessoal quanto para o empresarial.

Infelizmente, o déficit educacional financeiro existente no Brasil faz com que os brasileiros tenham baixo conhecimento em conceitos básicos financeiros, o que acarreta o aumento do risco de endividamento pela população, principalmente a mais pobre. Tal informação pode ser comprovada pelos dados do Serasa Experian (2019) que indicam que cerca de 63,2 milhões de pessoas estavam inadimplentes, cerca de 40,4% da população adulta brasileira, no ano de 2019. Segundo a pesquisa o número foi um novo recorde, visto que no mesmo mês do ano anterior foram dois milhões a menos de endividados.

Esses dados também estão diretamente vinculados à quantidade de empresas que fecham anualmente suas portas e isso é um reflexo da má gestão financeira, muitas vezes iniciada devido ao descontrole financeiro pessoal que afeta a vida empresarial. Por isso, a necessidade do estudo de vincular a educação financeira com o empreendedorismo e nesse caso, o social, devido a sua relevância à sociedade. Durante uma entrevista para a Rede Catarinense de Notícias, em 2019, a educadora financeira Letícia Lucca confirma a afirmação acima ao dizer que: “um dos principais motivos para que essas empresas fechem em até dois anos de idade. Com cinco anos, o número cresce ainda mais. É justamente a má gestão financeira.”

Formatado: Não Realce

#### 1.5. Planejamento financeiro

O planejamento financeiro é uma ferramenta importante tanto para a gestão financeira tanto para pessoa física quanto jurídica, possibilitando a ela o controle sobre os valores de gastos, investimentos, receita e capacidade de alinhar metas e objetivos à realidade financeira atual e a pretendida futuramente

Somente a partir do plano financeiro pessoal que o empresário conseguirá ter uma boa gestão da sua empresa, pois vai passar a entender que ele e o negócio não são a mesma coisa, inclusive, que precisam de uma vida financeira separada e saber qual a real participação que o empresário tem na organização. Cerbasi (2016, p. 188) afirma que “[...] os controles financeiros pessoal e

Formatado: Não Realce

do negócio devem deixar bastante claro quais recursos pertencem a qual pessoa, e é essa organização da informação que esclarecerá quaisquer dúvidas perante o fisco ou qualquer entidade a quem possa interessar.”

tanto da pessoa física quanto da jurídica devem estar claros quanto a quem tem o pertencimento de recursos, pois essa organização esclarecerá informações financeiras importantes para o fisco ou qualquer outra entidade que possa ter interesse na organização.

Para o empreendedorismo social, que visa buscar parcerias e patrocínios de outras organizações, é essencial que essa transparência seja presente na organização. Além disso, um plano financeiro voltado para a organização tem o objetivo de auxiliar o gestor na tomada de decisões, proporcionando um conhecimento da capacidade organizacional a partir da leitura de indicadores, como os índices de rentabilidade, atividade, liquidez e endividamento. Ainda segundo Cerbasi (2016, p. 144), o uso de indicadores “[...] auxilia na administração financeira das empresas, no sentido de quantificar o sucesso ou insucesso dos investimentos feitos.”

### 1.6. Investimentos

Investir, segundo Cerbasi (2015, p. 131), não é simplesmente o ato de poupar, mas sim de multiplicar as reservas financeiras que serviram para tal investimento. Ou seja, o objetivo na prática de investir é que o resultado da aplicação seja a geração de lucro sobre o capital investido. Existem diversos tipos de investimentos e entre eles o ato de empreender, assim como afirma Cerbasi (2016, p. 17), “O objetivo de toda empresa é deixar seus proprietários mais ricos, de forma sustentável.”

Formatado: Não Realce

Além disso, o empreendedorismo social conta a prática de atrair investidores que acreditam no negócio e fazem aportes financeiros para o desenvolvimento do negócio. Um exemplo dessa prática é o investidor anjo, que é um tipo de investimento, onde os recursos são aplicados no projeto na sua fase inicial, e em contrapartida, essas empresas possuem uma pequena parcela de participação no negócio, como afirma Anastácio (2018, p. 166).

A empresa é vista como um investimento tanto pelo empreendedor, quanto por investidores anjos, “[...] investimento efetuado por pessoas físicas, normalmente profissionais ou empresários bem-sucedidos, em empresas iniciantes (*startups*), fornecendo não somente capital financeiro, mas também intelectual, apoiando o empreendedor com sua experiência e conhecimento.” ENDEAVOR (2020).

Esses investidores são normalmente atraídos pela ideia de negócio e por acreditarem no crescimento econômico da organização. E para a empresa ter rentabilidade e ser um bom investimento o primeiro passo é de início o empresário ter uma boa educação financeira e saber separar as finanças pessoais das empresariais, pois é a partir dessa consciência que o plano financeiro terá sucesso na organização fazendo-a gerar lucros expressivos.

### 1.7. Democratização da educação financeira

A educação financeira ajuda na sobrevivência do empreendedorismo social, trazendo conhecimentos que vai desde as finanças pessoais as finanças empresariais.

Contudo, essa relação é uma via de mão dupla, pois o empreendedorismo também pode atuar na área da educação e finanças com o objetivo de levar conhecimento para pessoas, principalmente, as que possuem pouco acesso à informação de qualidade, realizando um grande impacto social.



Como podemos ver, o empreendedorismo social surgiu com o objetivo de suprir as necessidades que o Governo não entrega, normalmente para as classes menos privilegiadas. Segundo a Revista Pequena Empresas e Grandes negócios, no Brasil, o empreendedorismo busca impactar principalmente as áreas de educação (37,1%) treinamento - acesso a trabalho e renda (25,8%), cultura (22,6%), economia criativa e artesanato (19,4%).

A área de maior atuação é na educação e a Barkus Educacional (empresa voltada para a educação financeira de jovens e adultos) é uma delas. A empresa tem objetivo de democratizar a educação financeira da população brasileira, através de palestras e cursos para jovens, adultos, crianças e empresas, com preço acessível há um aumento do alcance de pessoas que recebem esse conhecimento.

Toda difusão de conhecimento financeiro proporcionada pela relação do empreendedorismo social e a educação financeira aumenta não somente a sobrevivência das organizações, como também, gera oportunidades para as pessoas de classe baixa empreenderem, visando impactarem um grupo específico de pessoas. Normalmente, as pessoas que vivem em situação de vulnerabilidade possuem ideias extraordinárias com o objetivo de ajudar a sua comunidade, mas como toda empresa que objetiva lucro precisam ter uma gestão financeira, é nesse momento que existiu uma grande barreira, a falta de educação financeira.

Além da importância da educação financeira para o viés empreendedor, ela se torna essencial para gerar consciência financeira e de consumo no empreendedor em sua vida pessoal. O SEBRAE aponta um grave erro normalmente cometido “o empreendedor fica deslumbrado com o volume de capital que gira nas contas empresariais e adotar um estilo de vida que não condiz com sua situação financeira real.” Infelizmente, essa é uma prática muito comum que compromete o futuro do negócio, principalmente porque o empreendedor mistura as contas pessoais com as empresariais, desconhecendo a importância e necessidade do pró-labore. Empresas com essa confusão entre pessoa física e jurídica, dificilmente têm sucesso e crescimento, e por isso a importância da democratização da educação financeira, pois é ela que gera inteligência financeira e *know-how* (termo em inglês para falar ‘saber como’) ao empreendedor para ele ser capaz de crescer, impactar e satisfazer as necessidades do mercado onde atua.

### **1.8. As Cooperativas como empreendimentos sociais**

As organizações cooperativistas se destacam como empresas com características diferentes das outras não cooperativas. Embora tenham atuação nos diferentes ramos da economia, a cooperativa se organiza com base na organização das pessoas e não do capital. Pela definição da Lei 5764/71, do cooperativismo brasileiro, em seu artigo Art. 4º “As cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas a falência, constituídas para prestar serviços aos associados [...]”.

Isso não significa, no entanto, que as cooperativas não sejam organizações econômicas mas, que são entidades cujos princípios estão associados à ajuda mútua e à gestão compartilhada sem objetivo de lucro, conforme Art. 3º “Celebram contrato de sociedade cooperativa as pessoas que reciprocamente se obrigam a contribuir com bens ou serviços para o exercício de uma atividade econômica, de proveito comum, sem objetivo de lucro.” (Lei 5764/71). O “lucro”, que na contabilidade da cooperativa aparece como “Sobras”, é distribuído aos cooperados na proporção direta das suas ações no empreendimento cooperativo. Isto é, para a cooperativa o que importa é organizar a produção para o associado, que sempre tem que ganhar pelo que produz.

Das diferentes modalidades de cooperativas, ou tipos como define a legislação, as cooperativas de trabalho se caracterizam como entidades que unificam sua forma econômica com o papel social que desempenham junto à sociedade em diferentes segmentos. No caso específico deste trabalho, as cooperativas analisadas representam associados vindos de uma base social popular e que desempenham as atividades de separação de resíduos sólidos urbanos para reciclagem, é o caso da COOPREC. A outra cooperativa analisada, BORDANA, está diretamente envolvida com uma atividade artesanal de bordados, da população de um bairro de Goiânia. Ambas desempenham o papel de empreendedorismo social e funcionam como pequenas empresas. Uma das principais características do cooperativismo é o processo democrático do seu funcionamento. O princípio de que na cooperativa o que vale é a pessoa, independente do capital que o associado tem, ele tem direito a um só voto nos processos decisórios da cooperativa.

## 2. METODOLOGIA

A pesquisa inicial partiu de um referencial bibliográfico para o aprofundamento nos conceitos estabelecidos para a categoria “educação financeira” e, em seguida, à compreensão desse conceito, o aprofundamento do debate acerca do empreendedorismo social. Portanto, após leitura e debate teórico entre as diferentes compreensões do tema abordado, pela pesquisa bibliográfica e documental, buscou-se respostas para o problema proposto da pesquisa onde o foco foi dar resposta, ou respostas, de como a educação financeira se torna uma ferramenta importante para o empreendedorismo social.

Dessa forma, através de uma pesquisa exploratória dos dados levantados, o projeto procurou identificar se o empreendedorismo social necessariamente remete o empreendedor a necessidade de um programa de educação financeira. E, tratando-se de uma pesquisa qualitativa, foi elaborada uma proposta de projeto para educação financeira do empreendedor social. Nesse aspecto, destaca-se que a busca pelas informações, que se referem à preocupação da educação financeira para esses empreendimentos, se fez pela aplicação de um questionário junto às pessoas responsáveis pelos empreendimentos analisados.

O questionário aplicado de seis a oito pergunta, estruturado no formato de um roteiro para extração de informações sobre o tipo de impacto que a empresa causa, como a empresa surgiu, o momento que a gestão sentiu necessidade de conhecimentos financeiros. Todas as perguntas com o objetivo de dar respostas à questão problema desta pesquisa e buscando explorar e relacionar a educação financeira com o sucesso do empreendimento social de três mulheres (Bianca, Celma e Nair) que realizam a gestão desses negócios pesquisados. O questionário foi aplicado através de reuniões online pelo Teams e Zoom, justamente pela necessidade de distanciamento social devido ao atual momento de pandemia.

Formatado: Não Realce

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÕES - ANÁLISE DOS DADOS

### 3.1. COOPERATIVA DE RECICLAGEM DE LIXO

COOPREC é a sigla da cooperativa de reciclagem de lixo, criada em 1998, com ~~42-25~~ associados cooperados, no bairro Jardim Conquista, com a ajuda da Sociedade Goiana de cultura, que na época, com a UCG-Universidade Católica de Goiás, fez o papel de incubadora dessa organização.

Conforme foi apresentado, o empreendedorismo social vai muito além de ter lucro, pois também busca gerar impacto social, e cada empreendimento entrevistado possui um impacto diferente, tanto em pessoas, ambiente e outras empresas. Em entrevista com a Nair, diretora da

COOPREC, quando lhe foi perguntado sobre o impacto que a cooperativa causava na sociedade, respondeu:

No início chegavam mulheres na cooperativa que nem olhava pra cima, e com 5 ou 6 meses ela já estava falando na assembleia e isso gera um empoderamento de falar e na cooperativa todos são donos e ela tem um poder de voz. São duas coisas que me prendem à cooperativa: a questão ambiental, as vezes chego na cooperativa com as mãos cheias de lixo da rua e eu não estou pensando no dinheiro, estou pensando na limpeza do meio ambiente e; quando vou agregar valor aos resíduos descartados pela cidade que eu vejo que isso nos ajuda financeiramente, mas penso no impacto positivo que é ajudar o meio ambiente. Antes de vir para a cooperativa eu achava que o lixo era problema do prefeito, hoje eu já vejo que não, que cada um de nós tem responsabilidade com o seu lixo.

A COOPREC além de impactar pessoas também gera impacto ao meio ambiente, pois o resultado financeiro é decorrente da retirada de materiais recicláveis do ambiente, possibilitando gerar um novo propósito a diversos materiais que demoram muitos anos para se decompor ou para se fragmentar em milhares de micro pedaços, como é o caso do plástico.

O projeto desenvolvido pela COOPREC possui o tripé econômico da gestão socioambiental, formado a partir da visão econômico, social e ambiental, onde as atividades desenvolvidas têm por resultado a geração da educação ambiental em um grupo de pessoas que, normalmente, possui pouco acesso a informação.

Como a Cooperativa funciona como uma empresa que deve gerar resultados com sua atuação econômica no mercado, é preciso considerar a parte social também. Observa-se a grande importância desse empreendimento para a sobrevivência de muitas famílias e para o meio ambiente, por isso a saúde financeira do negócio é essencial para que a cooperativa possa continuar gerando impactos positivos no campo econômico e social. Durante a entrevista com a Nair, foi confirmado a importância da educação financeira para o empreendimento social e, quando questionada se em algum momento ela sentiu necessidade de conhecimento de finanças para realizar a gestão financeira da cooperativa, afirmou:

Sim, quando a prefeitura tirou esse recurso, foi uma época muito difícil e a fabricação da telha estava entrando em crise, e os cooperados estavam saindo, e a gente tem uma cota-parte que os cooperados colocam na cooperativa que quando ele sair ele tem que receber essa parte de volta e saiu uns 15 cooperados e a gente não tinha tudo para pagar. Nossa cooperativa ficou com uns 6 cooperados e a gente pensou até em desistir, e foi quando a PUC mandou uma assessoria financeira, para ver se a gente tinha ou não tinha condição de continuar e quando ele ouviu eu e a dona Lucia, eles disseram “Não, vocês ainda tem jeito.” Então nós ficamos com seis cooperados e foi fazendo plano de como que a gente fazia e foi convidando pessoas. E a gente estava devendo muito e os cooperados que entraram não queriam pagar as contas que tinha, porque eles não eram responsáveis pelas contas e tivemos que fazer planos para conseguir pagar todas as contas. Então foi um reboiço que a gente teve que fazer para a gente conseguir manter e levantar de novo a cooperativa e hoje a gente não deve nada na praça.

Vale destacar que o capital social das cooperativas é formado por quotas-partes e não por ações, como nas sociedades anônimas. Outro destaque é a observação de que a COOPREC foi uma cooperativa incubada pela UCG (hoje PUC Goiás) e contava com um parque industrial para a fabricação de telhas de papelão e mangueiras de plástico. A situação narrada pela Nair reflete uma realidade de uma organização que inicialmente contou com recursos da incubadora e depois da própria prefeitura, como pagamento por serviços ambientais. Mas esses recursos acabaram e a cooperativa sofreu também com a saída de muitos cooperados.

Nesse momento de crise pela desistência de cooperados e a necessidade de devolver aos cooperados o valor das quotas-partes de capital, a questão financeira pesou muito. Isso mostrou o quão é importante ter uma reserva financeira, pois imprevistos acontecem e a organização

precisou de um fôlego para se recuperar, por isso, o capital de giro é importante, pois possibilita a continuação da operação da empresa mesmo em momentos de crises ou dificuldades financeiras. A cooperativa tem um Fundo de Reserva, previsto por lei que poderá garantir a recuperação em momentos como esse. No entanto, a COOPREC não tinha esse recurso.

A visão financeira da COOPREC se tornou outra após a prestação de serviços de uma assessoria do SEBRAE, que proporcionou à cooperativa chance de ver a importância de realizar o controle de gastos e passar confiança aos clientes (empresas que doam o material reciclável a cooperativa). E, além da assessoria, o SEBRAE teve um papel importante na educação financeira dos cooperados para a realização de uma boa gestão empresarial, mostrando a necessidade de ter um livro-caixa, emissão de notas fiscais, registros de rateio e arquivos de documentações.

#### **4.2. COOPERATIVA DE TRABALHO DE PRODUÇÃO DE BORDADO MANUAL E ARTESANATO DO CERRADO GOIANO**

BORDANA é a sigla da Cooperativa de Trabalho de Produção de Bordado Manual e Artesanato do Cerrado Goiano, constituída em 08 de agosto de 2011 e conta atualmente com 21 cooperadas e 1 cooperado.

A BORDANA é uma cooperativa de bordadeiras que começou sendo apenas uma cooperativa de um bairro popular de Goiânia e hoje passou a ser uma loja colaborativa. Essa empresa social busca impactar mulheres ajudando donas de casa a terem uma renda, espaço no mercado e conhecimento de gestão empresarial. A Celma é a idealizadora do negócio e durante a entrevista mostrou a missão de impacto da BORDANA:

[...] sempre com esse objetivo de gerar renda para mulheres, mulheres dona de casa, mulheres chefes de família ou mulheres aposentadas, como renda ou complemento de renda e temos como principal produto o bordado manual com decoração, vestuário e com o resgate do bordado manual. Das nossas cooperadas, a mais nova tem 47 e a mais idosa tem 81.

Com esse propósito a BORDANA além de ajudar mulheres a terem uma profissão e uma renda, também as ajudam a terem acesso à educação financeira. Conforme a Celma disse, a BORDANA possui uma autogestão, onde todas as cooperadas são donas do negócio, logo todas devem ter conhecimento de finanças, gestão empresarial, entre outros. Em relação a capacitação Celma afirma:

[...] sempre priorizamos a participação de todas, independente da área, porque como nós somos donas é muito importante que todas, mesmo que ela não vá atuar naquela área, é muito importante, pelo menos que ela entenda ou compreenda o que está acontecendo ou o que é importante ela entender. Porque dentro da cooperativa nós temos uma diretoria financeira, comercial, de produtos, operacional, de marketing. Então tem essa diretoria e a gente vai fazendo alguns cursos, assim, por conta própria, mas quando a gente solicita uma formação pra cooperativa pede que todas participem. Ela é bordadeira, mas ela não só borda, porque além de bordadeira ela também é dona da cooperativa, então você tem que saber empreender, você tem que entender do negócio e saber o porquê que você está aqui, não é só entregar e receber bordado.

Essa visão é consequência da inteligência financeira, resultado da educação financeira, por isso ela é tão importante para qualquer empreendedor e, principalmente, para o empreendedor social, como a entrevistada Celma, da BORDANA, quando disse: "...você tem que ter resultado econômico, porque, senão não tem como gerar impacto...".

A relação do empreendedorismo social com a educação financeira dentro de uma organização tem o objetivo de desenvolver conhecimentos financeiros para serem aplicados no

empreendedorismo para gerar impacto na sociedade. A BORDANA consegue mostrar na prática o resultado dessa junção, conforme a Celma apresenta:

O nosso negócio, assim eu tenho muito orgulho em dizer que nesse período de pandemia, muitas empresas quebraram, pessoas adoeceram, por uma série de situações complexas e no nosso caso foi o contrário, a cooperativa ajudou e colaborou para que essas mulheres ficassem em casa bordando, ocupando seu tempo, trabalhando, produzindo e ainda gerando renda e assim, na contramão de tudo que a pandemia veio trazendo né. E 2020 foi um ano que a BORDANA teve o melhor resultado de todos os seus anos, nós crescemos 57% em 2020. Antes da pandemia a loja aqui era só BORDANA, aí depois com a pandemia nós fizemos uma loja colaborativa e agora temos produtos de outras artesãs, convidamos outras artesãs para expor junto com a gente na loja e ela virou uma loja colaborativa.

A atração de outras artesãs que não estão ligadas ao grupo das cooperadas possibilitou que a loja, situada em um shopping de Goiânia, tivesse maior variedade de produtos que seguem a linha de artesanato, e ainda sim, ajudando mulheres a terem espaço, visibilidade e renda em um momento que complicado para todos os brasileiros, devido a pandemia, onde muitas delas perderam o emprego ou seus pequenos negócios de onde tiravam suas rendas.

A relação que a empresa possui com as cooperadas é a mesma citada no tópico “Inteligência Financeira e Empreendedorismo”, pois todas elas devem acreditar na missão, visão e compactuar com os valores da empresa, caso contrário a cooperativa não conseguirá atingir os seus objetivos. O mesmo acontece com os investimentos externos à organização. Celma conta:

[...] a Natura lançou um programa chamado “Natura Acolher”, o Acolher é um projeto da Natura pra apoiar consultoras que desenvolvem ações sociais, então eles tem um programa o “Consultora Natura Empreendedora Social” e aí eu entrei nesse projeto em 2013 e desde lá a gente tem recebido de forma esporádica, não é contínua muito apoio deles, um apoio técnico, tudo que eu sei sobre empreendedorismo social eu aprendi com a Natura em workshop, eventos que eles fizeram vários que eu participei, fui pra fábrica da Natura lá em Cajamar várias vezes, eu e outras consultoras do Brasil e nós ganhamos um prêmio em 2013 da Natura e agora recente, o ano passado nós recebemos 30 mil reais da campanha da Black da Natura.

Ainda, conforme comentado, o recurso financeiro vindo de investimento externo é importante para fortalecer e ajudar a crescer o negócio, mas é importante que o empresário tenha certeza de que a pessoa ou empresa que está oferecendo apoio compactue com os mesmos valores da organização. No caso, a Natura possui um projeto para dar apoio as empresas que geram alguma ação social importante e historicamente ela criou diversas ações vinculadas a educação, desenvolvimento das mulheres, ou seja, faz parte dos valores da Natura crenças que a BORDANA também acredita.

Quanto ao fundo educacional obrigatório a todas as cooperativas Celma afirma:

[...] pela lei do cooperativismo, são dois fundos que são obrigatórios, o fundo de reserva e o fundo educacional, que é um fundo para essa parte de treinamento, de capacitações, algo que esteja relacionada com a formação, com o treinamento e capacitação. O fundo de reserva, quando a gente faz a assembleia para fechar o balanço do ano anterior, a gente vê, se tiver sobra, aí 10% vai para esse fundo de reserva e 5% para o fundo educacional [...]

Logo o crescimento da BORDANA é resultado de investimentos em conhecimento financeiro e de gestão entre as cooperadas, pois segundo a Celma desde que a cooperativa foi formalizada eles começaram a buscar conhecimento no SEBRAE, SESCOOP e no âmbito virtual.

#### **4.3. A Grifa (Clube de assinatura de doação)**

A Grifa, atualmente, é um clube de assinatura de doação, formado por pessoas que realizam a assinatura mensal para realização de doações às diversas campanhas cadastradas pelas ONGs. A empresa nasceu em 2017 e é formada por dois sócios. Diferente da COOPREC e BORDANA a Grifa não é uma cooperativa e sim uma organização que tem o objetivo de revolucionar a forma como a doação é vista e feita no Brasil. Porém, a forma como é feita atualmente não foi como a empresa iniciou sua operação. Durante a entrevista a Bianca (sócia da Grifa) contou um pouco como surgiu a ideia e como era realizada no início da empresa.

Formatado: Não Realce

[...] as pessoas compram meio que um número, como se fosse uma rifa mesmo, compra um número para participar daquilo e eles faziam o sorteio de alguém para receber, e o dinheiro, maior parte dele, ia para uma organização social que eles estivessem ajudando. E aí a ideia inicial da grifa era fazer uma coisa bem nesse sentido, tanto é que se você olhar lá bem no começo lá no Instagram a gente fez uma experiência gastronômica, então a gente fez três restaurantes que as pessoas iam conheciam como funcionava e tudo mais. Então começou com essa ideia, só que aí, o que aconteceu, a gente viu que teria muitos obstáculos, o principal dele seria com a Caixa Econômica Federal, porque no Brasil todo sorteio tem que ser regulamentado pela Caixa, e a gente viu que as pessoas também não estavam entendendo como uma coisa diferente de uma rifa comum, todo mundo estava comprando só mais uma rifa pra ajuda uma organização.

A Grifa como muitas outras empresas sociais começam seus negócios empolgados pelo impacto que irão causar, mas, às vezes, uma análise da ideia através do plano de negócios evitaria esse início, onde eles logo se esbarram em um empecilho, a burocratização de um sorteio e, além disso, as pessoas não estavam entendendo o propósito do negócio. Essa situação mostra o quanto o planejamento é imprescindível, mesmo que o empreendedor acredite que a ideia é extremamente viável, pois é importante comprovar essa crença de viabilidade, tanto econômica quanto social. Então, após entenderem que a Grifa deveria mudar o público-alvo, mas seguindo o mesmo propósito, conforme dito por Bianca:

Aí a gente começou a fazer pesquisa, validação e tudo mais, pra ver o que a gente poderia, porque o nosso objetivo, missão era de alguma forma mudar a experiência de doar, que as pessoas gostem mais de doar, de ajudar uma organização e ajudar as organizações sem fins lucrativos a terem sustentabilidade financeira. Então, a terem mais, um pouquinho visão de negócio, de enxergar o projeto como algo mais sério e não que é feito só nas horas vagas e pra ter dinheiro pra conseguir gerir e gerar esse impacto. Então, a gente fez *design thinking*, *design sprint*, fez vários processos pra chegar no que a gente tem hoje que é uma plataforma pra captação de recursos, então a organização cadastra lá e utiliza toda a plataforma pra conseguir arrecadar recursos pra gerir o projeto, pra conseguir realizar as campanhas e gerar impacto realmente. Então a gente foi por esse caminho e a gente viu que era o que fazia mais sentido e um dos principais gargalos que existem nas organizações é a parte do dinheiro, onde muitas travam e a gente desenvolveu uma solução pra ajudá-las nisso, nesse sentido.

Dessa forma, após a Grifa ter como público-alvo as ONGs o seu lucro passou a vir de um slip de pagamento (forma em que a mesma transação possa fazer vários pagamentos para diferentes vendedores ao mesmo tempo), que a Grifa fica com 10% do total arrecadado pela ONG. Eles contaram com o apoio da Fundo de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás – FAPEG, que investiu na Grifa, assim como afirma Bianca:

Aí no ano passado a gente passou no edital do programa Centelha, que é um edital da FAPEG, do Governo. Então a gente recebeu um investimento pro negócio, então a gente conseguiu contratar desenvolvedores pra ajudar a gente, investir em curso, e foi esse fomento que a gente recebeu que ajudou a gente a dar uma acelerada, uma alavancada no que a gente conseguia fazer e começar a ter alguns resultados melhores. Então a gente não tira dinheiro da Grifa, todo dinheiro que a gente tá tirando a gente tá reinvestindo no negócio pra conseguir melhorar, mas também não diria que a gente

chegou a passar dificuldades, a gente ainda não tem dinheiro, então a gente ainda está longe de ser financeiramente sustentável, mas não tiveram grandes problemas por isso, ainda.

Foi a partir desse investimento que eles sentiram necessidade de terem mais conhecimento de gestão financeira, pois tiveram que fazer prestação de contas, envio das notas fiscais e dos orçamentos de tudo que iam comprar, para o projeto Centelha, além de terem um maior controle das finanças da empresa, com os gastos iniciais para abrir a empresa. Prática que surgiu devido as necessidades e que com o desenvolvimento da empresa se torna imprescindível. O controle e a gestão financeiro é importante para o empreendedor ter visão do negócio, transparência da situação econômica da organização e possibilidade de ter uma melhor gestão desses recursos. Durante a entrevista Bianca relatou que em contato com muitas ONGs foi observado o que é realidade em empreendimentos sociais, excesso de preocupação no social e o financeiro ficar mais de lado, assim como a Bianca conta:

A gente conversa isso muito com as organizações que entram na plataforma, porque normalmente a gente conversa com elas e a gente pergunta, “Quanto que é o seu custo mensal de gastos fixos na organização?” aí eles viram e falam “Aí não, é só a sede, que são tipo, R\$ 200,00 que a gente gasta”, aí eu pergunto “Mas e a luz?”, aí eles “Ah, é verdade tem a luz é mais R\$ 100,00”, aí a gente chega numa conta que eles achavam que era R\$ 200,00 por mês que eles precisam e quando a gente vê é tipo uns R\$ 2.000,00 na verdade que eles gastam, só que eles vão tirando do bolso e as vezes nem percebe e como aqui no Brasil a gente tem muito essa cultura da organização ter medo de pedir dinheiro, de falar e acaba que eles não contabilizam, vão ver no final do ano, na verdade eles gastaram R\$ 100.000,00 na gestão de tudo e eles acham que foi R\$ 5.000,00 que eles conseguiram e aí eles não conseguem planejar para o ano seguinte também pra ter essa reserva financeira, pra ir atrás de recursos.

Essa realidade é vivida por muitos empreendedores, exclusivamente pela falta de conhecimento financeiro que, infelizmente, não é acessível para a maioria da população brasileira, e isso mostra a importância da democratização da educação financeira, como forma de desenvolver conhecimentos e habilidades para a área empreendedora e pessoal também. Os recursos financeiros dentro de um mapa estratégico, por exemplo, é o principal, pois é a partir dele que todas as outras perspectivas serão realizadas. Ter recursos financeiros disponíveis e saber gerenciá-los faz a empresa ter grandes chances de sucesso. Segundo a Bianca, essa parte financeira ainda é um é um assunto que não é abordado da forma ampla que deveria, principalmente para o empreendedorismo social.

Segundo Bianca:

[...] essa parte financeira ainda é vista, um pouco, como um tabu e inclusive no que a gente atua hoje, a maior parte das organizações está o tempo todo correndo atrás de recursos pra apagar incêndio, então essa falta de planejamento a longo prazo do financeiro, de gestão do recuso que tem eu acho que é um gargalo muito grande do tanto de impacto que a organização conseguiria ter se ela fosse mais organizada financeiramente, se ela tivesse mais noção das entradas e saídas e as necessidades dela de gasto ela conseguiria se planejar antes e até captar esse recurso antes e melhor e com isso fazer um planejamento a longo prazo.

Como foi dito pela Bianca, a falta de uma gestão financeira faz com que as empresas não possuam um planejamento a longo prazo, logo, entende-se que em qualquer situação que ameace o negócio será um grande risco, de forma a vir causar falência nos negócios.

## **4. PROPOSTA DE PROJETO PARA AS ORGANIZAÇÕES PESQUISADAS**

### **4.1. Plano de educação financeira**

Segundo o SEBRAE Minas Gerais, a educação financeira envolve os conhecimentos de diversos conceitos e ferramentas relacionados à gestão empresarial. Por isso é tão importante que o empreendedor tenha educação financeira, pois fará ele ter capacidade de avaliar a saúde financeira da empresa possibilitando o empreendedor ter informações para tomada de decisões assertivas.

O Plano de Educação Financeira consiste em apresentar ferramentas necessárias para que o empreendedor tenha uma clara visão da gestão financeira do negócio.

#### **4.1.1. Plano de negócio**

O plano de negócio é importante para o empreendedor ter uma maior clareza do empreendimento levantando informações do mercado consumidor, fornecedor e concorrentes, o custo do empreendimento, marketing, estratégias e vendas. Então, além de mostrar um panorama do negócio, o plano mostrará a viabilidade do empreendimento por apresentar o tempo que o empresário terá o retorno do investimento. Para isso, é necessário que o empreendedor faça um planejamento estratégico para entender quais são os objetivos de curto, médio e longo prazo da organização e as ações necessárias para a realização deles, pois a principal função do Plano de Negócios, segundo o SEBRAE é “visualizar os gastos e lucros para que não haja erros administrativos.”

##### **4.1.1.1. Plano estratégico**

Traçar as estratégias do negócio é uma fase importante para o negócio ter um plano de fortalecimento e crescimento. As estratégias devem ser planejadas juntamente com um plano de ação, pois é necessário que ela seja implementada e não somente planejada. O Mapa Estratégico, conforme Kaplan e Norton (2004, p. 10), descreve a estratégia facilitando o gerenciamento dos objetivos e os indicadores. Os autores supracitados desenvolveram um modelo de gestão estratégica chamado Balanced Scorecard (BSC) que estabelece objetivos, metas, processos e indicadores das quatro perspectivas do mapa. O modelo das quatro perspectivas para a definição da estratégia de criação de valor da organização fornece às equipes executivas uma linguagem comum para a discussão da trajetória e das prioridades de seus empreendimentos. (KAPLAN E NORTON, 2004).

As perspectivas básicas para esse modelo de gestão são: financeira, clientes, processos internos e aprendizagem e crescimento. Segundo Kaplan e Norton (2004, p. 32, 33 e 34) “A perspectiva financeira descreve os resultados tangíveis da estratégia em termos de financeiros tradicionais”, “A perspectiva do cliente define a proposição de valor para os clientes-alvo”, “A perspectiva dos processos internos identifica os poucos processos críticos que se espera exerçam o maior impacto sobre a estratégia” e “A perspectiva de aprendizado e crescimento define os ativos intangíveis mais importantes para a estratégia”

Kaplan e Norton (2004, p. 34) “Os objetivos nas quatro perspectivas são conectados uns com os outros por relação de causa e efeito. A partir do topo, parte-se da hipótese de que os resultados financeiros só serão alcançados se os clientes-alvo estiverem satisfeitos.” Logo, percebe-se que todo o modelo leva em consideração a primeira e principal perspectiva, a financeira.

##### **4.1.1.2. Plano financeiro**



Após feito o plano de negócios e traçado as estratégias o empresário conseguirá visualizar quais os recursos que serão necessários para a organização atingir o objetivo geral da organização de gerar impacto social e o lucro. Para atingir esses objetivos é importante fazer um planejamento financeiro do negócio, onde será definido o percentual para reinvestir na empresa, o pró-labore e o fundo de emergência. Ao contrário de muitos empresários que acreditam o lucro da empresa não é do dono do negócio (pessoa física), mas sim da organização (pessoa jurídica). A empresa necessita de reinvestimento contínuo para continuação das suas operações. Cerbasi (2016, p. 57), confirma essa afirmação dizendo que “o reinvestimento contínuo de parte dos lucros é a forma de garantir a execução dos planos de crescimento e também gerar um espiral de prosperidade crescente.”

O planejamento financeiro também propicia a definição do valor que o empresário será remunerado. Caso ele trabalhe na empresa a retirada mensal corresponde ao pró-labore e a remuneração do capital investido. Cerbasi (2016, p. 57) “O pró-labore consiste no salário do dono, pelo fato de ele trabalhar na sociedade”. Com essa afirmação de Cerbasi é possível evidenciar que o pró-labore só deve ser pago caso o empresário trabalhe na organização, ao contrário da remuneração do capital investido que é basicamente o retorno que a empresa gera ao empresário pelo investimento realizado, então o empresário trabalhando ou não na organização ele tem participação nos lucros da empresa.

O empresário pode ter participação nos lucros, mas é apenas um percentual, pois Além da participação que o empresário pode ter nos lucros ele tem uma remuneração definida, chamada de pró-labore. O resultado dessa educação financeira gera a conscientização do empresário em separar as contas da pessoa física e jurídica, o que possibilita a organização ter maiores chances de ter sucesso na gestão financeira. A educação financeira proporciona conhecimento para um empresário fazer uma boa gestão financeira da empresa e da sua vida pessoal também.

#### **4.1.1.3. Capital de Giro**

Enquanto nas finanças pessoais é importante ter uma reserva de emergência nas finanças empresariais também é, e essa reserva se chama Capital de Giro, que é um montante necessário para a empresa continuar operando mesmo com dificuldades finanças. O Capital de Giro é um recurso financeiro necessário para a empresa cumprir alguns compromissos como a folha de pagamento dos funcionários, fornecedores, por exemplo, e ainda manter o funcionamento das operações. O valor ideal de capital de giro para uma organização vai depender do prazo que a empresa possui pagamento dos fornecedores, recebimento das vendas e o volume de vendas. Infelizmente, muitos empresários não sabem ou ignoram a importância do capital de giro, principalmente por ser uma reserva necessária para momentos de emergência, que os empresários esperam não passar, então preferem investir todo os recursos financeiros e não deixar nenhum dinheiro parado colocando em risco o empreendimento.

#### **4.1.1.4. Precificação**

A definição do preço do produto ou serviço comercializado pela organização é importante, pois feita de maneira inadequada fará o negócio não ser lucrativo. Por isso, são analisados diversos fatores que compõe o preço final. Diferente do que muitos empresários acreditam, o preço não deve, somente, ser baseado na concorrência e nem ter o custo do produto dobrado para formar o preço final, pois existem diversos fatores que participam do custo no produto ou serviço. O aluguel da loja, os funcionários, comissão, energia e, inclusive, fatores que geram experiência no consumidor, como uma embalagem personalizada, uma loja climatizada e aromatizada, decoração. Por isso, para Cerbasi (2016, p. 120), a formulação do preço acontece seguindo essa fórmula: “Preço de venda = Custos Variáveis + Despesas Variáveis + Rateio de Gastos Fixos + Margem de Lucro”.

A partir dessa fórmula é possível identificar que o preço é composto pelos gastos variáveis do produto/serviço, rateio dos gastos fixos e a margem de lucro desejada pelos sócios.

Custos e despesas fixas são os que independem da quantidade de produção e vendas, como: folha de pagamento, telefone, internet, material de limpeza, aluguel. Já os custos e despesas variáveis dependem da quantidade produzida ou vendida, como: impostos sobre as vendas (PIS, COFINS, IPI, ICMS), matéria-prima, embalagens, manutenção, comissões.

#### 4.1.2. Gestão Financeira

##### 4.1.2.1. Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é considerado uma demonstração financeira que tem o objetivo de mostrar a situação dos investimentos realizados pela organização em um determinado período. Cerbasi (2016, p. 59) “É como uma fotografia da estratégia de investimento da empresa em um dado momento.” Essa transparência em relação aos investimentos da empresa mostra quão saudável financeiramente a organização é. A estrutura do balanço patrimonial é composta por bens e direitos que ficam do lado esquerdo e as obrigações.

**Quadro 1: Estrutura do balanço patrimonial**

Aplicações de Recursos	Fonte de recursos
Ativo  Conjunto de bens e direitos possuídos por uma empresa em determinada data	Passivo  Obrigações da empresa em relação a terceiro Patrimônio Líquido
	Patrimônio Líquido

Fonte: CERBASI, 2016

Em qualquer situação o Total do Ativo deve ser igual a soma do Total do Passivo e do Patrimônio Líquido, isso porque o Passivo é formado pelo capital de terceiros e o Patrimônio Líquido é o capital próprio, ou seja, esses são os recursos que financiam o Ativo. O uso do capital de terceiros deve ser analisado. Deve sempre ser analisado a necessidade do uso de capital de terceiros, Cerbasi (2016, p. 63), diz que “O custo do Passivo deve ser inferior à taxa de rentabilidade do Ativo”. Ou seja, esse recurso será bem-vindo caso o negócio necessite de recursos de terceiros para atingir os objetivos estabelecidos, desde que o retorno desse investimento seja maior do que os juros cobrados pelo banco, por exemplo, no empréstimo ou financiamento.

##### 4.1.2.2. DRE

O Demonstrativo do Resultado do Exercício (DRE) que é um documento contábil, que segundo Cerbasi (2016, p. 68), responde as seguintes perguntas:

- Depois de ter operado o mês/ano inteiro, quanto a empresa ganhou, já descontando os impostos?
- Quanto a empresa ganhou com despesas de vendas?
- Quanto a empresa gastou com despesas administrativas?
- Quanto a empresa gastou com despesas financeiras decorrentes de empréstimos e financiamentos?
- Quanto a empresa gastou com impostos sobre as vendas?

- Quanto a empresa teve de lucro antes da incidência dos impostos sobre o lucro?
- Quanto que a empresa gastou com impostos sobre o lucro?

E, ainda segundo Cerbasi (2016, p. 79) a DRE está estruturada em quatro etapas para a análise do resultado: 1 – Resultado bruto; 2 – Resultado operacional; 3 – Resultado não operacional; 4 – Resultado líquido

**Quadro 2: Demonstrativo do Resultado do Exercício**

Receita Bruta de Vendas
(-) Devoluções, Descontos e Abatimentos
(-) Imposto sobre o Faturamento
(=) Receita Líquida de Vendas
(-) CMV ou CPV ou CSP
(=) Lucro Bruto
(-) Despesas de Vendas
(-) Despesas Administrativas
(=) Lucro Operacional
(+) Receita Financeira
(-) Despesa Financeira
(+) Outras Receitas Não Operacionais
(-) Outras Despesas Não Operacionais
(=) Lucro Antes dos Impostos sobre o Resultado
(-) Impostos sobre o Lucro
(=) Lucro Líquido

Fonte: CERBASI, 2016

A DRE é basicamente um documento que demonstra se a empresa teve ou não lucro e quais foram as despesas em um determinado período. Esse relatório é baseado nas vendas que a empresa faz e a partir daí é possível identificar se o negócio é lucrativo.

Segundo Cerbasi (2016), a Receita Bruta de Vendas é o valor das vendas que a empresa realizou de produtos ou serviços e a partir desse valor que será diminuído as devoluções, descontos e abatimentos, e o valor dos impostos sobre as vendas. O resultado dessa subtração será a Receita Líquidas de Vendas e será o valor usado para subtrair o CMV (Custo da Mercadoria Vendida) formado pelos custos que se teve ao adquirir os produtos; ou o CPV (Custo do Produto Vendido) composto pelo custo da matéria prima, a mão de obra direta e os custos indiretos de fabricação; ou CSP (Custo do Serviço Prestado) composto pelo custo da mão de obra e materiais utilizados para a prestação de um determinado serviço. Após subtrair o valor das Receitas Líquidas pelo CMV, CPV ou CSP temos o Lucro Bruto subtraído pelas Despesas Comerciais composto por salários, comissões, gastos com promoção de vendas, garantia dos produtos vendidos. As despesas administrativas são todos os gastos que a empresa tem para ter a sua gestão.

As Receitas financeiras são oriundas de: descontos financeiros obtidos, juros recebidos ou auferidos, variações cambiais ou de outros indicadores que venham a reduzir Passivos ou aumentar recebíveis e receita de títulos vinculados ao mercado aberto. As Despesas financeiras são oriundas de: juros pagos ou incorridos, descontos financeiros concedido, variações cambiais de outros indicadores que venham a aumentar Passivos e reduzir recebíveis, comissões e despesas bancárias. (CERBASI, 2016, p. 77)

Ainda segundo Cerbasi (2016, p 77), o Resultado Não Operacional é o resultado da subtração das Despesas e Receitas Não Operacionais. Basicamente, inclui a compra e venda de um ativo que não faz parte diretamente da operação do negócio, mas que se enquadra no “Ativo Imobilizado” do Balanço Patrimonial. O Lucro Antes dos Impostos é o lucro da empresa antes da dedução dos dois impostos que incidem sobre esse lucro, o Imposto de Renda (IR) e a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL). O Lucro Líquido é o valor após as deduções das despesas e custos que a empresa tem. Vale ressaltar que a empresa poderá apresentar lucro ou prejuízo, por isso a DRE é um documento tão importante, pois é a partir dela que o empresário terá o detalhamento, principalmente, dos custos e despesas que muitas vezes ficam implícitos na gestão financeira do negócio.

#### 4.1.2.3. Fluxo de Caixa

Segundo o Portal SEBRAE (2021):

O objetivo dessa ferramenta é apurar e projetar o saldo disponível para que exista sempre capital de giro acessível tanto para o custeio da operação da empresa (folha de pagamento, impostos, fornecedores, entre outros) quanto para o investimentos em melhorias (reforma da fachada, por exemplo).

O fluxo de caixa possibilita que o empreendedor tenha visão da situação financeira em relação ao saldo disponível, ajudando a tomada de decisões devido o controle realizado na movimentação financeira da empresa.

Logo, na prática o fluxo de caixa é a diferença entre as entradas (recebimentos a vista, duplicatas) e saídas (pagamentos de despesas, duplicatas e compras à vista) que, normalmente, é registrado em uma planilha com o objetivo de apurar, em um determinado período, o total das saídas e entradas.

Todo o plano financeiro tem o objetivo de ser um roteiro para os empreendimentos sociais, de forma que a partir dele consigam buscar mais informação e necessidade sobre cada aspecto apresentado para a realização da gestão financeira. Nos negócios sociais pesquisados esse plano será adequado a realidade após um processo de conhecimento mais aprofundado do negócio, além de proporcionar o ensino da educação financeira para as empreendedoras.

Formatado: Não Realce

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa possibilitou o compartilhamento de informações financeiras da administração aos empreendedores sociais, contribuindo para o desenvolvimento da educação financeira e o estímulo da inteligência financeira no ambiente empresarial. Além disso, ela se mostrou útil, já que as três empresas pesquisadas comprovaram a necessidade da educação financeira para a sustentação de seus negócios. Através das entrevistas, que aconteceram por meio de vídeo chamada, foi possível identificar que todas as empreendedoras tinham algum objetivo de gerar impacto em alguma área, mas que a educação financeira foi e está sendo um grande trunfo para a gestão dos negócios, e que a busca por esses conhecimentos são mais frequentes por entenderem que é um meio para conseguirem atingir os resultados sociais e financeiros.

O empreendedorismo social soluciona algumas demandas sociais agregando mais valor ao produto/serviço entregue aos clientes. Além da preocupação com o social, a empresa objetiva

retorno financeiro e é nesse aspecto que muitas, diferente das empresas tradicionais (especificamente as cooperativas), pecam na gestão e planejamento financeiro empresarial. Por isso a importância da relação entre o empreendedorismo social e a educação financeira. Esta, na verdade, se torna importante para a vida de qualquer pessoa, mas, principalmente para o empreendedor e mais ainda para os que são voltados à área social, pois o seu impacto na sociedade irá depender da capacidade da empresa em ser sustentável, no sentido de ser lucrativa aos sócios e honrar com os compromissos financeiros.

Por fim, a pesquisa atingiu seu objetivo quando se tem a resposta à pergunta problema, isto é, como a educação financeira se torna uma ferramenta importante para o empreendedorismo social? Como é possível, pode-se perceber que os gestores entrevistados entendem a importância da educação financeira para o empreendedorismo social em que estão inseridos. Contudo, foi no exercício prático da gestão dessas organizações que o aprendizado se deu. Esse conhecimento raramente é adquirido por meio da educação básica, se tornando uma demanda social. E, nesse caso é possível analisar a importância do empreendedorismo social na relação com a educação financeira, pois, é por meio dessa forma de empreender que conhecimentos financeiros para a gestão das finanças pessoais e empresariais são propagados, assim como é feito na Barkus, empresa citada na pesquisa, que tem a preocupação de impactar as pessoas com uma educação financeira de qualidade.

Por estas razões a proposta de um Plano de Educação Financeira que o trabalho se propõe, foi realizada e será entregue aos gestores como forma de orientação aos seus negócios, isto feito a partir dos conhecimentos adquiridos na formação acadêmica do curso de Administração de Empresas da Pontifícia Universidade Católica de Goiás-PUC Goiás.

## 6. REFERÊNCIAS

ANASTACIO, Mari Regina; FILHO, Paulo R. A. Cruz; MARINS, James. *Empreendedorismo social e inovação no contexto brasileiro*. Curitiba, PUCPRESS, 2018.

ARTEMÍSIA. *Glossário do campo de negócios de impacto*. Disponível em: <<https://artemis.org.br/glossario-do-campo-de-negocios-de-impacto/>>. Acesso em maio de 2021.

BARKUS EDUCACIONAL. Nossa história.

Disponível em: <<https://barkus.com.br/site/quem-somos/>>. Acesso em abril de 2021.

BRASIL, Lei 5764/71. *Lei do Cooperativismo brasileiro*. Brasília, 1971.

CERBASI, Gustavo. *Como organizar sua vida financeira*. Rio de Janeiro, Sextante, 2015.

CERBASI, Gustavo. *Empreendedores inteligentes enriquecem mais*. Rio de Janeiro, Sextante, 2016.

ENDEAVOR. *Afinal, o que é Investimento-Anjo?* Disponível em:

<<https://endeavor.org.br/dinheiro/afinal-o-que-e-investimento-anjo/>>. Acesso em maio de 2021.

ENEF. *Educação Financeira no Brasil*. Disponível em:

<[https://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira-no-brasil/#:~:text=Segundo%20a%20OCDE%20\(2005\)%2C,necess%C3%A1rios%20para%20se%20tornarem%20mais](https://www.vidaedinheiro.gov.br/educacao-financeira-no-brasil/#:~:text=Segundo%20a%20OCDE%20(2005)%2C,necess%C3%A1rios%20para%20se%20tornarem%20mais)>. Acesso em setembro de 2020.

EXAME. *A operação do Grameen Bank no Brasil começou*. Disponível em:

<<https://exame.com/revista-exame/operacao-grameen-bank-brasil-comecou->

[571841/#:~:text=Muhammad%20Yunus%20%2D%20A%20opera%C3%A7%C3%A3o%20precisa,lucro%20de%205%2C3%20milh%C3%B5es](#)>. Acesso em março de 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. *"Banco dos pobres" se alia a mulheres para reduzir fome na Ásia*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2407200020.htm>>. Acesso em março de 2021.

HSIEH, Tony. *Satisfação garantida: aprenda a fazer da felicidade um bom negócio*. Rio de Janeiro, Harper Collins, 2017.

JORNAL USP. *Educação financeira para crianças e jovens vira disciplina escolar*. Disponível: <<https://jornal.usp.br/atualidades/educacao-financieira-para-criancas-e-jovens-vira-disciplina-escolar/>>. Acesso em junho de 2021.

KAPLAN, Robert; NORTON, David. *Mapas estratégicos - Balanced Scorecard: Convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis*. Rio de Janeiro, Elsevier, 2004.

PEQUENAS EMPRESAS E GRANDES NEGÓCIOS. *Pesquisa do SEBRAE mostra perfil dos empreendedores de negócios de impacto social*. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Negocio-social/noticia/2018/05/pesquisa-do-SEBRAE-mostra-perfil-dos-empresarios-de-negocios-de-impacto-social.html>>. Acesso em abril de 2021.

PRETAHUB. *O que é pretahub*. Disponível em: <<https://pretahub.com/>>. Acesso em março de 2021.

REDE CATARINENSE DE NOTÍCIA. *Má gestão financeira é o maior motivo para fechamento de empresas, diz especialista*. Disponível em: <<http://rcnonline.com.br/economia/m%C3%A1-gest%C3%A3o-financieira-%C3%A9-o-maior-motivo-para-fechamento-de-empresas-diz-especialista-1.2151032>>. Acesso em junho de 2021.

SEBRAE. *Boletim Inteligência & Tendências de Mercado*. Disponível em: <<https://www.SEBRAE.com.br/SEBRAE/Portal%20SEBRAE/UFs/RN/Anexos/Versa%cc%83o%201%20-%20Boletim%20-%20Nego%cc%81cios%20de%20Impacto.pdf>>. Acesso em maio de 2021.

SEBRAE. *A importância da educação financeira para empreendedores*. Disponível em: <<https://SEBRAEmg.com.br/blog/a-importancia-da-educacao-financieira-para-empresarios/>>. Acesso em abril de 2021.

SEBRAE. *O que é o fluxo de caixa e como aplicá-lo no seu negócio*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/fluxo-de-caixa-o-que-e-e-como-implantar.b29e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em abril de 2021.

SEBRAE. *Canvas X Plano de Negócios*. Disponível em: <<https://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/ufs/pr/artigos/canvas-x-plano-de-negocios.22eacd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em abril de 2021.

SERASA EXPERIAN. *Estudo da Serasa Experian mostra perfil do consumidor inadimplente brasileiro*. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de->

[dados/estudo-da-serasa-experian-mostra-perfil-do-consumidor-inadimplente-brasileiro/](#)>.

Acesso em setembro de 2020.

SERASA EXPERIAN. *Número de brasileiros com dívidas atrasadas aumenta em 2 milhões e bate novo recorde.* Disponível em: < <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/analise-de-dados/numero-de-brasileiros-com-dividas-atrasadas-aumenta-em-2-milhoes-e-bate-novo-recorde-revela-serasa-experian/>>. Acesso em setembro de 2020.

## APÊNDICE: ENTREVISTAS REALIZADAS PARA A PESQUISA

Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC GOIÁS  
Escola de Gestão e Negócios  
Administração de Empresas

---

Questionário para pesquisa de campo para o Trabalho de Conclusão de Curso – TCC  
Título do TCC: **A RELAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL E A EDUCAÇÃO FINANCEIRA**

Aluna: Nathália Cristina Santos Elias

Prof. Dr. Henrique Labaig

Entrevista com a Nair, da Cooprec, realizada dia 01 de abril de 2021 às 8hs por meio de videoconferência na plataforma Teams. A entrevista teve a liberação da gravação por parte da entrevistada.

### **Nathália: A cooperativa surgiu com o objetivo de ajudar o meio ambiente e gerar renda para as pessoas de classe baixa. Como foi iniciado esse projeto?**

**Nair:** Na época, o projeto se chamava Projeto Meia Ponte que fica próximo da cooperativa. O objetivo foi trabalhar o impacto social e ambiental na região. Porque na época tinha muito lixo jogado nas áreas vazias e tinha uma quantidade muito grande de crianças e adolescentes que ficavam na rua, então o projeto veio na época atrelado a outros programas, como aula de circo e de plantas medicinais. A COOPREC iniciou como forma de ajudar as pessoas, gerar renda para os catadores de lixo. Em 1997 surgiu a cooperativa de catadores, na época quem teve a ideia foi Washington de Novaes, que escreveu o projeto, e a igreja católica enviou para a Sena Aires, que comprou esse projeto e formou a usina de reciclagem. A usina foi criada não somente para criar materiais, mas também para industrializar. E foi quando a COOPREC surgiu com 5 cooperados, até 38, todos aptos para formar a cooperativa, que teve o acompanhamento da OCB, PUC e o SEBRAE. Para a cooperativa fazer a educação ambiental, e são 5 barros envolvidos, buscávamos os materiais e a arquidiocese ajudou a captação de materiais mais nobres nas empresas e todos esses materiais eram trazidos para a cooperativa e passava pela triagem. Nos produzíamos telhas com papel, plástico com grão para saco de lixo e fazíamos orgânico com o húmus de minhoca. A cooperativa fazia tudo, desde a educação ambiental até a venda dos produtos que saiam. Nós trabalhamos com a telha por uns 15 anos e deu certo, o húmus não deu certo, porque virão que estavam gastando mais que a venda e a telha, depois dos 15 anos nos ficamos sem mão de obra masculina e ao final como a telha era o carro chefe isso acabou, no final, as máquinas acabaram enfraquecendo a cooperativa. A COMURG nessa época passava um subsídio para a coleta de material, mas esse convênio foi encerrado. Hoje, nós fazemos algumas coletas nas empresas que temos contrato para pegar materiais e a COMURG coleta todos os materiais possíveis que ela pode fazer, e torno de 10% e distribui em

todas as cooperativas, e hoje a gente deixou de fazer todo material industrializado só prensa e vende os produtos. Nos hoje somos 25 cooperados, sendo 8 homens e 17 mulheres e a maioria das mulheres são de família.

**Nathália: Qual a área que o seu empreendimento social impacta na sociedade?**

**Nair:** No início chegavam mulheres na cooperativa que nem olhava pra cima, e com 5 ou 6 meses ela já estava falando na assembleia e isso gera um empoderamento de falar e na cooperativa todos são donos e ela tem um poder de voz. São duas coisas que me prende, a questão ambiental, as vezes chego na cooperativa com as mãos cheias de lixo da rua e eu não estou pensando no dinheiro, estou pensando na limpeza do meio ambiente e quando vou agregar valor que eu vejo que ajuda financeiramente, mas no impacto é ajudar o meio ambiente. Antes de vir para a cooperativa eu achava que o lixo era problema do prefeito, hoje eu já vejo que não, que cada tem responsabilidade com o seu lixo.

**Nathália: No início da sua atuação você teve dificuldades financeiras na sua empresa?**

**Nair:** Como a cooperativa é uma empresa sem capital de giro, a gente abriu sem nada, então nos primeiros meses nos ficamos 6 meses sem receber. E nós dependemos dos materiais que vem da sociedade, então fica difícil de planejar porque eu dependo e eu não sei quanto que o pessoal vai conseguir trazer. E eu não tenho como mensurar quanto que eu vou ganhar por mês, pode ser que venha muito materiais ou menos materiais. A primeira dificuldade é não ter capital de giro, segundo é a questão do cooperado entrar e sair, porque como ele não tem um salário fixo, e quando a cooperativa cai o faturamento ele pode desmotivar, porque é difícil manter um padrão de ganho porque vai depender do outro. Outra dificuldade é a concorrência, porque nós temos uma concorrência muito grande com outras empresas quanto dos catadores informais, porque ele vai lá pegar o material e no final da tarde ele vende e faz o dinheiro dele. Já a cooperativa ela precisa juntar um lote para vender e os cooperados tem problemas pessoais e temos que entender, tentando sempre recuperar para ele ser um cidadão de bem. Então, basicamente a dificuldade maior e a concorrência, capital de giro a confiança do cooperado, no trabalho, no que ele vai ganhar.

**Nathália: A cooperativa tem alguma reserva financeira?**

**Nair:** Então, a gente deixa sempre um fundinho, chega a uns 10% do faturamento e tem mês que não dá nem isso, a gente não consegue. Esse fundo, por exemplo, se eu ficar uns 3 meses sem faturamento esse fundo acaba. O próprio financeiro sabe que a gente precisa de uma reserva, que ela não pode ratear tudo. Antigamente a gente tinha um fundo para custear o cooperado quando ele estava doente, essa questão do atestado. Hoje eu já acho a possibilidade de ela fazer esse fundo, porque mesmo com a pandemia, a gente manteve a média do rateio.

**Nathália: Em algum momento você sentiu que precisava ter mais conhecimento de finanças para realizar a gestão financeira da empresa? Se sim, qual foi esse momento?**

**Nair:** Sim, quando a prefeitura tirou esse recurso, foi uma época muito difícil e a telha estava entrando em crise e os cooperados estava saindo, e a gente tem uma cota a parte que os cooperados colocam na cooperativa que quando ele sair ele tem que receber essa parte de volta e saiu uns 15 cooperados e a gente não tinha tudo para pagar. Nossa cooperativa ficou com uns 6 cooperados e a gente pensou até em desistir, e foi quando a PUC mandou uma assessoria financeira, para ver se a gente tinha ou não tinha condição de continuar e quando ele ouviu eu e a dona Lucia, eles disseram “Não, vocês ainda tem jeito.” Então nós ficamos com seis



cooperados e foi fazendo plano de como que a gente fazia e foi convidando pessoas. E a gente estava devendo muito e os cooperados que entraram não queriam pagar as contas que tinha por que eles não eram responsáveis pelas contas e tivemos que fazer planos para conseguir pagar todas as contas. Então foi um reboliço que a gente teve que fazer para a gente conseguir manter e levantar de novo a cooperativa e hoje a gente não deve nada na praça.

**Nathália: Quando essa assessoria veio para ajudar vocês o que ela realizou e que fez vocês sentirem que foi a diferença para a sobrevivência da cooperativa?**

**Nair:** Eu acho que o que me ajudou foi fazer a gente enxergar o nosso potencial, porque financeira não foi aplicável nenhum centavo, só que ele mostrou, se seguir esse caminho, de repente isso pode ajudar vocês, controle de gastos, se eu vou comprar uma coisa que custa 10 reais eu posso gastar só 5, ser pontual com as nossas coletas, porque na verdade a pessoa que me doou aquele material ele é um cliente e ele precisa confiar na cooperativa, que ela é séria, que tem um rateio entre os cooperados, que o dinheiro que ela recebe seja empregado em prol dos cooperados.

**Nathália: Você sentiu que a educação financeira foi essencial para o empreendimento?**

**Nair:** Então aconteceu que quando foi criado a cooperativa com 38 cooperados, nós tivemos uma formação do SEBRAE, contrata pela PUC com o instituto Dom Fernando, ajudando na gestão, com aulas aos sábados no SEBRAE. Quando eu entrei no financeiro eu não sabia, por exemplo, mexer com nota fiscal e eu tive que aprender porque ao vender precisava da nota fiscal. Hoje, por exemplo, a cooperativa ela tem livro caixa que ela faz todo o controle, folha de rateio, ela nunca vendeu sem nota fiscal, e sempre tudo computado, temos um arquivo. Com a necessidade nós fomos ampliando. Quando uma pessoa tem habilidade a gente atrai a pessoa para vir para o escritório também e aprender a fazer o que precisa aqui.

**Nathália: Você acha que a preocupação com as finanças é mais atenuante na área do social? Se sim, por quais motivos?**

**Nair:** Eu acho, a alma do negócio de qualquer empresa é o financeiro, o comercial vende, a produção produz, mas o financeiro, pra mim está em primeiro lugar, porque ele tem que controlar sim o gasto, o dinheiro da empresa.

Entrevista com a Celma, da Bordana, realizada dia 06 de abril de 2021 às 15hs por meio de videoconferência na plataforma Zoom. A entrevista teve a liberação da gravação por parte da entrevistada.

**Nathália: Como surgiu a BORDANA e qual impacto que ela causa na sociedade?**

Celma: A BORDANA nasceu primeiro como um projeto social, sempre foi esse foco de gerar renda para mulheres e depois de algum tempo, a gente discutindo se a gente se formalizaria como cooperativa, nós começamos nossa atividade em 2009 e em 2011 depois da gente discutir muito sobre cooperativismo, como que funcionava tudo nos formalizamos em 2011. Então em 2011 foi formalizada e registrado na JUCEG como cooperativa, sempre com esse objetivo de gerar renda para mulheres, mulheres dona de casa, mulheres chefes de família, ou mulheres aposentadas como renda ou complemento de renda e temos como principal produto o bordado manual com decoração, vestuário e.. com o resgate do bordado manual. Das nossas cooperadas, a mais nova tem 47 e a mais idosa tem 81. O nosso negócio, assim eu tenho muito orgulho em dizer que nesse período de pandemia, muitas empresas quebraram, pessoas adoeceram, por uma

série de situações complexas e no nosso caso foi o contrário, a cooperativa ajudou e colaborou para que essas mulheres ficassem em casa bordando, ocupando seu tempo, trabalhando, produzindo e ainda gerando renda e assim, na contramão de tudo que a pandemia veio trazendo né. E 2020 foi um ano que a BORDANA teve o melhor resultado de todos os seus anos, nós crescemos 57% em 2020. Antes da pandemia a loja aqui era só BORDANA, aí depois com a pandemia nós fizemos uma loja colaborativa e agora temos produtos de outras artesãs, convidamos outras artesãs para expor junto com a gente na loja e ela virou uma loja colaborativa.

**Nathália: Essas mulheres produzem e vendem na BORDANA?**

**Celma:** Não, aí é assim, nós somos 22 cooperadas, 21 mulheres e 1 homem filho e neto de cooperada. O Victor é o nosso mais novo cooperado, mas ele já participa desde as primeiras atividades da cooperativa e só se tornou cooperado agora. Mas elas, quando a gente formaliza uma cooperativa todas as cooperadas integralizam uma quota parte, então cada cooperada passa a ser dona da cooperativa. Então somos 22 sócias, donas da cooperativa. Elas produzem em casa e a cooperativa se encarrega de toda essa parte de formalização da compra, da venda, do repasse da matéria-prima, então nós somos donas da nossa cooperativa, portanto nós somos donas do nosso meio de produção. E a venda fica também por conta, tanto a compra da matéria-prima quanto a venda do produto acabado ficam por conta da cooperativa, que na verdade é um trabalho de autogestão.

**Nathália: Quando você idealizou a questão da cooperativa, você fez algum plano de negócio, algum planejamento?**

**Celma:** Olha, na verdade nós tivemos lá no início tivemos um apoio da incubadora social da UFG, que nos orientou na parte da formação do estatuto, na orientação técnica sobre a parte tributária, custos de se manter um negócio, né, mas nós não chegamos a fazer um plano de negócio de forma formal e planejada, foi muito assim, a gente foi fazendo e as coisas acontecendo. Na verdade, depois que a cooperativa já estava registrada foi que nós fizemos um planejamento estratégico, mas plano de negócio de fato, de verdade nós nunca fizemos. Foi muito mesmo na vontade de querer fazer algo diferente, novo e de empreender de forma igualitária, com a gente sempre pensando mais no lado social do que no econômico. E pra gente naquele momento o mais importante era o social e o econômico seria uma consequência. E é o que a gente tem buscado, o resultado econômico, mas primeiro sempre vem pra gente o impacto social. Nos registramos a BORDANA no SESCOP, é o serviço de aprendizagem do cooperativismo, eu costumo dizer que é o SEBRAE das cooperativas. O SESCOP é ligado a OCB/GO que é a organização das cooperativas no Brasil é um serviço de aprendizagem do cooperativismo, então nós filiamos no SESCOP e a partir daí nós começamos a receber muitas consultorias, treinamentos, então a capacitação da cooperativa a gente busca com o SESCOP. E Desde o início a gente tem feito muito treinamento, muita capacitação, muito curso nessa área de empreendedorismo, de gestão, de negócio e tudo que a gente aprende na cooperativa a gente busca apoio de outras pessoas.

**Nathália: Sobre essa capacitação, são todas as cooperadas que participam ou somente algum grupo?**

**Celma:** Não, não, sempre priorizamos a participação de todas, independente da área, porque como nós somos donas é muito importante que todas, mesmo que ela não vá atuar naquela área, é muito importante, pelo menos que ela entenda ou compreenda o que tá acontecendo ou o que é importante ela entender. Porque dentro da cooperativa nós temos uma diretoria né, diretora

financeira, comercial, de produtos, operacional, de marketing. Então tem essa diretoria e a gente vai fazendo alguns cursos, assim, por conta própria, mas quando a gente solicita uma formação pra cooperativa pede que todas participem. Ela é bordadeira, mas ela não só borda, porque além de bordadeira ela também é dona da cooperativa, então você tem que saber empreender, você tem que entender do negócio e saber o porquê que você está aqui, não é só entregar e receber bordado.

**Nathália: Em algum momento você sentiu que precisava ter mais conhecimento de finanças para realizar a gestão financeira da empresa? Se sim, qual foi esse momento?**

**Celma:** Olha Nathália, a partir do momento que a gente formalizou né, a gente só foi sentindo a necessidade, porque quando você formaliza daqui a pouco aparece uma situação que precisa resolver, tipo, depois que você formaliza você tem que ter inscrição estadual, depois você começa a vender e as pessoas começam a pedir nota fiscal. Então, vai vender para uma empresa, não tem como você como uma empresa sem nota fiscal, né. Pessoa física até que vai, mas chega uma hora que você vai vender e não tem como vender sem nota fiscal. E desde o momento que formalizou a gente foi buscando conhecimento tanto com o SEBRAE, SESCOP, na internet, curso informais mesmo né. Então nós sempre estamos buscando conhecimento, porque nunca é demais, sempre a gente está precisando aprender mais. E não é fácil não, é um bicho de sete cabeças, foi cada situação que a gente teve que enfrentar sem ter muito conhecimento, mas a gente enfrentou assim sabe? Por que tem que fazer inscrição estadual? Então vamos lá. Agora a gente tem que emitir nota fiscal, então vamos lá e foi sofrido.

**Nathália: A cooperativa possui capital de giro e/ou uma reserva financeira?**

**Celma:** Capital de giro todo negócio precisa ter, mas nunca tivemos capital de giro grandioso assim, que a gente pudesse ter segurança. Nosso capital de giro sempre foi, a gente sempre trabalhou muito no equilíbrio, com muito tempo a gente foi equilibrando, muito com doação, no começo a gente recebia muita doação, porque a gente não recebia nada, a gente pagava para trabalhar, na verdade. E aí com o tempo que a gente foi conseguindo remunerar conforme a produção, participação, foi quando começou a ter resultado, porque ainda não era um resultado grande, mas foi acontecendo né. Então capital de giro a gente nunca teve, mas é muito importante ter por que isso facilita muito a vida da gente.

E os fundos, pela lei do cooperativismo, são dois fundos que são obrigatórios, o fundo de reserva e o fundo educacional, que é um fundo para essa parte de treinamento, de capacitações, algo que esteja relacionada com a formação, com o treinamento e capacitação. O fundo de reserva, quando a gente faz a assembleia para fechar o balanço do ano anterior, a gente vê, se tiver sobra, aí 10% vai para esse fundo de reserva e 5% para o fundo educacional e se ainda sim, depois de separar 10 para um e 5 para outro, tive uma sobra a assembleia decide se vai ser redistribuído entre as cooperadas, conforme a participação, ele não vai ser distribuído de forma igualitária, vai ser conforme a sua participação na cooperativa, ou seja, quem produziu mais, produziu menos, ou então a assembleia decide que esse dinheiro vai voltar para o caixa da cooperativa pra gente reinvestir. O que foi decidido na última assembleia é que a sobra, depois de destinada para os fundos, o que sobra a gente vai reinvestindo na cooperativa. E hoje nós temos esses dois que são obrigatórios.

**Nathália: Ao idealizar o negócio você sentiu receio em não conseguir atingir os dois objetivos da empresa, que é gerar lucro e ter impacto social? Se sim, por quais motivos?**

**Celma:** Olha Nathália, sempre tem esse receio, porque a gente começa uma empresa com esse cunho social. Eu passei por uma fase, assim de dificuldade de compreender como que era esse negócio de gerar impacto social, mas que também tinha que gerar renda, e eu sempre fui muito crítica as empresas mercantis que só pensam em lucro e aí quando eu percebi que a gente, mesmo sendo um negócio social a gente precisa ter renda, a gente ter resultado, a gente precisava ter lucro, que a gente chama de sobra, mas que é um lucro que ele vai voltar pra empresa e pra todo mundo. Então eu demorei um tempo pra poder me acostumar com isso, sabe? E até entender que se não tivesse resultado econômico a gente não ia conseguir ir pra frente e pra você gerar impacto social você tem que ter resultado econômico, porque, se não, não tem como gerar impacto, porque as pessoas precisam de renda, foi pra isso que a cooperativa foi criada, que gere renda pra elas, dando condições de trabalho como elas merecem ter, que é produzir em casa, poder estar próximo do filho ou da filha, não precisar ficar pegando ônibus lotado, sair 4, 5 horas da manhã, mas é ela ter dignidade enquanto ela trabalha pra ela estar produzindo na casa dela e a cooperativa oferece a matéria-prima. Então sempre teve essa dificuldade em alguns momentos, mas a gente vai trabalhando isso a medida que vai surgindo, mas eu passei por um processo.

**Em conversa com a Celma ela disse:**

- Inclusive nos da BORDANA temos o apoio da Natura, desde que a BORDANA existe. Eu sou consultora Natura a mais de 15 anos, então nós criamos a BORDANA, na verdade a BORDANA nasceu idealizada por mim pra eu superar de uma perda pessoal e aí depois a Natura lançou um programa chamado “Natura Acolher”, o Acolher é um projeto da Natura pra apoiar consultoras que desenvolvem ações sociais, então eles tem um programa o “Consultora Natura Empreendedora Social” e aí eu entrei nesse projeto em 2013 e desde lá a gente tem recebido de forma esporádica, não é contínua muito apoio deles, um apoio técnico, tudo que eu sei sobre empreendedorismo social eu aprendi com a Natura em workshop, eventos que eles fizeram vários que eu participei, fui pra fábrica da Natura lá em Cajamar várias vezes, eu e outras consultoras do Brasil e nós ganhamos um prêmio em 2013 da Natura e agora recente, o ano passado nós recebemos 30 mil reais da campanha da Black da Natura.

Entrevista com a Bianca, da Grifa, realizada dia 12 de abril de 2021 às 14:30 por meio de videoconferência na plataforma Teams. A entrevista teve a liberação da gravação por parte da entrevistada.

**Nathália: Como surgiu a Grifa e qual impacto que ela causa na sociedade?**

**Bianca:** Já tinha algum tempo que eu tava envolvida com empreendedorismo social, da área de terceiro setor e tudo mais, porque eu já tinha uma ONG antes e eu queria viver disse, meio que de alguma forma, era um sonho que eu tinha, tipo, nosso meu sonho é conseguir viver ajudando projetos pessoais e as pessoas. E aí, a ideia da Grifa, na verdade surgiu com uma coisa totalmente diferente do que ela é hoje. Um dia eu estava no Facebook, e aí eu vi um anúncio de uma empresa americana, eles fazem sorteios de experiências com pessoas e lugares famosos e o que eu vi, especificamente era aquele negócio de *escape room* com o ator que faz o Capitão América, e como que funciona, as pessoas compram meio que um número, como se fosse uma rifa mesmo, compra um número para participar daquilo e eles faziam o sorteio de alguém para receber, e o dinheiro, maior parte dele, ia para uma organização social que eles estivessem ajudando. E aí a ideia inicial da grifa era fazer uma coisa bem nesse sentido, tanto é que se você

olhar lá bem no comecinho lá no Instagram a gente fez uma experiencia gastronômica, então a gente fez três restaurantes que as pessoas iam conheciam como funcionava e tudo mais. Então começou com essa ideia, só que aí, o que aconteceu, a gente viu que teria muitos obstáculos, o principal dele seria com a Caixa Econômica Federal, porque no Brasil todo sorteio tem que ser regulamentado pela Caixa, e a gente viu que as pessoas também não estavam entendendo como uma coisa diferente de uma rifa comum, todo mundo estava comprando só mais uma rifa pra ajuda uma organização. Aí a gente começou a fazer pesquisa, validação e tudo mais, pra ver o que a gente poderia porque o nosso objetivo, missão era de alguma forma mudar a experiencia de doar, que as pessoas gostem mais de doar, de ajudar uma organização e ajudar as organizações sem fins lucrativos a terem sustentabilidade financeira. Então, a terem mais, um pouquinho visão de negócio, de enxergar o projeto como algo mais sério e não que é feito só nas horas vagas e pra ter dinheiro pra conseguir gerir e gerar esse impacto. Então, a gente fez design thinking, design sprint, fez vários processos pra chegar no que a gente tem hoje que é uma plataforma pra captação de recursos, então a organização cadastra lá e utiliza todo a plataforma pra conseguir arrecadar recursos pra gerir o projeto, pra conseguir realizar as campanhas e gerar impacto realmente. Então a gente foi por esse caminho e a gente viu que era o que fazia mais sentido e um dos principais gargalhos que existem nas organizações é a parte do dinheiro, onde muitas travam e a gente desenvolveu uma solução pra ajudá-las nisso, nesse sentido.

**Nathália: Ao pensar na sua ideia de negócio, você fez um plano de negócios?**

**Bianca:** De início eu não fiz nada. A gente começou, tipo, só vamos fazer e foi indo e a gente viu que não ia se sustentar e foi quando a gente parou e falou, vamos pesquisar, estudar um pouquinho mais. A gente fez o processo de design thinking junto com a CEI Empreende, escola de empreendedorismo, eu trabalhava lá na época, então a gente fez juntos com eles o design thinking pra entender, inclusive a gente mudou muita coisa, porque quando a gente começou a Grifa, desde a primeira ideia o nosso foco era no doador, era conseguir fazer que o doador doasse, mas que ele tivesse uma experiência interessante. E hoje nosso modelo de negócio já não é mais B2C, hoje a gente tem um modelo B2B, então o nosso cliente é a organização social, então a organização é quem contrata a Grifa, é quem entra para a plataforma e quem a gente tem como cliente, e o doador da organização, então é como se fosse um B2B2C. Mas a gente foca na organização social como nosso cliente e foi algo que a gente só descobriu quando parou pra começar estudar, a investigar sobre. Antes disso a gente estava bem perdido nesse ponto.

**Nathália: No início da sua atuação você teve dificuldades financeiras na sua empresa?**

**Bianca:** Então, a Grifa ainda não dá lucro, a gente ainda não consegue tirar lucro da empresa, a gente já tem, claro, todo mês tem alguma coisa, mas não é nada que eu e meu sócio conseguimos viver disso, ainda. Mas nós dois estamos hoje dedicando full time a Grifa, então a gente está com dedicação exclusiva à empresa já e tem o planejamento de quando a gente via ter que começar a pegar um pró-labore pra gente, com base no que a gente tem de meta. Eu não diria necessariamente que a gente chegou a passar dificuldades financeiras e nem que a gente passa, porque a gente faz outras coisas em paralelo. Logo, quando a gente começou o projeto nos dois trabalhávamos ainda, então a gente tinha o salário a gente recebia e tudo. E hoje a gente pega uns trabalhos freelancer pra ser o que nos sustenta, com relação a empresa a gente tem uma vantagem, porque a gente tem uma empresa que é totalmente de base tecnológica, então em questão de custos a gente não tem custos muito altos, mas a gente sabe que se a gente quiser crescer a gente vai precisar ter, a gente via precisar contratar pessoas, desenvolver mais coisas, mas o que ajudou muito a gente, primeiro, logo no início era uma coisa que a gente fazia em paralelo, então ainda não era focado 100% nisso. Aí no ano passado a gente passou no edital

do programa Centelha, que é um edital da FAPEG, do Governo. Então a gente recebeu um investimento pro negócio, então a gente conseguiu contratar desenvolvedores pra ajudar a gente, investir em curso, e foi esse fomento que a gente recebeu que ajudou a gente a dar uma acelerada, uma alavancada no que a gente conseguia fazer e começar a ter alguns resultados melhores. Então a gente não tira dinheiro da Grifa, todo dinheiro que a gente tá tirando a gente tá reinvestindo no negócio pra conseguir melhorar, mas não também não diria que a gente chegou a passar dificuldades, a gente ainda não tem dinheiro, então a gente ainda está longe de ser financeiramente sustentável, mas não tiveram grandes problemas por isso, ainda.

**Nathália: Em algum momento você sentiu que precisava ter mais conhecimento de finanças para realizar a gestão financeira da empresa? Se sim, qual foi esse momento?**

**Bianca:** Sim, com certeza, especialmente pelo que eu falei, a gente passou num edital e no edital a gente tem que fazer uma prestação de contas bem organizada, a gente tem que ter todas as notas fiscais, vários orçamentos e tudo que a gente vai contratar, tem que fazer a conciliação bancária, então mostrar todas as contas, e isso é uma coisa que a gente não fazia antes, no começo, meio que a gente ia fazendo a gente tirava do nosso bolso, pagava e pronto. E aí, eu saí do meu trabalho primeiro, mas eu fiz uma reserva maior, eu fiz uma reserva de segurança maior pra eu conseguir sair, do que meu sócio. Então quando chegou na parte de abrir a empresa de pagar todos os custos de CNPJ eu que paguei e foi nessa hora que a gente viu que a gente tinha que anotar de alguma forma todos esses gastos pra depois a gente conseguir dividir lá na frente, tudo que a gente gastou de registro e tudo mais, e aí a gente começou a organizar dessa forma e a gente começou a fazer tudo em planilha e a gente viu que foi ficando muito confuso, nos dois estávamos fazendo tudo, então todo mundo ia lá e anotava, então a gente começou a estabelecer algumas rotinas, por exemplo quem cuida do financeiro hoje é meu sócio, então tudo o que acontece eu passo pra ele e ele faz essa organização, esse levantamento, porque a gente viu que a gente não tava conseguindo acompanhar quanto que estava entrando e saindo, estava algo bem confuso mesmo, ainda é algo que a gente está aprendendo, a gente ainda quebra a cabeça com isso, mas a gente viu que é muito necessário.

E tem um ponto também, que a nossa remuneração, o lucro da Grifa ele vem de um split de pagamento, então a gente fica com uma porcentagem das doações que entram pra cada organização. E aí como que funciona, a gente fica com 10%, só que desses 10% sai a porcentagem da plataforma de pagamento que é o Pagar.me e desses 10% também saem as partes de impostos. Então a gente teve que ver muito a questão de como que isso funciona realmente de ver questão de fluxo de caixa pra gente chegar num ponto de equilíbrio de quanto seria essa porcentagem de uma forma que a gente não ficasse no prejuízo, porque a gente viu que se a gente diminui a taxa pra 5% no final a gente tá pagando pra organização conseguir estar na plataforma.

Vocês chegaram a fazer algum curso pra essa questão financeira no SEBRAE, por exemplo?

Não, a gente não fez curso no SEBRAE. Eu trabalhava na Sempreende, então eu fiz alguns cursos de gestão financeira, eu estava trabalhando eu vi algumas coisas, mas eu não fiz o curso realmente. E a gente participou da aceleração do Founder Institute, que é uma aceleração pra ideias de negócios do Vale do Silício, a gente participou do curso e no curso tem um módulo que é de financeira, então tinha uma série de atividades que a gente tinha que fazer.

**Nathália: Você acha que a preocupação com as finanças é mais atenuante na área social? Se sim, por quais motivos?**

**Bianca:** Eu acredito que sim, porque o que eu vejo, quando a gente fala de um projeto, empreendimento, negócio social o que acontece é que todo dinheiro que entra vira impacto depois e eu vejo que muitas organizações não enxergam dessa forma e essa parte financeira ainda é vista, um pouco, como um tabu e inclusive no que a gente atua hoje, a maior parte das organizações está o tempo todo correndo atrás de recursos pra apagar incêndio, então essa falta de planejamento a longo prazo do financeiro, de gestão do recuso que tem eu acho que é um gargalo muito grande do tanto de impacto que a organização conseguiria ter se ela fosse mais organizada financeiramente, se ela tivesse mais noção das entradas e saídas e as necessidades dela de gasto ela conseguiria se planejar antes e até captar esse recurso antes e melhor e com isso fazer um planejamento a longo prazo. A gente conversa isso muito com as organizações que entram na plataforma, porque normalmente a gente conversa com elas e a gente pergunta, “Quanto que é o seu custo mensal de gastos fixos na organização?” ai eles viram e falam “Ai não é só a sede, que são tipo, R\$ 200,00 que a gente gasta”, ai eu pergunto “Mas e a luz?”, ai eles “Ah, é verdade tem a luz é mais R\$ 100,00”, ai a gente chega numa conta que eles achavam que era R\$ 200,00 por mês que eles precisam e quando a gente vê é tipo uns R\$ 2.000,00 na verdade que eles gastam, só que eles vão tirando do bolso e as vezes nem percebe e como aqui no Brasil a gente tem muito essa cultura da organização, ter medo de pedir dinheiro, de falar e acaba que eles não contabilizam, vão ver no final do ano, na verdade eles gastaram R\$ 100.000,00 na gestão de tudo e eles acham que foi R\$ 5.000,00 que eles conseguiram e ai eles não conseguem planejar para o ano seguinte também pra ter essa reserva financeira, pra ir atrás de recursos.

**Nathália:** Ao idealizar o negócio você sentiu receio em não conseguir atingir os dois objetivos da empresa, que é gerar lucro e ter impacto social? Se sim, por quais motivos?

**Bianca:** Sim, e eu acho que é um dos principais desafios e eu também acho que é um pouco tabu, às vezes, tem muita gente que a gente vai conversar e a pessoa fala “Nossa, mas vocês ficam com uma porcentagem. Como assim? Toda doação não tinha que ir pra organização?” Então, acho que é muita resistência ainda de sociar o “pode dar dinheiro” e o social dar dinheiro é você conseguir se dedicar mais ao projeto ou negócio e conseguir gerar mais impacto, acho que as pessoas ainda não enxergam isso, então tem sempre esse receio de como as pessoas vão enxergar, principalmente aqui no Brasil, a nossa cultura é muito nesse sentido, se você vai pra Estados Unidos, Europa é super normal a pessoa ter um projeto social e ganhar com isso, porque é realmente necessário para a pessoa conseguir se dedicar. Então teve esse receio e também é muita gente, mesmo as pessoas que acreditam, tipo é legal, você pode ganhar um salário, mesmo que as pessoas não tenham essa resistência, as pessoas as vezes não acreditam, acho que meus pais sempre falavam isso, minha mãe “Nossa, mas vai ser muito difícil vocês conseguirem ganhar dinheiro com isso, vocês deviam fazer um concurso, deviam fazer tal coisa e trabalhar com isso na hora vaga”, e eu “Não mãe, a gente está fazendo exatamente pra não ser na hora vaga a gente quer conseguir ter lucro com o projeto exatamente pra gente conseguir se dedicar a ele full time”. E é possível, e eu acho que aqui, a gente ainda não tem essa cultura de negócio social, de empreendedorismo social como algo que não é só no tempo livre e que pode ser algo que realmente mantém e sustenta a pessoa. E no social, o principal desafio que eu vejo é mostrar que dinheiro não é ruim, não é algo errado. Tem que ter dinheiro, ele é necessário pra conseguir movimentar. Então não tem que ter medo de falar “Tá gerando dinheiro, a gente teve tanto de lucro esse mês, olha que legal que a gente conseguiu. A gente teve tudo isso de lucro e impacto, por causa desse lucro”, então mostrar que as duas coisas andam juntas e têm que andar juntas.

