

Outro aspecto que diferencia a Plataforma Meu Bolso em Dia das demais é oferecer conteúdos voltados para a melhoria da saúde financeira do usuário, e não sob a ótica da comercialização de produtos financeiros ou de posicionamento de marca de alguma instituição financeira. Foram contratados consultores independentes, com conhecimento em diversas áreas relacionadas à saúde financeira como planejadores financeiros, educadores, psicólogos, especialistas em atendimento a superendividados, por exemplo.

Outro diferencial fundamental é que a plataforma foi desenvolvida para que se obtenham conquistas, permitindo-se a troca por “incentivos” oferecidos por bancos. Essa troca acontece dentro da plataforma e é uma inovação dentro do ecossistema de ofertas de cursos e treinamentos de educação financeira.

O processo de construção da plataforma passou por diversas fases. Em 2020, foi constituído o modelo de governança do projeto. Posteriormente, houve diversas fases de desenvolvimento do produto, tais como a arquitetura de tecnologia e estrutura de acesso, o desenvolvimento dos perfis e modelos para engajamento dos usuários e desenho de trilhas de aprendizagem e montagem do piloto da plataforma. A fase de testes incluiu teste de guerrilha,<sup>1</sup> teste com usuários beta com nível de I-SFB mais baixos (público endividado), ajustes baseados na fase de testes, integrações e novos testes. Finalmente, a plataforma foi homologada e lançada oficialmente em novembro de 2021.

Em paralelo ao investimento no desenvolvimento técnico da ferramenta, foi traçada uma estratégia de comunicação. Foram lançadas duas campanhas nacionais: a primeira, em 2022, com o influenciador e profissional de bem-estar Marcio Atalla, além de influenciadores regionais e do canal Digital Favela, que teve como alcance<sup>2</sup> mais de 61 milhões de pessoas. Em 2023, a nova campanha foi estreada pelo ator e influenciador Leandro Hassum, um time de influenciadores regionais e o Digital Favela. Mais de 89 milhões de pessoas foram impactadas pela campanha reproduzida nas TVs abertas, nos canais por assinatura e nas redes sociais.

Desde seu lançamento oficial até a data de 22 de fevereiro de 2024, a Plataforma teve mais de 3,3 milhões de acessos,<sup>3</sup> sendo que 950 mil usuários únicos acessaram a página inicial da Plataforma (Figura 1) e mais de 170 mil pessoas se cadastraram para ter acesso às trilhas personalizadas de acordo com o diagnóstico do I-SFB e dos objetivos informados (sair das dívidas, comprar um imóvel, por exemplo). Do total de usuários cadastrados, 84% estão classificados nas faixas mais baixas de saúde financeira: ruim, muito baixa e baixa. A plataforma tem uma área chamada “**nosso número**” que mostra as principais estatísticas da ferramenta e é atualizada diariamente (figuras 2 e 3).

Figura 1 – Página inicial da trilha “Mapeie sua vida financeira”



- 1 O teste de guerrilha foi uma fase que visou checar com usuários escolhidos do público-alvo de endividados o conceito da Plataforma e seu fluxo de navegação. Foram feitas entrevistas aprofundadas com esses usuários, além de analisar o fluxo de navegação realizado. Os pilares da investigação foram o entendimento, a navegação, a atratividade e a usabilidade.
- 2 Número de pessoas que visualizaram o conteúdo das campanhas publicitárias, informado pela Febraban.