



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

LORENNA JOANNA LEAL NUNES

VALO: um aplicativo de educação financeira para jovens baseado na economia comportamental e no design centrado no usuário

Caruaru
2025

LORENNNA JOANNA LEAL NUNES

VALO: um aplicativo de educação financeira para jovens baseado na economia comportamental e no design centrado no usuário

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientador: Fábio Caparica de Luna

Caruaru

2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Leal Nunes, Loreнна Joanna.

VALO: um aplicativo de educação financeira para jovens baseado na economia comportamental e no design centrado no usuário / Loreнна Joanna Leal Nunes. - Caruaru, 2025.

90 p. : il., tab.

Orientador(a): Fábio Caparica de Luna

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. Design centrado no usuário. 2. Experiência do usuário. 3. Interface do usuário. 4. Educação financeira. 5. Economia comportamental. I. Caparica de Luna, Fábio. (Orientação). II. Título.

600 CDD (22.ed.)

LORENNA JOANNA LEAL NUNES

VALO: um aplicativo de educação financeira para jovens baseado na economia comportamental e no design centrado no usuário

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao Curso de Design do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 06/08/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Fábio Caparica de Luna (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Lucas Jose Garcia (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Luiz Sebastiao dos Santos Junior (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Escrever este trabalho é, para mim, um exercício de memória, afeto e gratidão. Chegar até aqui foi um percurso longo, marcado por mudanças, saudades, desafios e conquistas que moldaram não apenas a estudante, mas, sobretudo, a pessoa que me tornei.

Aos meus pais, minha base inabalável, meu amor eterno e meu abrigo nos dias bons e ruins, minha mais profunda gratidão. Obrigada por acreditarem em mim mesmo a 2.500 km de distância. Cada palavra de incentivo, cada ligação, cada silêncio compreensivo e gesto de cuidado foram essenciais para que eu encontrasse forças para seguir. Essa conquista é, sem dúvida, de vocês também.

À minha avó, que um dia me prometeu estar presente quando eu me formasse. Ainda que fisicamente ausente, sinto sua presença constante, como se me guiasse em silêncio, com amor. Essa vitória também é sua, vó.

Aos meus familiares e amigos, especialmente àqueles que caminharam comigo mais de perto, oferecendo apoio, escuta, carinho e companhia constante. Em especial, ao meu melhor amigo, com quem compartilho o cotidiano e muitos sonhos. Meu amor e gratidão eternos a cada um de vocês.

Aos amigos que a vida me deu em Caruaru, agradeço por tornarem a caminhada mais leve, divertida e cheia de aprendizados. Cada risada, cada abraço e cada conversa me fizeram sentir acolhida e em casa.

À cidade de Caruaru, que me acolheu e me transformou. Foi aqui que amadureci, enfrentei medos, sorri e me descobri. Hoje, sigo em frente levando comigo tudo o que aprendi neste lugar que sempre fará parte da minha história.

Ao professor Fábio Caparica, meu orientador, agradeço pelo apoio durante todo o projeto e pelas contribuições que ampliaram minha visão acadêmica e pessoal. Seu acompanhamento foi fundamental para a realização deste trabalho.

E, acima de tudo, agradeço a Deus. Obrigada por nunca me deixar só e por me mostrar que há propósito em cada passo.

Este trabalho é uma celebração de tudo o que amo — da vida, das pessoas e do design. Levo daqui muito mais do que um diploma: levo histórias, conexões, sonhos e a certeza de que escolhi a profissão certa. Obrigada por fazerem parte disso.

“Educar é apostar e infundir no presente a esperança aos que o sistema descarta.”
(Atribuída ao Papa Francisco).

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento do Valo, um aplicativo de educação financeira voltado a jovens brasileiros, com o objetivo de promover autonomia e hábitos financeiros mais conscientes. A pesquisa revelou que a maioria dos jovens carece de formação financeira estruturada e que fatores emocionais, culturais e comportamentais dificultam a gestão eficaz do dinheiro. O projeto seguiu os princípios do Design Centrado no Usuário (DCU) e da Economia Comportamental, aplicando métodos como pesquisa de mesa, grupo focal, entrevistas, benchmarking, prototipagem e testes de usabilidade. O Valo reúne funcionalidades que combinam controle financeiro, trilhas educativas e estímulos comportamentais para facilitar o aprendizado e incentivar mudanças de comportamento. Os testes apontaram forte identificação dos usuários com a proposta, além de sugerirem melhorias na linguagem e na arquitetura da informação. O resultado é um protótipo validado conceitualmente, com potencial de impacto social positivo.

Palavras-chave: Design centrado no usuário; Economia comportamental; Educação financeira; Experiência do Usuário; Interface do Usuário.

ABSTRACT

This project presents the development of Valo, a mobile application focused on financial education for young Brazilians, aiming to foster autonomy and more conscious financial habits. The research showed that most young people lack structured financial education and that emotional, cultural, and behavioral factors hinder effective money management. Guided by User-Centered Design (UCD) principles and Behavioral Economics, the project adopted methods such as desk research, focus groups, expert interviews, benchmarking, prototyping, and usability testing. Valo combines financial control features, educational tracks, and behavioral nudges to simplify learning and drive behavior change. Usability tests indicated strong user identification with the product and highlighted opportunities for improvement in language and information architecture. The outcome is a conceptually validated prototype with potential for positive social impact.

Keywords: Behavioral economics; Financial education; Mobile application; User Interface; UCD; User Experience.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Benchmarking de aplicativos de finanças pessoais.....	25
Figura 1 – Mapa de empatia.....	28
Figura 2 – Representação visual da persona Bruna Silva.....	30
Figura 3 – Representação visual da persona Artur Gonçalves.....	31
Figura 4 – “Como podemos”.....	33
Figura 5 – MoSCoW.....	35
Figura 6 – Mapa de funcionalidades.....	37
Figura 7 – Início.....	39
Figura 8 – Dinheiro.....	41
Figura 9 – Investir.....	43
Figura 10 – Educa.....	44
Figura 11 – Perfil.....	46
Figura 12 – Cores principais do Valo.....	52
Figura 13 – Aplicações do logotipo.....	53
Figura 14 – Aba Início.....	56
Figura 15 – Aba Gastos.....	58
Figura 16 – Aba Investir.....	60
Figura 17 – Aba Educa.....	62
Figura 18 – Aba Perfil (Bruna).....	64
Figura 19 – Aba Perfil (Artur).....	65
Figura 20 – Notificações.....	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – UMUX.....	49
----------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
1.1	OBJETIVOS.....	13
1.1.1	Objetivo geral.....	13
1.1.2	Objetivos específicos.....	13
1.2	JUSTIFICATIVA.....	13
2	PROJETO.....	15
2.1	METODOLOGIA.....	15
2.1.1	Primeira etapa: entendimento do problema.....	15
2.1.1.1	Grupo focal.....	15
2.1.1.2	Entrevistas com especialistas.....	16
2.1.1.3	Pesquisa de mesa (Desk research).....	16
2.1.1.4	Questionário de perfil.....	16
2.1.1.5	Benchmarking.....	16
2.1.2	Segunda etapa: geração e seleção de alternativas.....	17
2.1.2.1	Mapa de empatia.....	17
2.1.2.2	Personas.....	17
2.1.2.3	“Como podemos?” (How Might We).....	17
2.1.2.4	Matriz MoSCoW.....	17
2.1.2.5	Mapa de funcionalidade.....	18
2.1.3	Terceira etapa: teste e refino da solução.....	18
2.1.3.1	Protótipo de alta fidelidade.....	18
2.1.3.2	Teste de usabilidade.....	18
2.1.3.3	UMUX (Usability Metric for User Experience).....	18
2.1.4	Quarta etapa: implementação da solução.....	19
2.2	DESENVOLVIMENTO PROJETUAL.....	19
2.2.1	Primeira etapa: entendimento do problema.....	19
2.2.1.1	Grupo focal.....	20
2.2.1.2	Entrevistas com especialistas.....	20
2.2.1.3	Pesquisa de mesa (Desk research).....	22
2.2.1.3.1	<i>Panorama da educação financeira no Brasil.....</i>	<i>22</i>

2.2.1.3.2	<i>Economia comportamental e vieses cognitivos</i>	23
2.2.1.4	Questionário de perfil.....	24
2.2.1.5	Benchmarking.....	25
2.2.1.6	Definição do problema.....	27
2.2.2	Segunda etapa: geração e seleção de alternativas.....	27
2.2.2.1	Mapa de empatia.....	28
2.2.2.2	Personas.....	29
2.2.2.3	“Como podemos?” (How Might We).....	31
2.2.2.4	Matriz MoSCoW.....	33
2.2.2.5	Mapa de funcionalidades.....	36
2.2.3	Terceira etapa: teste e refino da solução.....	37
2.2.3.1	Protótipo de alta fidelidade.....	38
2.2.3.2	Teste de usabilidade.....	47
2.2.3.3	UMUX.....	48
2.2.4	Quarta etapa: implementação da solução.....	50
3	RESULTADOS E DISCUSSÕES	51
3.1	APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO.....	51
3.1.1	Nome do aplicativo.....	51
3.1.2	Identidade visual.....	51
3.1.3	Protótipo de alta fidelidade.....	53
3.2	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	67
3.3	TRABALHOS FUTUROS.....	68
3.4	CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS E PESSOAIS.....	69
3.5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
	REFERÊNCIAS	72
	APÊNDICE A – ROTEIRO GRUPO FOCAL	78
	APÊNDICE B – ROTEIRO ENTREVISTA COM ESPECIALISTA	80
	APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DE PERFIL	82
	APÊNDICE D – ROTEIRO TESTE DE USABILIDADE	88

1 INTRODUÇÃO

A educação financeira constitui uma competência essencial na vida contemporânea, impactando diretamente a capacidade dos indivíduos de planejar, tomar decisões conscientes e lidar com desafios econômicos. Apesar dessa relevância, os índices de letramento financeiro no Brasil ainda são baixos: apenas 16% dos brasileiros tiveram contato com educação financeira na escola ou faculdade (FUNPRESP-JUD, 2023), e somente 25% dos jovens realizam algum tipo de controle financeiro (AGÊNCIA BRASIL, 2019). Essa lacuna afeta especialmente os jovens de 15 a 29 anos, faixa etária que, em razão da inexperiência, da ausência de orientação estruturada e das pressões culturais imediatistas, apresenta maior vulnerabilidade a erros financeiros.

O cenário se agrava diante do acesso precoce ao crédito, da influência das redes sociais no comportamento de consumo e do avanço das novas tecnologias, fatores que estimulam escolhas impulsivas e de curto prazo (PROPMARK, 2024; ANBIMA, 2023). Dados recentes indicam que 59% dos brasileiros não sabem organizar seu orçamento (E-INVESTIDOR, 2024) e que apenas um terço da população conseguiu economizar em 2024 (ANBIMA, 2025). Entre os jovens, 47% da Geração Z não realizam nenhum tipo de controle das finanças pessoais (CNDL; SPC BRASIL; SEBRAE, 2025), o que evidencia a urgência de estratégias pedagógicas e tecnológicas mais eficazes.

Nesse contexto, destaca-se a Economia Comportamental, campo de estudo que combina psicologia e economia para compreender como as pessoas realmente tomam decisões financeiras, frequentemente de maneira diferente do que seria considerado "racional" (THALER, 2016; KAHNEMAN, 2012). Essa abordagem investiga vieses cognitivos e emocionais, como aversão à perda, excesso de confiança e preferência pelo presente, que influenciam diretamente a forma como os indivíduos gastam, poupam e investem (ARIELY, 2008; VALOR INVESTE, 2023; PUCPR, 2022). No Brasil, pesquisas já identificam o impacto desses vieses no planejamento financeiro de jovens, reforçando a necessidade de soluções que considerem tais aspectos subjetivos (LOPES; PAULA; SILVA, 2022; PEREIRA; EDUARDO; MELO, 2023).

Diante desse cenário, este projeto parte da hipótese de que a integração entre o Design Centrado no Usuário (DCU) e a Economia Comportamental pode

gerar soluções digitais mais eficazes para a educação financeira de jovens de 15 a 29 anos. Propõe-se, assim, o desenvolvimento de um protótipo de aplicativo voltado a estimular autonomia e decisões econômicas conscientes, considerando emoções, contextos sociais e fatores cognitivos.

Com base nas lacunas identificadas, a pesquisa é orientada pela seguinte pergunta-problema: como tornar a educação financeira mais prática, acessível e contextualizada para jovens entre 15 e 29 anos, levando em conta aspectos emocionais, cognitivos e socioeconômicos que impactam sua autonomia financeira?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver o protótipo de um aplicativo móvel que utiliza princípios da economia comportamental para melhorar a educação financeira de jovens, auxiliando-os na tomada de decisões econômicas mais conscientes e eficazes.

1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar os principais vieses comportamentais que influenciam negativamente as decisões financeiras dos jovens.
- Analisar aplicativos de educação financeira existentes, identificando lacunas e oportunidades com base na integração entre economia comportamental e design centrado no usuário.
- Projetar funcionalidades que incentivem mudanças no comportamento financeiro, como o monitoramento de gastos, construção de metas e análise de impulsos de consumo.
- Testar e validar a eficácia do protótipo por meio de pesquisas e feedback dos usuários, ajustando as funcionalidades conforme necessário.

1.2 JUSTIFICATIVA

A relevância deste estudo sustenta-se em três dimensões interligadas: social, educacional e econômica.

No âmbito social, os jovens são frequentemente expostos a decisões financeiras importantes sem contar com o apoio necessário para administrá-las com

eficiência, o que pode gerar ciclos de endividamento, falta de planejamento e insegurança econômica.

No aspecto educacional, a temática financeira costuma ser abordada de forma técnica e pouco acessível, distante da linguagem prática do cotidiano. A escassez de metodologias aplicáveis e ferramentas compatíveis com a realidade juvenil contribui para o afastamento do tema.

No campo econômico, jovens financeiramente educados tendem a alcançar maior estabilidade pessoal e a contribuir para o fortalecimento da economia de maneira mais consciente. Segundo estudo da OECD (2024), programas bem estruturados podem elevar a taxa de poupança das famílias em até 30% ao longo de duas décadas.

Portanto, este projeto visa responder a uma lacuna evidente por meio do desenvolvimento de um aplicativo educativo que considere a complexidade do tema e as particularidades do público jovem, estimulando o controle financeiro consciente entre jovens baseado em princípios acessíveis e emocionalmente inteligentes.

2 PROJETO

2.1 METODOLOGIA

Este projeto adota uma abordagem exploratória e descritiva, voltada à compreensão da interação entre o usuário, o artefato e o contexto de uso. Fundamenta-se nos princípios do Design de Interação (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005), Design de Interfaces Digitais (GARRETT, 2011) e Experiência do Usuário (NORMAN, 2006), aliados à Ergonomia (IIDA, 2005) e ao Design da Informação (LIMA, 2011).

Foi aplicada a metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU), conforme estruturada por Lowdermilk (2013), organizada em quatro etapas principais: (1) entendimento do problema, (2) geração de alternativas, (3) teste e refinamento, e (4) implementação. Trata-se de um processo iterativo, que prioriza as necessidades reais dos usuários e permite soluções mais eficazes, intuitivas e adaptadas ao contexto.

Selecionaram-se técnicas compatíveis com os objetivos e a abordagem do projeto, garantindo maior profundidade na investigação dos usuários e assertividade no desenvolvimento da solução proposta.

2.1.1 Primeira etapa: entendimento do problema

A etapa inicial busca investigar em profundidade o problema a ser solucionado, mapeando dores, comportamentos e necessidades dos usuários. A seguir, são apresentadas as técnicas utilizadas para orientar esse processo investigativo no projeto.

2.1.1.1 Grupo focal

O grupo focal é uma técnica qualitativa que reúne de seis a dez participantes com características semelhantes ao público-alvo. Mediado por um facilitador, o grupo discute percepções, experiências e comportamentos relacionados ao tema. Segundo Oliveira (2018, p. 105), a técnica revela significados subjetivos, crenças e padrões coletivos.

2.1.1.2 Entrevistas com especialistas

As entrevistas com especialistas é uma técnica qualitativa que consiste em conversas estruturadas ou semiestruturadas com profissionais experientes. Conforme Vergara (2016, cap. 7, p. 139), são indicadas para aprofundar o conhecimento sobre aspectos técnicos, identificar boas práticas e validar hipóteses. Essa técnica enriquece a análise de contexto e auxilia na identificação de oportunidades e limitações relevantes.

2.1.1.3 Pesquisa de mesa (Desk research)

A pesquisa de mesa consiste na coleta e análise de dados secundários (relatórios institucionais, estatísticas, artigos, sites oficiais, publicações especializadas). De acordo com Godoy (1995, p. 24), ela permite embasar teoricamente o projeto, identificar tendências e lacunas, além de construir uma base sólida de conhecimento.

2.1.1.4 Questionário de perfil

O questionário de perfil é um instrumento quantitativo estruturado que coleta dados sobre características sociodemográficas, hábitos, comportamentos e preferências do público-alvo. Segundo Gil (2019, p. 126), ele é especialmente útil para obter uma visão geral do público, identificar padrões de comportamento e segmentações importantes para o desenvolvimento de personas e estratégias de design.

2.1.1.5 Benchmarking

O benchmarking é uma análise sistemática de soluções existentes no mercado, com o objetivo de mapear boas práticas, identificar limitações recorrentes e explorar oportunidades de diferenciação. De acordo com Camp (1989, p. 14), essa técnica permite a comparação de funcionalidades, abordagens e experiências oferecidas por produtos similares, servindo como fonte de inspiração e de critérios de referência para o projeto.

2.1.2 Segunda etapa: geração e seleção de alternativas

Nesta etapa, são desenvolvidas possíveis soluções com base nos dados e insights coletados anteriormente e selecionadas. A diversidade de ideias contribui para a concepção de soluções inovadoras e alinhadas ao usuário.

2.1.2.1 Mapa de empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta visual que organiza o ponto de vista do usuário em seis dimensões: o que ele pensa e sente, vê, ouve, diz e faz, suas dores e seus ganhos. Segundo Osterwalder et al. (2015, p. 132), essa técnica facilita a compreensão profunda do usuário, favorecendo o design de soluções mais empáticas e personalizadas.

2.1.2.2 Personas

Personas são arquétipos fictícios baseados em dados reais, que representam grupos distintos de usuários com características, motivações e comportamentos similares. Conforme Pruitt e Adlin (2006, cap. 2, p. 33), seu uso orienta decisões de design ao manter o foco nas necessidades reais dos usuários ao longo do processo de desenvolvimento.

2.1.2.3 “Como podemos?” (How Might We)

A técnica “Como Podemos?” é uma abordagem de formulação de perguntas orientadoras que reformula problemas em oportunidades de design. Segundo Liedtka e Ogilvie (2011, cap. 4, p. 85), ela amplia o escopo criativo e estimula a geração de ideias inovadoras a partir de desafios identificados na etapa anterior.

2.1.2.4 Matriz MoSCoW

A matriz MoSCoW é um método de priorização que classifica funcionalidades em quatro categorias: Must (deve ter), Should (deveria ter), Could (poderia ter) e Won't (não será incluído por ora). De acordo com Clegg e Barker (1994, cap. 3, p. 52), essa técnica auxilia na gestão de escopo e garante o foco nas funcionalidades essenciais, otimizando o tempo e os recursos disponíveis.

2.1.2.5 Mapa de funcionalidade

O mapa de funcionalidades é uma representação visual das funções que um sistema ou produto deverá possuir. Segundo Buxton (2007, cap. 5, p. 112), ele ajuda a estruturar o produto, promovendo clareza na definição das interações, fluxos e prioridades do sistema com base nas necessidades dos usuários e nos objetivos do projeto.

2.1.3 Terceira etapa: teste e refino da solução

Após a geração das alternativas, esta fase visa validar e refinar a solução com base na experiência real dos usuários. O caráter iterativo permite ajustes contínuos e melhorias progressivas.

2.1.3.1 Protótipo de alta fidelidade

O protótipo de alta fidelidade é uma simulação interativa com alto nível de detalhamento visual e funcional, que se aproxima da experiência final do produto. Segundo Snyder (2003, cap. 6, p. 124), esse tipo de protótipo é ideal para testes com usuários, pois oferece uma experiência realista e facilita a coleta de feedbacks precisos sobre usabilidade e percepção do sistema.

2.1.3.2 Teste de usabilidade

O teste de usabilidade é uma técnica prática que envolve a observação de usuários reais interagindo com o produto. De acordo com Nielsen (1993, cap. 5, p. 109), essa avaliação permite identificar problemas de navegação, pontos de frustração e dificuldades cognitivas, possibilitando correções antes da implementação final.

2.1.3.3 UMUX (Usability Metric for User Experience)

É uma métrica padronizada que avalia a usabilidade percebida do sistema com base em quatro afirmações centrais: (1) "Este sistema é útil para o que preciso", (2) "Este sistema é fácil de usar", (3) "Eu consigo usar este sistema sem muita ajuda" e (4) "Este sistema atende às minhas necessidades". Conforme Finstad (2022, p. 18), é uma ferramenta eficaz e ágil para mensurar eficácia, eficiência e

satisfação do usuário, sendo ideal para ciclos iterativos de avaliação e aprimoramento em projetos de UX.

A métrica utiliza a escala de Likert, uma metodologia de mensuração psicométrica em que os respondentes indicam seu grau de concordância com cada afirmativa, em uma escala geralmente de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Essa abordagem facilita a quantificação de percepções subjetivas e a comparação entre diferentes versões de um sistema (GIL, 2019, p. 147).

2.1.4 Quarta etapa: implementação da solução

A última etapa se refere à implementação da solução. No entanto, conforme enfatiza Lowdermilk (2013), essa fase não representa um encerramento definitivo, mas sim o início de um ciclo contínuo de aprimoramento. O projeto permanece aberto a revisões e iterações futuras, à medida que novas necessidades dos usuários emergem ou mudanças no contexto de uso demandam adaptações.

Mais do que simplesmente lançar o produto, essa etapa exige atenção à consolidação da experiência projetada, garantindo que os aprendizados obtidos nas fases anteriores se traduzam em uma solução coerente, funcional e alinhada aos objetivos dos usuários. Para isso, é essencial acompanhar a recepção do produto no ambiente real, monitorar indicadores de uso e satisfação e manter canais abertos para feedbacks, que alimentam futuras melhorias. Assim, a implementação se consolida não como um ponto final, mas como um marco de transição para a evolução contínua da solução.

2.2 DESENVOLVIMENTO PROJETUAL

2.2.1 Primeira etapa: entendimento do problema

A fase inicial do projeto foi dedicada à investigação dos desafios enfrentados por jovens ao ingressarem na vida adulta e assumirem responsabilidades econômicas e profissionais. O objetivo foi mapear suas principais dificuldades em temas como vínculos empregatícios, direitos trabalhistas, contratos, precificação e, sobretudo, gestão financeira.

Durante essa etapa, foram realizados um grupo focal, entrevistas com especialistas, pesquisa de mesa, questionário de perfil e benchmarking. Essas

técnicas forneceram subsídios para compreender o contexto vivido pelos jovens e embasar a definição do escopo do projeto.

2.2.1.1 Grupo focal

Com o objetivo de compreender o problema a partir da perspectiva dos próprios jovens, foi realizado um grupo focal com sete participantes de perfis e regiões diversas. O encontro foi realizado de forma remota, via Google Meet, e seguiu um roteiro semiestruturado descrito no Apêndice A.

Durante a conversa, observou-se que todos os participantes iniciaram suas atividades profissionais ainda na adolescência, em geral de forma informal e sem qualquer orientação prévia. Relataram desconhecimento sobre documentos trabalhistas como contracheques e holerites, além de ausência de compreensão quanto aos seus direitos trabalhistas — conhecimentos que foram adquiridos, muitas vezes, na prática, por meio de experiências negativas ou prejuízos.

Quanto à gestão financeira, poucos participantes demonstraram familiaridade com conceitos como organização de despesas, planejamento ou investimentos. Gastar integralmente a renda mensal foi descrito como uma prática comum, marcada pelo descontrole e pela ausência de planejamento. As fontes de aprendizado sobre finanças se limitaram a redes sociais, colegas e familiares, frequentemente informais e pouco confiáveis. Nenhum dos participantes mencionou ter utilizado plataformas educativas estruturadas.

Entre os jovens autônomos e freelancers, surgiram dúvidas específicas quanto à precificação dos próprios serviços, à formalização de contratos e à proteção contra inadimplência. Esses relatos evidenciam que os desafios enfrentados pelos jovens envolvem não apenas a entrada no mercado de trabalho, mas também a ausência de preparo técnico e emocional para lidar com finanças pessoais.

2.2.1.2 Entrevistas com especialistas

Para validar e aprofundar a análise do problema, foram realizadas entrevistas com dois especialistas das áreas de Administração e Educação Financeira, ambos com ampla experiência em ensino superior e atuação prática. As entrevistas ocorreram de forma remota, via Google Meet, com base em um roteiro semiestruturado disponível no Apêndice B.

O primeiro entrevistado, referido como Especialista 1, é doutor e mestre em Administração, atua como professor universitário e gestor acadêmico, com interesses nas áreas de comportamento organizacional, gestão de pessoas, motivação, liderança e mentoria.

Durante a entrevista, o Especialista 1 destacou a existência de uma lacuna significativa na formação prática dos estudantes, até mesmo em cursos como Administração. Segundo ele, muitos concluem a graduação sem saber abrir um MEI, emitir nota fiscal ou compreender rotinas fiscais básicas. Em sua análise, há três gargalos principais: a deficiência da educação financeira, a burocracia trabalhista e uma cultura de consumo imediatista, herdada de gerações anteriores. Para ele, a educação financeira deve ser tratada como prioridade, por ser o problema mais estrutural e com maior capacidade de impactar diretamente a vida dos jovens. O especialista também destacou que a classe social influencia o acesso à informação e às práticas de gestão financeira, ampliando desigualdades socioeconômicas.

Foi a partir dessa entrevista que emergiu de forma mais clara a necessidade de delimitar o escopo do projeto. Ficou evidente que abordar simultaneamente os desafios do mercado de trabalho e da gestão financeira diluiria os esforços e comprometeria a efetividade da solução. Por esse motivo, decidiu-se concentrar o projeto exclusivamente na educação financeira, por ser a dor mais latente e com maior potencial de intervenção prática.

Diante disso, a segunda entrevistada, referida como Especialista 2, foi escolhida justamente por sua sólida atuação nessa área. Ela é mestre e doutoranda em Administração, especialista em Educação Financeira, investidora, professora e possui formação complementar em Finanças Comportamentais (em andamento). Sua trajetória combina conhecimento técnico, experiência prática e sensibilidade didática na abordagem de temas financeiros.

Durante a entrevista, a Especialista 2 argumentou que o principal obstáculo na educação financeira não é a ausência de conteúdo, mas a forma como ele é apresentado. Ainda que haja abundância de materiais disponíveis na internet, a falta de contexto e aplicabilidade prejudica sua efetividade. Para ela, decisões financeiras são fortemente influenciadas por fatores emocionais, fadiga mental, crenças familiares e o ambiente socioeconômico individual. Defensora da abordagem comportamental, recomendou a criação de soluções baseadas em micro-hábitos e estímulos simples (nudges), respeitando os comportamentos automáticos que regem

o cotidiano. Ressaltou, ainda, que começar pelos fundamentos básicos é mais eficaz do que tentar aplicar, de imediato, conteúdos técnicos ou avançados a um público que, muitas vezes, sequer domina os conceitos elementares.

2.2.1.3 Pesquisa de mesa (Desk research)

2.2.1.3.1 *Panorama da educação financeira no Brasil*

A pesquisa evidenciou uma lacuna estrutural na educação financeira do país, sobretudo entre os jovens. Apenas 16% dos brasileiros tiveram contato formal com o tema durante a escola ou faculdade (Funpresp-Jud, 2023). Entre jovens de 18 a 30 anos, apenas 25% realizam algum tipo de controle financeiro (Agência Brasil, 2019). Pesquisas da Anbima mostram que, embora um terço da população tenha conseguido economizar em 2024, ainda persiste uma baixa cultura de planejamento financeiro (Anbima, 2024; Anbima, 2025).

Corroborando esse cenário, levantamento do portal E-Investidor (2024) revelou que 59% dos brasileiros não sabem organizar o próprio orçamento doméstico, e muitos nunca receberam orientação formal sobre o tema. Essa ausência de formação se reflete em decisões desinformadas, dificuldade de planejamento e baixa capacidade de enfrentamento a imprevistos econômicos.

Em 2025, uma pesquisa conduzida pela CNDL/SPC Brasil, em parceria com o Sebrae, revelou que 47% dos jovens da Geração Z não realizam controle financeiro pessoal. Apesar do alto consumo de conteúdo sobre finanças nas redes sociais, o estudo conclui que informação nem sempre se transforma em conhecimento estruturado. Essa distância entre “saber que existe” e “saber aplicar” reforça a necessidade de formatos educativos mais envolventes, contextualizados e alinhados ao comportamento do público.

Além disso, o Banco Central do Brasil (2022; 2023) aponta que, apesar dos avanços na inclusão financeira, como maior acesso a contas bancárias e serviços digitais, ainda existe uma disparidade significativa entre o acesso e o letramento financeiro. Muitas pessoas utilizam produtos financeiros sem compreender plenamente seus riscos, custos e finalidades, o que compromete a qualidade das decisões econômicas no cotidiano.

Em síntese, os dados apontam para uma defasagem educacional e comportamental crítica: há um interesse crescente por temas como orçamento,

investimentos e finanças pessoais, mas ainda falta uma base estruturada, acessível e confiável.

2.2.1.3.2 Economia comportamental e vieses cognitivos

Além da falta de educação formal, os jovens enfrentam obstáculos subjetivos que afetam sua relação com o dinheiro. A economia comportamental busca explicar por que, mesmo com acesso à informação, muitas decisões financeiras são prejudiciais, reconhecendo que fatores emocionais, cognitivos e sociais influenciam nossas escolhas (THALER, 2016; KAHNEMAN, 2012). Esse campo, que une economia, psicologia e neurociência, investiga como heurísticas e vieses cognitivos afetam a tomada de decisão, fazendo com que as pessoas ajam com base em atalhos mentais, medo ou euforia, em vez de análises racionais.

Entre os principais vieses financeiros dos jovens estão: o viés do presente, que prioriza recompensas imediatas e dificulta poupar ou investir; a aversão à perda, em que a dor de perder é mais intensa que o prazer de ganhar; e o excesso de confiança, que leva à superestimação da capacidade de gestão financeira. Há também o efeito manada, potencializado por redes sociais e influenciadores, e o FOMO (Fear of Missing Out), que motiva decisões impulsivas para não “ficar de fora”. O otimismo irreal faz com que subestimem riscos futuros, enquanto a contabilidade mental leva a tratar “dinheiro extra” como verba livre mesmo em caso de dívidas (GOEKING, 2022; ANBIMA, 2024).

Outros vieses relevantes incluem: viés de confirmação (busca por informações que reforçam crenças), ancoragem (decisões baseadas em referências iniciais irrelevantes), falácia do jogador (acreditar que perdas anteriores afetam eventos futuros), viés de familiaridade (preferência por estratégias conhecidas mesmo ineficazes), viés de retrospectiva (achar que eventos passados eram previsíveis), viés de autosserviço (atribuir sucessos ao próprio mérito e fracassos a fatores externos) e viés de sobrevivência (foco apenas em histórias de sucesso).

Além desses, há vieses que se intensificam em ambientes digitais: viés da recompensa (busca por gratificação imediata), escassez (sensação de urgência), procrastinação (adiar decisões importantes), miopia temporal (dificuldade em planejar a longo prazo), compromisso (persistir em comportamentos assumidos), aversão à informação (evitar dados desconfortáveis), ilusão de conhecimento

(confundir familiaridade com domínio), impulsividade (compras por impulso) e esquecimento (falta de acompanhamento de contas e hábitos).

Compreender esses padrões é essencial para criar estratégias educativas que considerem não apenas o conhecimento técnico, mas também os comportamentos reais dos indivíduos.

2.2.1.4 Questionário de perfil

Em seguida, foi elaborado um questionário com o objetivo de aprofundar a compreensão sobre os hábitos, percepções e dificuldades enfrentadas por jovens em relação ao uso do dinheiro. A pesquisa foi aplicada por meio da plataforma Google Forms e obteve 97 respostas. Os gráficos com os dados completos estão disponíveis no Apêndice C.

A maioria dos respondentes (60,82%) está na faixa etária entre 18 e 24 anos, enquanto 59,79% possuem renda mensal de até R\$ 3.000. Quanto à ocupação, os principais perfis identificados foram trabalhadores com carteira assinada (39,18%), estudantes (27,84%) e profissionais autônomos (14,43%).

No que se refere ao aprendizado sobre finanças, apenas 6,2% dos participantes afirmaram ter tido contato com o tema durante o período escolar. Em contrapartida, 59,8% relataram ter aprendido por conta própria, geralmente por meio de experiências pessoais, conteúdos informais e influência de familiares. Além disso, 23,7% declararam nunca ter recebido qualquer tipo de orientação, seja formal ou informal, o que evidencia a fragilidade da formação financeira neste grupo.

Em relação aos comportamentos financeiros, 66% afirmaram que costumam registrar seus gastos, mas apenas 18,6% o fazem de forma regular e detalhada. Um dado importante é que 25,8% dos jovens relataram sentir estresse ou ansiedade em relação ao dinheiro, revelando um vínculo emocional significativo. Quando questionados sobre os motivos que os impedem de economizar, os participantes apontaram como principais barreiras o salário baixo aliado a despesas altas (46,4%), a falta de planejamento (21,6%) e as compras por impulso (14,4%).

As principais dificuldades financeiras citadas foram investir para o futuro (58,8%), economizar dinheiro (52,6%), organizar os gastos do mês (47,4%) e controlar compras impulsivas (28,9%). Esses dados indicam um padrão de gestão fragilizado, com ausência de estratégias de longo prazo.

Quanto aos desejos e interesses, os participantes demonstraram grande abertura para aprender mais sobre o tema. As respostas mais recorrentes incluíram o desejo de adquirir mais conhecimento sobre finanças (57,7%), receber dicas práticas e aplicáveis à sua realidade (50,5%) e utilizar ferramentas que os ajudem a organizar o dinheiro (43,3%). Cinco participantes também indicaram, de forma espontânea, que gostariam de ter uma renda maior como forma de solucionar parte de seus problemas financeiros.

Esses dados reforçam os achados das etapas anteriores da pesquisa e confirmam que a educação financeira, para a maior parte dos jovens brasileiros, ainda ocorre de forma autodidata, fragmentada e pouco estruturada. Mesmo entre os que demonstram interesse pelo tema, a ausência de referências confiáveis, recursos acessíveis e metodologias adaptadas à realidade juvenil impede o desenvolvimento de práticas financeiras conscientes e sustentáveis. O questionário foi essencial para validar o foco da proposta e fornecer insumos objetivos para a definição de soluções mais alinhadas às dores e expectativas do público-alvo.

2.2.1.5 Benchmarking

Como parte do processo de aprofundamento do entendimento do problema, foi realizada uma análise comparativa de soluções digitais já disponíveis no mercado que se propõem a apoiar o controle e a organização financeira pessoal. Essa etapa teve como objetivo verificar se a lacuna identificada — a ausência de uma educação financeira prática, acessível e contextualizada para jovens — já está sendo endereçada de forma satisfatória por aplicativos existentes. A análise também permitiu mapear as abordagens predominantes, os recursos mais comuns, e, principalmente, os limites das soluções atuais diante das necessidades observadas durante as etapas qualitativas e quantitativas da pesquisa.

Quadro 1 – Benchmarking de aplicativos de finanças pessoais

Aplicativo	Recursos principais	Pontos positivos	Pontos negativos
Mobills	Open banking, metas, gráficos, alertas	Recursos variados; integração com bancos; visão clara de gastos	Muitos recursos pagos; falta de foco em educação; alguns bugs relatados
Monefy	Lançamentos manuais rápidos, categorias por	Interface simples e intuitiva; boa	Pouca profundidade; não oferece dicas ou

	ícones	categorização visual	educação financeira
Money Lover	Gráficos, metas, carteiras múltiplas, sincronização em nuvem	Visual moderno; diversas funcionalidades de gestão	Versão gratuita bastante limitada; ausência de conteúdo educativo contextual
Organizze	Contas a pagar, agendamento de faturas, alertas	Design limpo; facilidade de uso; bom controle mensal	Recursos limitados na versão gratuita; ausência de conteúdos educativos
Serasa	Score de crédito, alertas de CPF, ofertas financeiras	Confiabilidade da marca; foco em proteção e nome limpo	Foco em crédito e produtos; não oferece orientação prática ou educação financeira
Wallet App	Sincronização bancária, múltiplas moedas, orçamento por metas	Boa usabilidade; recursos visuais atrativos; opções de planejamento	Interface em inglês; recursos mais avançados são pagos;

Fonte: Autoria própria (2025).

A análise evidencia que o mercado já dispõe de ferramentas que auxiliam o usuário a visualizar gastos, estabelecer metas e planejar o orçamento. No entanto, nenhuma das soluções investigadas integra, de forma efetiva, educação financeira contextualizada com estímulos comportamentais voltados à formação de hábitos. Em sua maioria, os aplicativos atuam como sistemas de registro e controle, sem promover reflexão crítica, orientação prática ou suporte formativo ao desenvolvimento da autonomia financeira.

Além disso, muitos dos recursos mais úteis estão disponíveis apenas em versões pagas, o que representa uma barreira especialmente para jovens em início de vida financeira. Outro ponto importante é que a linguagem, o conteúdo e o formato de navegação desses aplicativos não são adaptados ao cotidiano e à realidade emocional do público jovem, o que limita seu engajamento e permanência no uso.

Dessa forma, o benchmarking confirma a hipótese inicial de que a lacuna identificada não está plenamente solucionada pelas ferramentas existentes. As principais limitações identificadas incluem a ausência de conteúdos educativos aplicáveis, restrições de acesso a recursos úteis em versões gratuitas e linguagem pouco adaptada à realidade e aos hábitos do público jovem.

2.2.1.6 Definição do problema

Com base nas evidências obtidas, definiu-se como problema central deste projeto a ausência de uma educação financeira prática, acessível e contextualizada para jovens. Esse cenário é agravado por fatores cognitivos, emocionais e socioeconômicos que dificultam o desenvolvimento de autonomia financeira e comprometem a tomada de decisões conscientes em relação ao uso do dinheiro.

O público-alvo do projeto foi delimitado com base em critérios etários — jovens entre 15 e 29 anos — considerando que, independentemente de variáveis como escolaridade, ocupação ou classe social, essa faixa etária compartilha desafios comuns relacionados à gestão do dinheiro, tomada de decisões financeiras e busca por autonomia econômica.

A baixa incidência de educação financeira formal, a influência de vieses cognitivos, a informalidade das fontes de aprendizado e a falta de ferramentas adaptadas à realidade dos jovens brasileiros contribuem para a desorganização financeira, o endividamento e a dificuldade de planejamento. A compreensão desses fatores reforça a urgência de soluções que considerem as especificidades desse público e promovam mudanças reais de comportamento.

2.2.2 Segunda etapa: geração e seleção de alternativas

A partir da análise dos dados coletados na etapa anterior, teve início a fase de geração e seleção de alternativas de solução. O objetivo principal desta etapa foi transformar os achados das pesquisas em propostas tangíveis que respondessem às necessidades identificadas entre os jovens no que diz respeito à educação e autonomia financeira.

Inicialmente, foram construídos o mapa de empatia e as personas, que auxiliaram na compreensão profunda do comportamento, das dores e dos desejos do público-alvo. Em seguida, por meio da técnica “Como podemos?”, foram elaboradas perguntas norteadoras que impulsionaram a geração de ideias com foco nos pilares de educação, comportamento, usabilidade e autonomia. As ideias resultantes dessa dinâmica foram então organizadas e priorizadas com o auxílio da matriz MoSCoW, estabelecendo os elementos essenciais para a solução. Por fim, as funcionalidades classificadas como prioritárias deram origem ao mapa de funcionalidades, que orientou a estrutura da arquitetura da informação do protótipo.

2.2.2.1 Mapa de empatia

A fim de aprofundar a compreensão das emoções, comportamentos e contextos do público-alvo, foi elaborado um mapa de empatia com base nos dados coletados por meio do questionário de perfil. Essa técnica permitiu visualizar, de forma empática e estruturada, os principais aspectos que influenciam a relação dos jovens com o dinheiro.

Figura 1 – Mapa de empatia

Nome: _____ Idade: _____

o que
PENSA E SENTE?

o que
OUVÊ?

o que
VÊ?

o que
FALA E FAZ?

quais são as DORES?

quais são as NECESSIDADES?

Fonte: RD STATION (2025).

O que vê: realidade financeira instável no seu entorno (amigos, familiares, vizinhos também endividados ou sem organização); influenciadores digitais falando sobre finanças, mas de forma superficial ou distante de sua realidade; aplicativos financeiros que parecem úteis, mas são complexos, pagos ou pouco aplicáveis à sua rotina; exposição constante a consumo nas redes sociais, com foco em estética, status e recompensas imediatas.

O que ouve: familiares dizendo que “dinheiro é difícil”, “é melhor gastar antes que acabe”; colegas reforçando comportamentos impulsivos: “parcelar é de boas”, “todo mundo tá no limite do cartão”; alguns conselhos práticos vindos de redes sociais, mas misturados com desinformação ou promessas irreais de “ficar rico rápido”.

O que fala e faz: diz que quer “organizar melhor a vida financeira”, “guardar um dinheirinho”, “não depender dos outros”; tenta anotar gastos ou usar planilhas/apps, mas abandona por achar complicado ou por esquecer; fala que “não dá pra guardar dinheiro porque ganha pouco”, ou “não sobra nada no fim do mês”; realiza compras por impulso como forma de recompensa emocional ou alívio de frustrações.

O que pensa e sente: sente-se inseguro sobre o futuro e tem medo de “nunca sair do sufoco”; sente vergonha por não saber lidar com finanças ou por depender da família; tem ansiedade quando pensa em boletos, dívidas ou imprevistos; deseja ter controle, independência e tranquilidade, mas sente que “ninguém ensina isso direito”; acredita que falta conhecimento, mas também ferramentas simples e apoio contínuo.

Quais são as dores: não sabe como começar a se organizar financeiramente; não consegue manter uma rotina de controle financeiro; tem dificuldade de economizar, mesmo quando tenta; é influenciado por emoções, cansaço e ambiente a tomar decisões ruins com dinheiro.

Quais são as necessidades: quer aprender a lidar com dinheiro de forma prática e gradual; busca dicas e ferramentas que façam sentido na sua rotina e no seu orçamento; quer ter mais clareza sobre como cobrar por um serviço, o que fazer com o salário, como se proteger de calotes; deseja estabilidade e liberdade para tomar decisões com mais segurança; valoriza soluções simples, rápidas, acessíveis e que gerem progresso visível.

2.2.2.2 Personas

Seguindo com o aprofundamento da compreensão dos usuários e visando mantê-los no centro das decisões de projeto, foram elaboradas duas personas que consolidam os aprendizados obtidos na pesquisa e representam diferentes realidades socioeconômicas e desafios na gestão do dinheiro.

A primeira persona é Bruna Silva, 22 anos, que mora em Recife (PE) com a mãe e dois irmãos. Trabalha com carteira assinada em uma loja de roupas, recebendo R\$ 1.400 por mês. Sua renda é destinada principalmente a despesas básicas e contribuições com a casa. Bruna aprendeu sobre finanças de forma autodidata, consumindo conteúdos em redes sociais como TikTok e Instagram. Tenta anotar gastos em cadernos ou planilhas, mas acaba esquecendo ou perdendo o

hábito. Relata ansiedade com boletos e culpa por não conseguir guardar dinheiro. Seu principal objetivo é conquistar mais independência financeira, poder comprar seu apartamento e realizar sonhos pessoais sem depender de familiares.

Figura 2 – Representação visual da persona Bruna Silva



Fonte: Gerada por IA na plataforma Motiff (2025).

Já a segunda persona, Artur Gonçalves, tem 25 anos e vive em Osasco (SP), onde divide aluguel com um amigo. É designer gráfico e formalizou-se como MEI há cerca de 1 ano para emitir notas fiscais aos seus clientes fixos. Aos finais de semana, complementa a renda fazendo entregas por aplicativo, o que ele declara como atividade secundária informal. Seu faturamento mensal gira em torno de R\$ 2.800,00, mas ainda varia bastante, o que gera insegurança para organizar as finanças. Já tentou usar vários aplicativos de controle financeiro, mas achou muitos confusos ou com funcionalidades pagas que não se encaixam na sua realidade. Artur costuma gastar por impulso quando está estressado e raramente consegue guardar dinheiro ao fim do mês. Apesar disso, tenta investir pequenas quantias em

CDBs, por serem opções que entende e considera mais seguras, embora sinta que falta conhecimento para explorar outras possibilidades de investimento e tomar decisões com mais confiança. Ele se sente frustrado por não ver progresso financeiro, mas está motivado a organizar melhor seu dinheiro, ganhar estabilidade e investir no próprio negócio, seja comprando equipamentos melhores, formalizando uma marca ou ampliando sua rede de clientes.

Figura 3 – Representação visual da persona Artur Gonçalves



Fonte: Gerada por IA na plataforma Motiff (2025).

Essas personas sintetizam comportamentos recorrentes e revelam a necessidade de soluções acessíveis, empáticas e funcionais que considerem tanto os aspectos emocionais quanto estruturais que impactam o uso consciente do dinheiro entre os jovens.

2.2.2.3 “Como podemos?” (How Might We)

A técnica de “Como podemos?” foi aplicada com o objetivo de gerar alternativas para a solução do problema identificado. A partir da análise dos dados

obtidos até o momento, foram definidos quatro pilares de solução: educação (ensinar finanças de forma prática, acessível e conectada com o cotidiano dos jovens), comportamento (estimular hábitos saudáveis e decisões conscientes, considerando fatores emocionais), usabilidade (oferecer ferramentas simples, intuitivas e de fácil adoção) e autonomia (apoiar o jovem a tomar decisões e controlar sua vida financeira com segurança).

Com base nesses pilares, elaboraram-se perguntas norteadoras que orientaram a dinâmica de ideação. As perguntas foram: (1) Como podemos tornar o aprendizado financeiro mais direto e útil para o cotidiano? (2) Como podemos ajudar o jovem a desenvolver autocontrole financeiro? (3) Como podemos tornar o controle financeiro algo simples e sustentável? e (4) Como podemos apoiar o jovem na conquista da autonomia financeira?

A dinâmica resultou na produção de 68 ideias, distribuídas da seguinte forma: 16 ideias relacionadas ao pilar da educação, 18 ao pilar do comportamento, 17 ao pilar da usabilidade e 17 ao pilar da autonomia. As ideias foram posteriormente agrupadas por similaridade temática, permitindo identificar padrões e caminhos para desenvolvimento de soluções. Essa atividade foi essencial para transformar achados abstratos em propostas tangíveis e iniciar o processo de materialização da solução.

Figura 4 – “Como podemos”



Fonte: Autoria própria (2025).

2.2.2.4 Matriz MoSCoW

Após a etapa de ideação, foi aplicada a técnica de priorização MoSCoW, com o objetivo de classificar e organizar as alternativas de solução geradas, orientando a definição da solução mínima viável (MVP). A categorização das ideias geradas considerou critérios como relevância para o público-alvo, viabilidade técnica e alinhamento com os objetivos do projeto.

As funcionalidades consideradas essenciais foram incluídas na categoria Must Have, como a presença de linguagem acessível, conteúdos visuais e objetivos, orientações práticas sobre controle financeiro básico, ferramentas simples para acompanhar hábitos de consumo, metas comportamentais, caixinhas, conteúdos

educacionais, estímulos à construção de uma mentalidade financeira saudável e notificações para organização de gastos semanais.

Na categoria Should Have, foram alocadas funcionalidades importantes, mas não indispensáveis no MVP, como trilhas de conhecimento personalizadas, sistema de recompensas baseado em frequência de uso e tutoriais interativos.

A categoria Could Have incluiu ideias complementares que agregariam valor à experiência, mas que não impactam diretamente o propósito da solução, como fóruns para trocas entre usuários, integração com redes sociais, envio de notícias econômicas, metas coletivas com amigos e simulações de escolhas financeiras futuras.

Por fim, a categoria Will Not Have abrangeu funcionalidades com alto grau de complexidade ou baixa relevância percebida, como conteúdos sobre investimentos avançados, gamificação complexa e integração com sistemas bancários externos.

Figura 5 – MoSCoW



Fonte: Autoria própria (2025).

2.2.2.5 Mapa de funcionalidades

Com base nas funcionalidades priorizadas como Must Have na matriz MoSCoW, foi desenvolvido um mapa de funcionalidades que organiza, de forma hierárquica, a estrutura da solução proposta. O objetivo dessa etapa foi visualizar com clareza os componentes principais e estabelecer uma base sólida para a definição da arquitetura da informação e o desenvolvimento do protótipo.

A arquitetura da informação, neste contexto, refere-se à forma como os conteúdos e funcionalidades são estruturados e apresentados dentro da interface digital. Ela tem como finalidade principal facilitar o acesso às informações, garantindo que o usuário compreenda com facilidade a navegação, o propósito de cada funcionalidade e a lógica do sistema. Uma arquitetura da informação bem estruturada é essencial para proporcionar uma experiência fluida, intuitiva e centrada no usuário, especialmente em soluções voltadas a públicos que apresentam limitações técnicas ou emocionais na relação com finanças.

A representação visual concentra-se na tela inicial do aplicativo, a partir da qual se desdobram cinco áreas principais: Início, Controle de Gastos, Investimentos, Educação Financeira e Perfil do Usuário. Cada uma dessas áreas contempla funcionalidades que respondem diretamente às necessidades, comportamentos e limitações identificadas nas etapas de pesquisa.

No "Início", o usuário encontra um painel com os principais indicadores do dia, como afazeres (contas a pagar), progresso financeiro, banners promocionais, dicas e campanhas educativas, além de um registro de humor que permite associar estados emocionais ao comportamento financeiro.

Em "Controle de Gastos", estão disponíveis filtros para análise personalizada, alertas de gastos, agenda financeira, distribuição e análise gráfica das despesas por categoria, além de funcionalidades para visualizar transações, consultar saldos e organizar despesas fixas e variáveis.

A aba de "Investimentos", também estão disponíveis filtros, além de apresentar o patrimônio total, quanto rendeu, apresenta informações detalhadas sobre ativos, notícias atualizadas do mercado e um simulador de juros simples.

Já em "Educação Financeira", o usuário pode acessar conteúdos educativos com base em filtros personalizados, cursos em andamento ou concluídos,

certificados e trilhas de aprendizado vinculadas ao seu perfil e comportamento no aplicativo.

Por fim, na aba "Perfil do Usuário", reúnem-se informações sobre a situação financeira e dados pessoais, como ocupação, renda, score, perfil de investidor, além de ferramentas de controle como metas, caixinhas de economia, modo compra consciente, bloqueios preventivos e alertas. Também é possível ver as configurações gerais, segurança e suporte.

Figura 6 – Mapa de funcionalidades



Fonte: Autoria própria (2025).

2.2.3 Terceira etapa: teste e refino da solução

A terceira etapa do processo metodológico corresponde ao momento de teste e refino da solução, com foco na validação prática das decisões de design tomadas até então. Nesta fase, foi desenvolvido um protótipo interativo de alta fidelidade com o objetivo de simular o funcionamento do aplicativo e possibilitar a avaliação da experiência do usuário. Em seguida, foram conduzidas atividades de teste de usabilidade e aplicação da escala UMUX. Os feedbacks obtidos subsidiaram

melhorias na interface e nos fluxos do aplicativo, contribuindo para tornar a solução mais intuitiva, relevante e centrada nas necessidades reais dos jovens.

2.2.3.1 Protótipo de alta fidelidade

Após a definição das funcionalidades, iniciou-se a construção do protótipo de alta fidelidade, o qual permitiu simular a experiência de uso do aplicativo, possibilitando a validação de hipóteses, a detecção de pontos de melhoria e a comunicação clara da proposta da solução. Nesta fase, foram desenvolvidas as cinco telas principais, porém com nomes mais resumidos: Início, Dinheiro, Investir, Educa e Perfil.

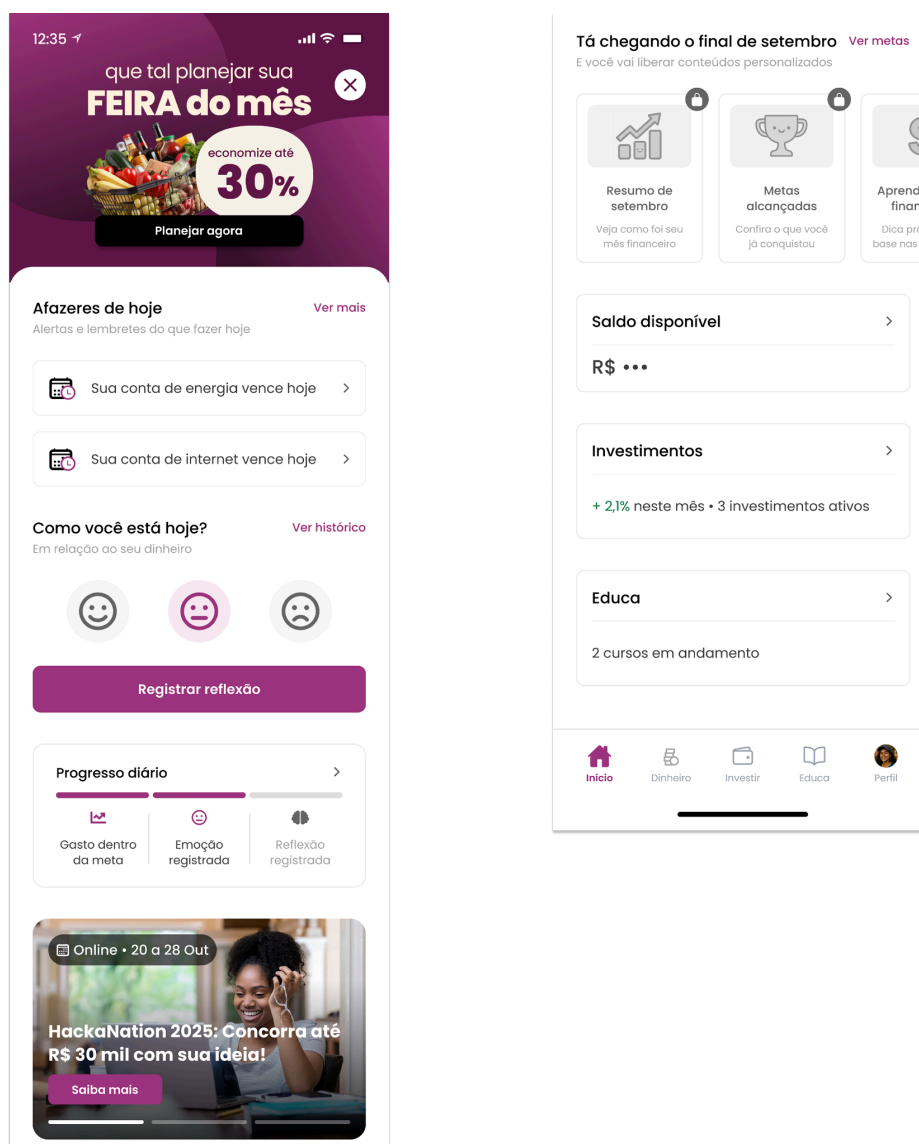
Além da abordagem centrada no usuário, o projeto incorporou fundamentos da economia comportamental com foco na mitigação dos vieses cognitivos mais recorrentes entre os jovens brasileiros, conforme identificado na etapa da pesquisa de mesa. Esses vieses orientaram a lógica funcional e visual das telas, promovendo interações mais conscientes e sustentáveis.

Por se tratarem de interfaces verticais projetadas para dispositivos móveis, as telas do protótipo foram divididas em duas partes para fins de exibição neste trabalho: a seção superior e a seção inferior. Essa divisão foi adotada exclusivamente para fins de visualização no formato de página, mantendo a integridade da experiência original, que foi pensada para navegação contínua no ambiente mobile. As imagens correspondentes a cada aba encontram-se ao final dos parágrafos descritivos, nomeadas e numeradas conforme sua sequência.

Na aba Início, o usuário tem acesso a um painel integrado com indicadores do dia, alertas personalizados e ferramentas reflexivas. Logo no topo, uma seção destacada sugere o planejamento da feira do mês, utilizando estímulos visuais e percentuais de economia para ativar o sistema de recompensa, despertando a ação com base em ganhos potenciais. Essa abordagem busca contornar a procrastinação típica do viés do presente, ao apresentar vantagens tangíveis e imediatas. Em seguida, são exibidos os afazeres do dia, com lembretes de contas que vencem no dia atual. Essa funcionalidade favorece o senso de urgência e organização, reduzindo esquecimentos e aumentando o controle financeiro. A seção “Como você está hoje?”, que permite o registro do humor financeiro por meio de emojis, além do registro de reflexão promove a conexão entre emoções e decisões econômicas. A combinação entre dados e emoções permite atuar sobre o viés da racionalização,

incentivando a autoconsciência e a autorregulação, além de fazer com que a solução tenha mais informações sobre o usuário para ajustar comunicações. O progresso diário visualiza o cumprimento das metas de gasto, registro emocional e reflexões, reforçando pequenos avanços diários e ativando mecanismos de motivação intrínseca. Ainda na parte inferior, há banners promocionais, blocos travados com conteúdos que serão liberados ao final do mês, como metas alcançadas, resumo financeiro e dicas de aprendizado (esse modelo de desbloqueio estimula a curiosidade e o engajamento contínuo, combatendo a inércia). Por fim, são apresentados os resumos de saldo disponível, investimentos e cursos em andamento, promovendo uma visão holística do mês.

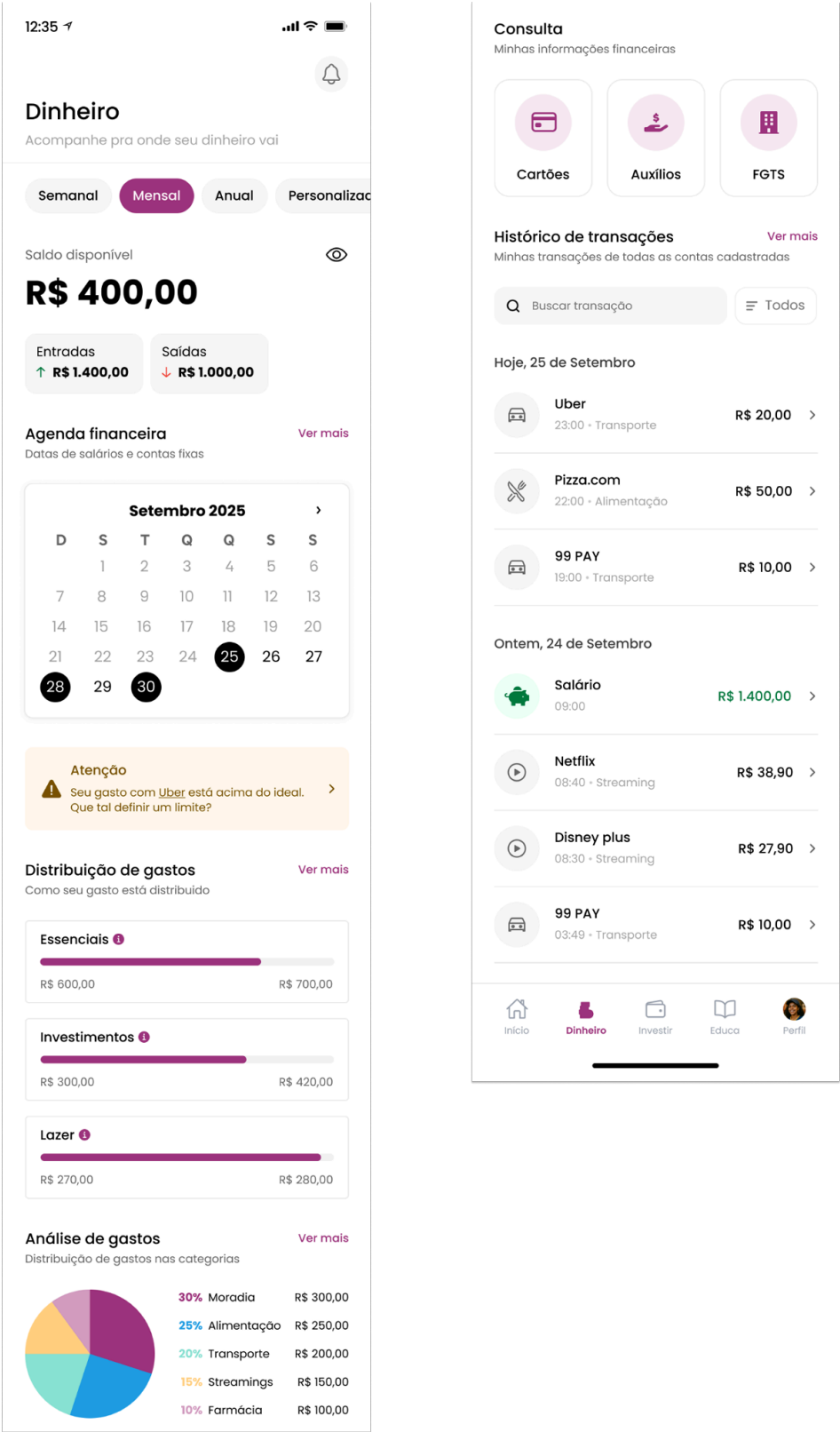
Figura 7 – “Início”



Fonte: Autoria própria (2025).

A aba Dinheiro concentra as funcionalidades de controle orçamentário e análise de gastos. No topo, o usuário pode alternar entre visualizações semanal, mensal, anual ou personalizada, adaptando o acompanhamento ao seu perfil. Logo abaixo, há o saldo disponível, acompanhado do resumo de entradas e saídas do mês, reforçando a importância do monitoramento contínuo. A agenda financeira marca visualmente datas de pagamento e recebimentos, auxiliando no planejamento antecipado e evitando decisões impulsivas. Um aviso inteligente alerta para gastos acima da média com Uber, por exemplo, promovendo a autorregulação e a definição de metas específicas. A distribuição de gastos aparece em dois formatos: barras por categoria (essenciais, investimentos e lazer) e gráfico de pizza com percentuais de cada subcategoria, como moradia, alimentação e transporte, essa visualização reduz o viés da contabilidade mental e confronta percepções imprecisas com dados reais. Na seção Consulta, o usuário pode acessar informações financeiras específicas por tipo (cartões, auxílios, FGTS), centralizando dados em um único local. Por fim, o histórico de transações (com possibilidade de busca e filtros), categorizados automaticamente e organizados por horário, aumentando a clareza e facilitando a revisão de hábitos.

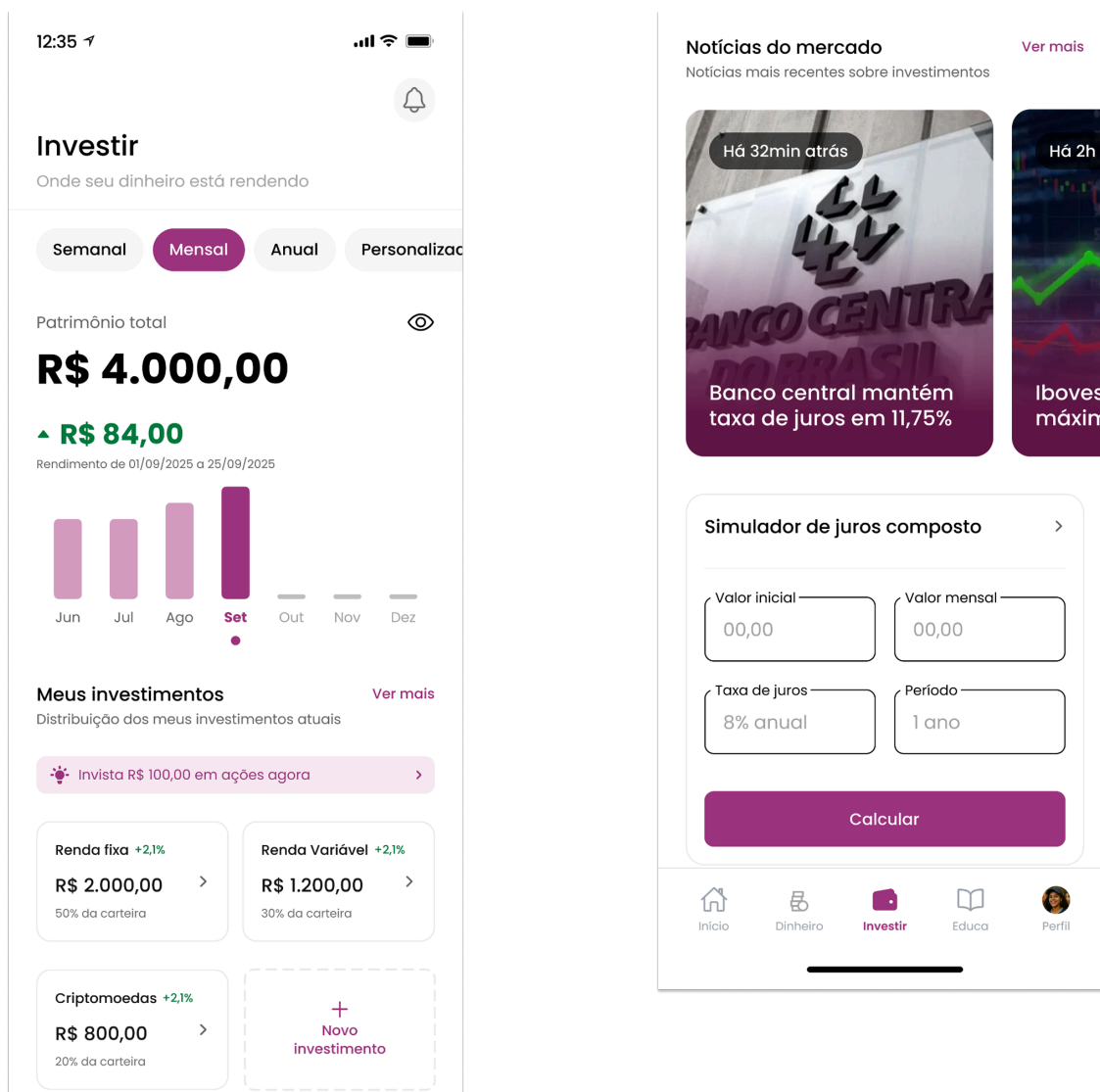
Figura 8 – “Dinheiro”



Fonte: Autoria própria (2025).

A aba Investir foi projetada para apresentar o universo dos investimentos de maneira acessível, segura e estimulante. No topo o usuário também pode alternar entre visualizações semanal, mensal, anual ou personalizada, e posteriormente, é exibido o patrimônio total, com o rendimento acumulado no período e um gráfico evolutivo, favorecendo a visualização do rendimento e a valorização do comportamento consistente. Na seção Meus investimentos, é possível ver a distribuição da carteira por tipo de ativo (renda fixa, variável e criptomoedas), com percentuais e valores atualizados, essa clareza contribui para combater o viés do excesso de confiança e da diversificação ilusória, seguido por um botão para o usuário criar um novo investimento, dentro dessa seção, também existe uma notificação de sugestão rápida (“Invista R\$ 100,00 em ações agora”) atua como gatilho de ação, incentivando o próximo passo com base no perfil do usuário. A área de notícias do mercado mantém o usuário informado sobre as variações econômicas de forma contextualizada e atual. Por fim, o simulador de juros compostos permite calcular rendimentos com base em diferentes valores, períodos e taxas, facilitando a construção de objetivos futuros e reduzindo o viés de subestimação do crescimento exponencial.

Figura 9 – “Investir”



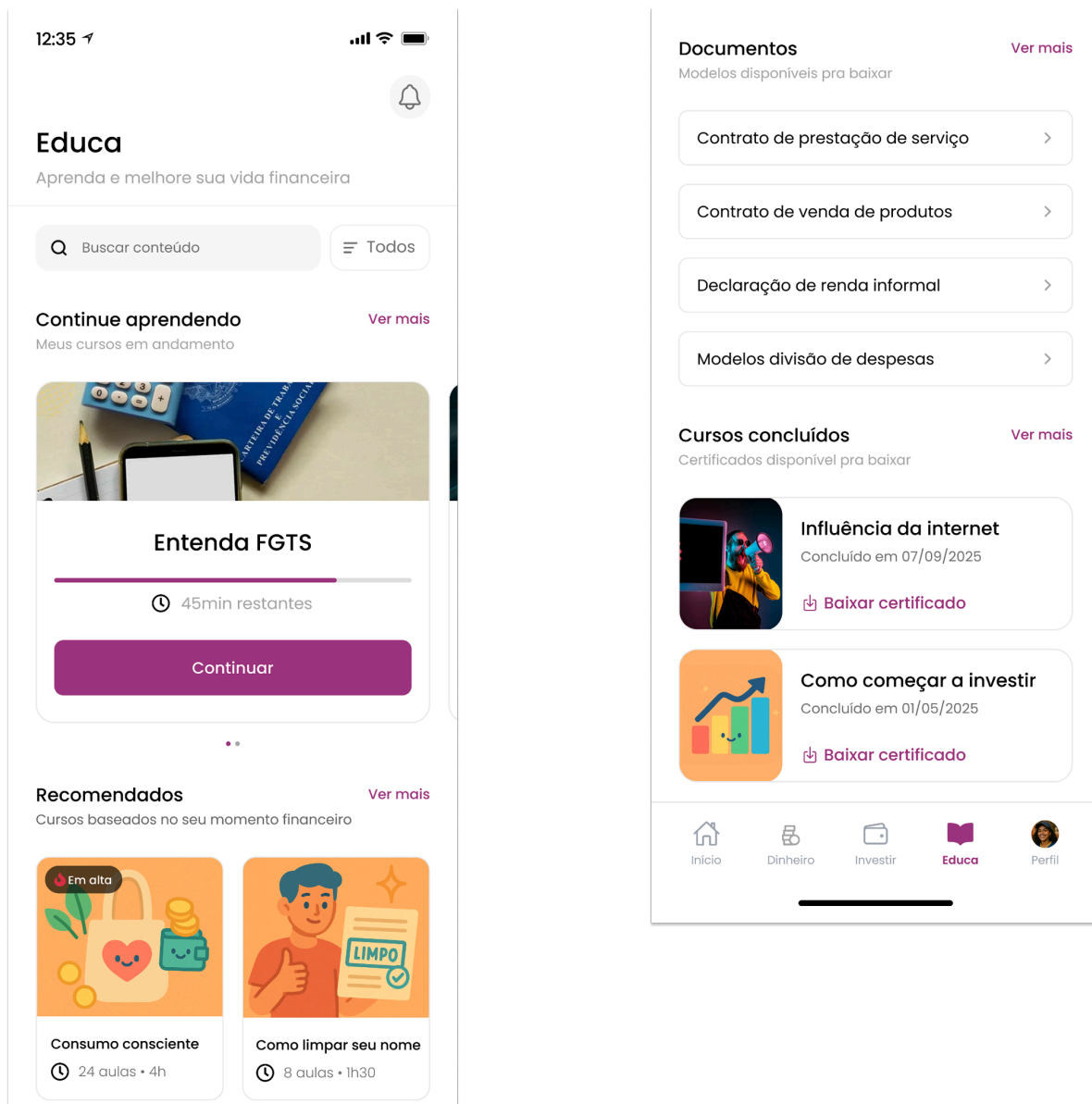
Fonte: Autoria própria (2025).

A aba Educa centraliza os conteúdos educacionais e cursos interativos relacionados à vida financeira. No topo, há uma barra de busca e filtros por tipo de conteúdo. Em seguida, é exibida a seção “Continue aprendendo”, que mostra o progresso dos cursos em andamento, incentivando a continuidade da jornada educacional e reforçando o engajamento com trilhas de aprendizado. A seção “Recomendados” sugere conteúdos personalizados com base no momento financeiro do usuário, como “Consumo consciente” ou “Como limpar seu nome”, aumentando a relevância e o impacto do conteúdo. Os documentos úteis oferecem modelos prontos para baixar, como contratos e declarações, conectando teoria e

prática. Ao final, o usuário encontra seus cursos concluídos, com certificados disponíveis para download, fortalecendo o senso de conquista e reconhecimento.

Toda a estrutura da aba Educa visa mitigar vieses como ancoragem, viés do presente e viés de confirmação, ao apresentar conteúdos atualizados, personalizados e aplicáveis à realidade de cada perfil.

Figura 10 – “Educa”

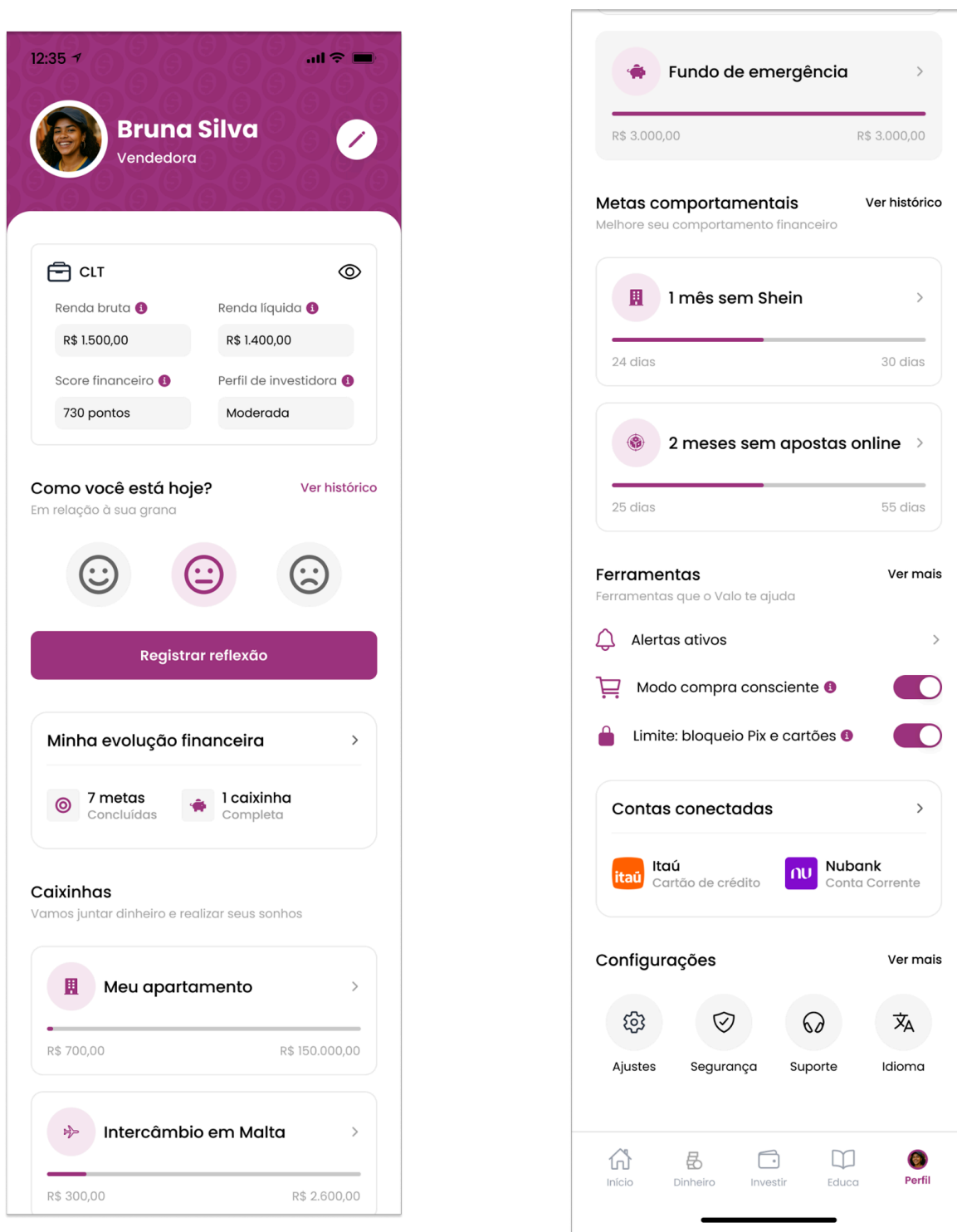


Fonte: Autoria própria (2025).

Já a aba Perfil apresenta uma visão detalhada da vida financeira do usuário, integrando dados pessoais, metas, comportamento e ferramentas de controle. No topo, a persona (Bruna Silva) tem acesso às informações de renda bruta, líquida,

score financeiro e perfil de investidora, reunindo dados objetivos em um único local. A funcionalidade “Como você está hoje?” se repete aqui, reforçando a importância do acompanhamento emocional como parte do planejamento financeiro. A evolução financeira mostra o número de metas e caixinhas completadas, promovendo o reconhecimento de avanços e a continuidade do esforço. As caixinhas financeiras representam objetivos personalizados como apartamento, intercâmbio e fundo de emergência, cada uma apresenta um termômetro visual de progresso, facilitando a percepção de avanço e criando estímulo positivo. As metas comportamentais, como “1 mês sem *Shein*” ou “2 meses sem apostas online”, incentivam mudanças de hábito por meio de marcos concretos e rastreáveis. Na parte inferior, estão as notificações ativas, além dos modos inteligentes: o “modo compra consciente”, que ativa perguntas reflexivas no momento de consumir, e o “limite: bloqueio Pix e cartões”, ambos pensados para atuar diretamente sobre decisões impulsivas. Também é possível visualizar contas conectadas e acessar ferramentas como segurança, suporte e idioma.

Figura 11 – Tela “Perfil”



Fonte: Autoria própria (2025).

A estrutura geral do aplicativo foi desenhada para ir além da entrega de informações, atuando como ferramenta que gera mudança de hábitos financeiros. O uso de alertas explicativos, análises comportamentais e ferramentas de apoio

reflexivo reforça a proposta de apoiar o desenvolvimento da autonomia financeira de maneira gradual, prática e emocionalmente inteligente.

2.2.3.2 Teste de usabilidade

Após a finalização do protótipo interativo de alta fidelidade, foi conduzida a etapa de testes de usabilidade com o objetivo de avaliar a experiência dos usuários ao interagir com o aplicativo. Buscou-se observar como lidavam com suas funções, conteúdos, linguagem e organização das informações. Os testes ocorreram remotamente, via Google Meet, e contaram com cinco jovens de perfis profissionais variados, incluindo trabalhadores CLT, microempreendedores individuais (MEIs) e profissionais informais, o que permitiu captar diferentes realidades financeiras e padrões de uso.

O teste foi conduzido seguindo um roteiro semiestruturado, descrito no Apêndice D, dividido em três momentos: apresentação dos objetivos, execução das tarefas e avaliação da experiência. Inicialmente, os participantes compartilharam suas vivências com o dinheiro. Em seguida, navegaram livremente pelo protótipo, executando quatro tarefas práticas que simulavam situações do cotidiano.

Na primeira tarefa, o grupo selecionou a aba “Dinheiro” para visualizar os gastos mensais. O primeiro ponto percebido, foi que o nome da aba gera confusões. Em seguida, todos compreenderam os gráficos apresentados, com destaque para o gráfico de pizza, considerado eficiente. No entanto, surgiram críticas quanto ao excesso de informações e ao uso de vocabulário técnico. Houve apontamentos sobre redundâncias entre as seções “Distribuição de gastos” e “Análise de gastos”, além da necessidade de rolar demasiadamente a tela para visualizar todos os dados. Apesar disso, os filtros e alertas foram bem avaliados.

Na segunda tarefa, simulou-se um investimento de R\$ 100 na aba “Investir”. Usuários com maior familiaridade com o tema elogiaram a organização por tipo de ativo (renda fixa, variável e criptomoedas). Por outro lado, participantes com menor letramento financeiro relataram dificuldades com conceitos como “renda fixa” e sugeriram a inclusão de explicações breves e ícones de apoio. Também foi recomendada a exibição de indicadores de mercado para apoiar decisões mais informadas. O simulador de juros foi considerado relevante, mas indicaram que ele poderia aparecer como etapa anterior à criação de um novo investimento.

Na terceira tarefa, os participantes encontraram um curso em andamento sobre FGTS na seção “Educa”. A navegação até o conteúdo ocorreu sem dificuldade, e o material foi avaliado como útil. Entretanto, destacaram a importância de personalizar os conteúdos conforme o perfil do usuário. Documentos como modelos de contrato foram valorizados por autônomos e PJs, mas considerados mal alocados na aba educacional — e irrelevantes para trabalhadores CLT.

A quarta tarefa envolveu o acompanhamento de uma meta financeira, acessada por meio de “Perfil” > “Caixinhas”. A função foi compreendida com facilidade, porém todos sugeriram realocar as caixinhas para a aba “Investir” e as metas comportamentais para outra área, de modo a reforçar a coerência lógica da navegação. Para o grupo, a seção “Perfil” deveria concentrar apenas informações gerais e configurações.

A interface inicial também foi analisada. O recurso de registro de humor (“Como você está hoje?”) foi amplamente criticado por parecer desconectado da proposta do aplicativo e por sua provável baixa frequência de uso. Elementos como saldo total e ganhos com investimentos foram considerados centrais, mas pouco destacados visualmente. Os participantes recomendaram reposicionar essas informações no topo da tela e rever a hierarquia visual da interface.

Ao final, foram realizadas perguntas abertas sobre os aspectos mais positivos e os que poderiam ser aprimorados. Os usuários elogiaram o visual do aplicativo, a linguagem acessível e a integração com contas bancárias. Também reconheceram a utilidade dos alertas de gastos e da categorização automática. As críticas mais frequentes referiram-se à densidade de informações na tela principal, à disposição de certos elementos e ao uso de jargões financeiros, especialmente na aba de investimentos.

2.2.3.3 UMUX

Durante os testes de usabilidade, foi aplicada a escala UMUX com o objetivo de mensurar a percepção dos participantes em relação à usabilidade do sistema. A avaliação foi realizada oralmente ao final das tarefas, por meio de quatro afirmativas avaliadas em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). A Tabela 1 apresenta os resultados:

Tabela 1 – UMUX

Afirmativa	P1	P2	P3	P4	P5	Média
Este sistema é útil para o que preciso.	5	5	5	5	5	5
Este sistema é fácil de usar.	2	4	3	5	5	3,8
Eu consigo usar este sistema sem muita ajuda.	5	4	3	4	5	4,3
Este sistema atende às minhas necessidades.	5	5	5	5	5	5

Fonte: Autoria própria (2025).

Os resultados indicam que o sistema foi considerado altamente funcional pelos participantes, com média 5,0 nas afirmativas “Este sistema é útil para o que preciso” e “Este sistema atende às minhas necessidades”. Isso demonstra que a proposta central do aplicativo está bem alinhada às expectativas dos usuários.

Entretanto, a média mais baixa foi atribuída à afirmativa “Este sistema é fácil de usar” (3,8), sugerindo desafios relacionados à clareza da interface. Já a afirmativa “Eu consigo usar este sistema sem muita ajuda” obteve média 4,2, indicando que, embora a maioria tenha conseguido navegar com autonomia, ainda há pontos de atrito para usuários com menor familiaridade com o tema.

Entre os principais entraves relatados estão o uso de linguagem técnica, especialmente na seção de investimentos, que dificultou a compreensão para quem não possui conhecimento prévio sobre o assunto. Também foi mencionado que a disposição de algumas informações não era intuitiva, gerando sobrecarga cognitiva em determinadas telas.

Portanto, embora o protótipo apresente uma proposta sólida e com elevado potencial de aplicação, os resultados evidenciam a necessidade de ajustes na estrutura da informação, na organização visual e na simplificação do vocabulário. A adoção de uma comunicação mais clara e contextualizada, aliada à melhoria da hierarquia e disposição dos elementos na interface, pode tornar a experiência mais fluida e acessível, especialmente para públicos com diferentes níveis de letramento financeiro.

Com base nesses resultados, foram realizados ajustes no protótipo com o objetivo de aprimorar a experiência do usuário. Entre as mudanças implementadas, destacam-se a reorganização de abas, o reposicionamento de informações centrais na tela inicial e a inclusão de explicações mais simples e visuais. Essas melhorias

buscaram tornar a navegação mais lógica, a linguagem mais acessível e o uso do aplicativo mais intuitivo e coerente com as necessidades e perfis dos usuários.

2.2.4 Quarta etapa: implementação da solução

Limitado ao desenvolvimento de um protótipo de alta fidelidade, este trabalho validou a solução apenas conceitualmente, pois sua implementação exigiria recursos e etapas além do escopo previsto.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO

3.1.1 Nome do aplicativo

O nome VALO foi concebido para traduzir em duas sílabas a essência da proposta: a gestão consciente do “valor” financeiro e a promoção da autoestima econômica do usuário. Sua sonoridade aberta e rítmica facilita a pronúncia em diferentes sotaques do português e assegura rápida memorização, característica desejável em contextos de descoberta de novos serviços digitais. Além disso, a escolha de um nome neológico, sem significados preexistentes em outras línguas, garante distinção em mecanismos de busca e plataformas de download, evitando conflitos de marca. VALO também se presta a desdobramentos modulares (como Valo Invest, Valo Educa ou Valo Caixinhas) sem perder coesão, pois mantém o radical “Valo” intacto, reforçando sempre o compromisso com o fortalecimento do senso de valor pessoal e financeiro. Essa abordagem de nomenclatura alia clareza semântica, adaptabilidade para diferentes frentes do produto e potencial para construção de identidade de marca sólida no universo de aplicativos.

3.1.2 Identidade visual

Embora a identidade visual não seja o foco principal deste Trabalho de Conclusão de Curso, optou-se por desenvolver um sistema visual conceitual que acompanhasse o protótipo de alta fidelidade, a fim de proporcionar uma experiência mais coesa, imersiva e realista ao usuário durante a navegação. A construção dessa identidade visual visa, sobretudo, apoiar a compreensão do projeto como um todo e reforçar os valores de autonomia, clareza e empoderamento que o aplicativo propõe. Ressalta-se, no entanto, que o branding completo da marca não foi aprofundado, sendo o desenvolvimento visual tratado apenas de forma introdutória e aplicada unicamente para fins de contextualização e comunicação da solução.

A paleta de cores do aplicativo foi pensada estrategicamente para transmitir sensações que dialogam com os pilares da proposta. O tom principal é um roxo vibrante (HEX #9E337D), escolhido por sua associação simbólica com transformação, equilíbrio e introspecção, valores intimamente ligados ao processo de amadurecimento financeiro. Segundo Lombardi e Silva (2020, p. 112), tons de

roxo tendem a inspirar confiança e reflexão, o que pode influenciar positivamente o comportamento do usuário em momentos de tomada de decisão econômica. Complementando essa tonalidade, o bordô escuro (HEX #631848) contribui com uma atmosfera de seriedade, autoridade e maturidade, ajudando a reforçar a credibilidade da solução. Já o rosa suave (HEX #D39BC0) tem papel de equilíbrio emocional na composição visual, atenuando o impacto das cores mais densas e oferecendo áreas de descanso que tornam a experiência mais acolhedora.

Figura 12 – Cores principais do Valo



Fonte: Autoria própria (2025).

A tipografia desempenha papel central na construção da linguagem visual da solução. O logotipo foi desenvolvido com a fonte Antapani ExtraBold, cuja geometria arredondada transmite proximidade, acolhimento e informalidade, características que favorecem o diálogo com o público jovem. Para os textos do aplicativo e demais elementos de interface, adotou-se a fonte Poppins em seus pesos Light, Regular, Medium, Bold e ExtraBold. Essa escolha tipográfica oferece excelente legibilidade em ambientes digitais, além de permitir variação hierárquica que auxilia na navegação, organização da informação e acessibilidade do conteúdo.

O símbolo do logotipo reforça, de maneira literal e simbólica, a proposta do projeto. A letra “o” final da palavra “Valo” foi substituída por um ícone circular que representa uma moeda estilizada, contendo um cifrão central simplificado. A

circularidade dessa intervenção gráfica sugere fluidez, movimento e constância, conceitos que se alinham à ideia de uma relação mais saudável e consistente com o dinheiro.

Figura 13 – Aplicações do logotipo



Fonte: Autoria própria (2025).

Por fim, a identidade visual conta com variações de aplicação do logotipo para diferentes fundos: a versão colorida (usando roxo, bordô e rosa), a versão branca aplicada sobre fundo roxo e a versão em bordô sobre fundo branco. Essas adaptações visam garantir legibilidade e flexibilidade para uso em diferentes contextos de apresentação do projeto.

3.1.3 Protótipo de alta fidelidade

O protótipo de alta fidelidade do aplicativo Valo apresenta cinco telas principais que ilustram a proposta da solução: Início, Gastos, Investir, Educa e Perfil. Além da sexta tela com visibilidade sobre possíveis notificações.

Antes de descrever cada uma dessas telas, é importante contextualizar seu funcionamento geral. O aplicativo foi concebido para ser altamente personalizado, adaptando-se ao perfil financeiro e comportamental de cada usuário. Essa personalização tem início já na etapa de cadastro, quando o usuário informa seu modelo de trabalho (CLT, PJ ou informal), sua frequência de recebimento de renda e,

quando aplicável, anexa documentos como carteira de trabalho, folhas de pagamento ou contratos. Esses documentos alimentam um sistema de leitura automatizada, que extrai informações como salário líquido, data de pagamento, benefícios e encargos.

Também é solicitado ao usuário que conecte suas contas bancárias, cartões, contas digitais e, se for o caso, fontes como FGTS e benefícios sociais. Esse processo é viabilizado pela integração ao sistema Open Finance, iniciativa do Banco Central do Brasil que permite o compartilhamento seguro de dados financeiros entre instituições, mediante autorização do usuário. A integração possibilita consolidar dados como saldo, extratos, faturas, limites, investimentos e transações, oferecendo ao usuário uma visão abrangente e atualizada de sua vida financeira.

A lógica de organização do orçamento pessoal segue a metodologia 50/30/20, proposta por Warren e Tyagi (2005), que orienta a alocação de 50% da renda para necessidades, 30% para desejos e 20% para poupança e objetivos de longo prazo. Essa diretriz está integrada às funcionalidades do Valo, orientando metas realistas, sugestões de economia e o acompanhamento da evolução financeira.

Durante o cadastro, o aplicativo propõe automaticamente um planejamento inicial com base nos dados fornecidos, sugerindo valores estimados para despesas, metas e investimentos. O usuário pode confirmar, editar ou adiar essa personalização, enfrentando, com isso, vieses como a inércia (resistência em tomar decisões financeiras) e o excesso de confiança, ao basear o plano não em percepções subjetivas, mas em dados concretos. Essa estrutura torna o Valo um aplicativo singular e adaptado a cada realidade.

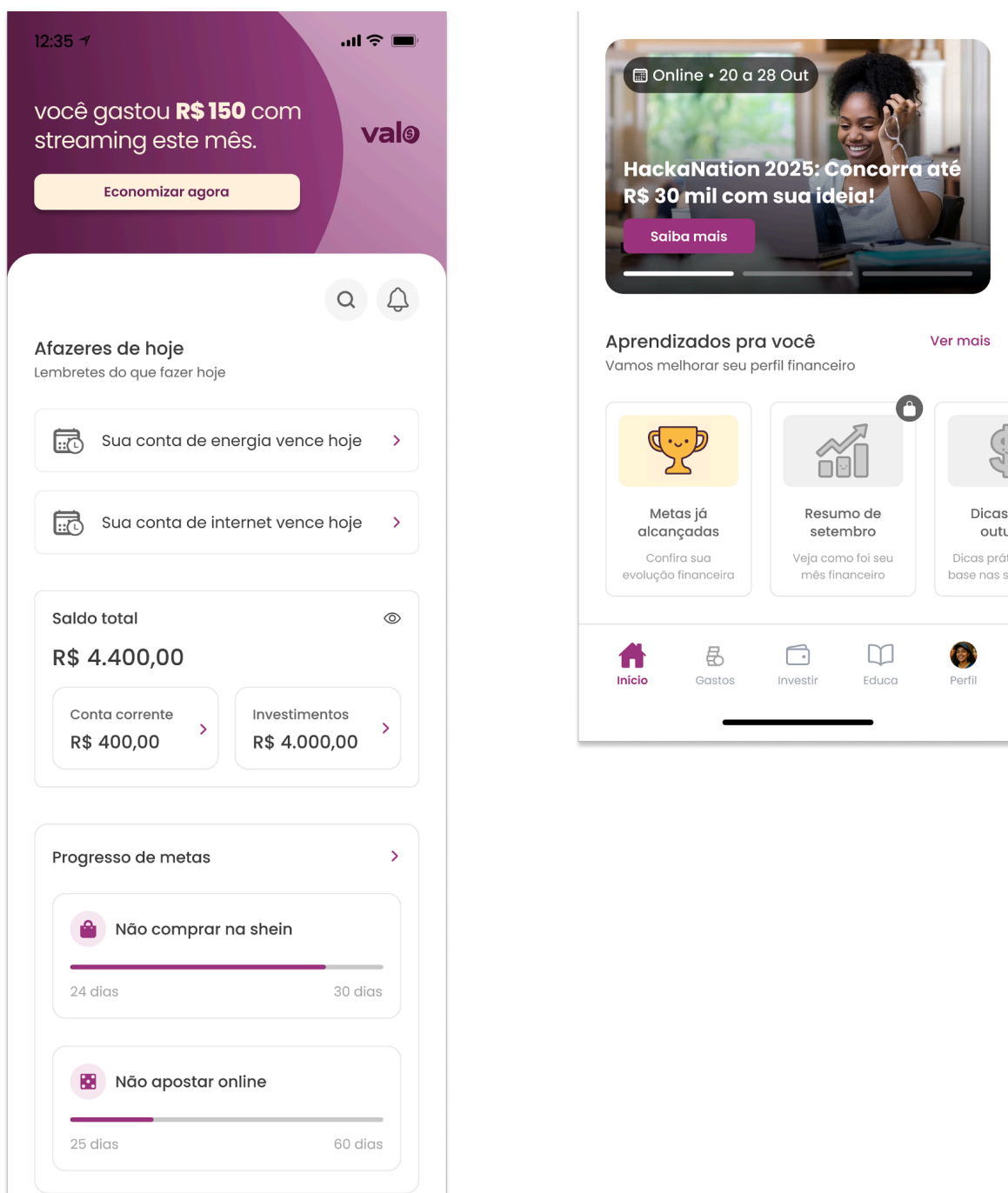
Na aba Início, o usuário é impactado por mensagens personalizadas baseadas em seus hábitos, como: “Você gastou R\$ 150 com streaming este mês”. Tais mensagens têm o objetivo de promover reflexões sobre consumo e combater o viés do presente, que leva à priorização de recompensas imediatas em detrimento de benefícios futuros.

Abaixo do alerta, encontram-se lembretes de ações importantes, como contas com vencimento no dia, promovendo a regularidade no cumprimento de obrigações financeiras. Em seguida, o usuário visualiza seu saldo total dividido entre conta corrente e investimentos, com possibilidade de redirecionamento para as abas “Gastos” ou “Investir”.

Logo após, é possível acompanhar o progresso de metas comportamentais personalizadas, como “Não comprar na Shein” ou “Não apostar online”. Tais metas podem ser recomendadas automaticamente pelo sistema com base nos gastos e hábitos detectados, ou ainda definidas pelo próprio usuário durante o planejamento mensal. Esse recurso atua sobre o viés da recompensa, ao promover o reforço positivo diante do cumprimento de metas.

Na sequência, são apresentados conteúdos contextuais e sugestões de aprendizado. Um exemplo é a exibição de promoções de hackathons e dicas financeiras que conectam o uso do app ao mundo real. Por fim, o sistema exhibe insights personalizados como “Resumo do mês” ou “Metas alcançadas”, promovendo o reconhecimento de conquistas — importante para a motivação e continuidade de boas práticas financeiras.

Figura 14 – Aba Início



Fonte: Autoria própria (2025).

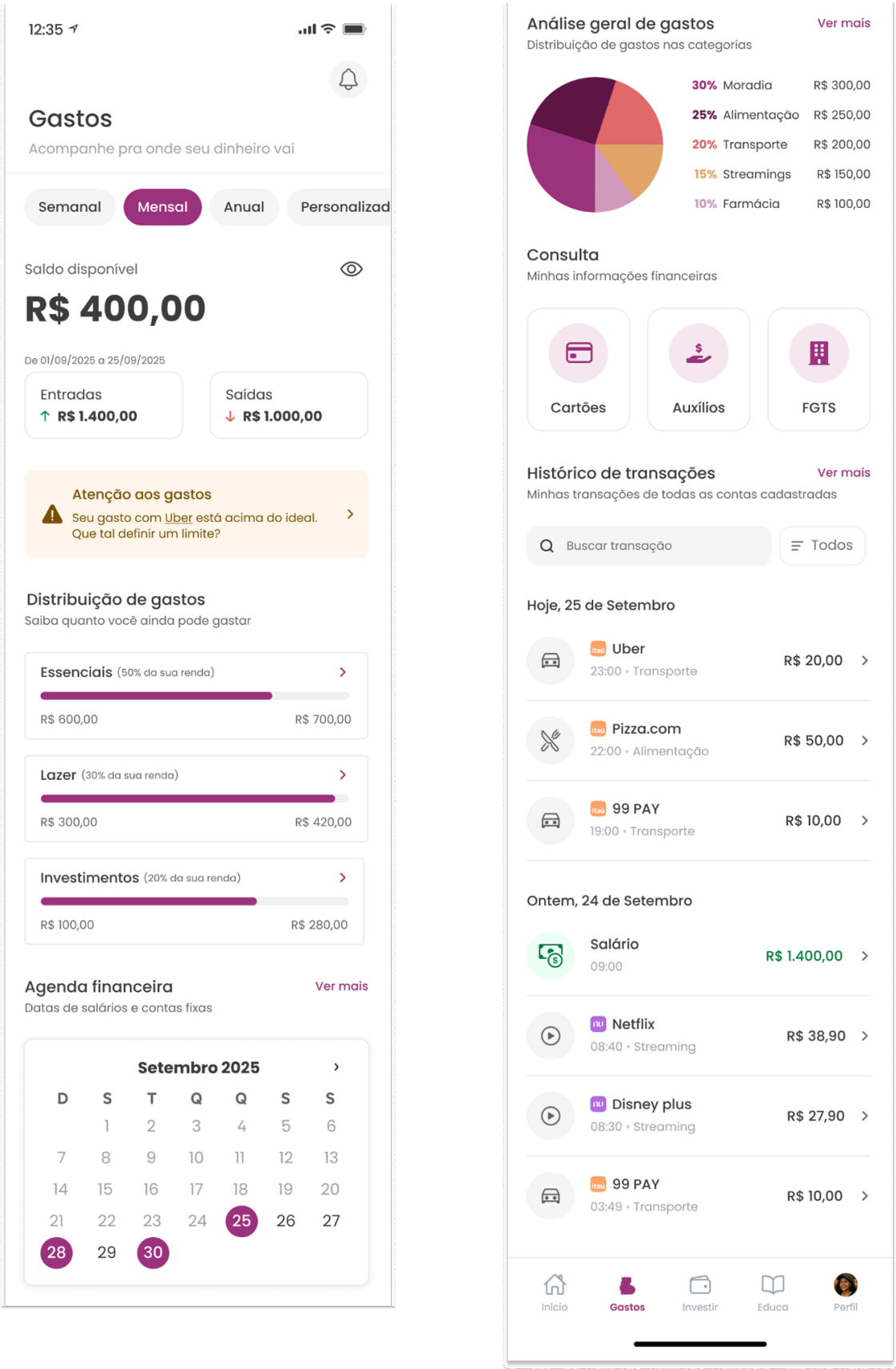
Na aba Gastos, o usuário encontra um painel consolidado de todas as contas e transações. É possível alternar a visualização por períodos semanal, mensal, anual ou personalizado. O saldo disponível, assim como entradas e saídas, é destacado de forma clara, contribuindo para a percepção imediata da situação financeira.

Alertas como “Seu gasto com Uber está acima do ideal” incentivam o estabelecimento de limites. Essa funcionalidade atua sobre o viés da escassez (sensação de urgência) e auxilia na correção de padrões excessivos de consumo.

A distribuição dos gastos é apresentada em barras progressivas por categoria: essenciais, lazer e investimentos. Cada uma informa o valor gasto e o limite recomendado, permitindo que o usuário compreenda o quanto já comprometeu da sua renda. Além disso, há um gráfico de pizza com a análise geral por subcategoria, como moradia, alimentação, transporte e farmácia, ajudando na comparação entre tipos de despesa — um recurso eficaz contra o viés da contabilidade mental.

A agenda financeira destaca visualmente os dias de vencimento de contas e recebimentos, contribuindo para o planejamento antecipado e o enfrentamento do viés da procrastinação. Na sequência, há um painel de consulta com atalhos para cartões conectados (com dados de limite, fatura e vencimento), informações sobre FGTS e auxílios sociais como o Bolsa Família (quando aplicável). Por fim, o usuário pode consultar um histórico detalhado de transações, com categorização automática, horário, valor e descrição. O filtro por tipo de gasto ou data proporciona maior controle e clareza.

Figura 15 – Aba Gastos



Fonte: Autoria própria (2025).

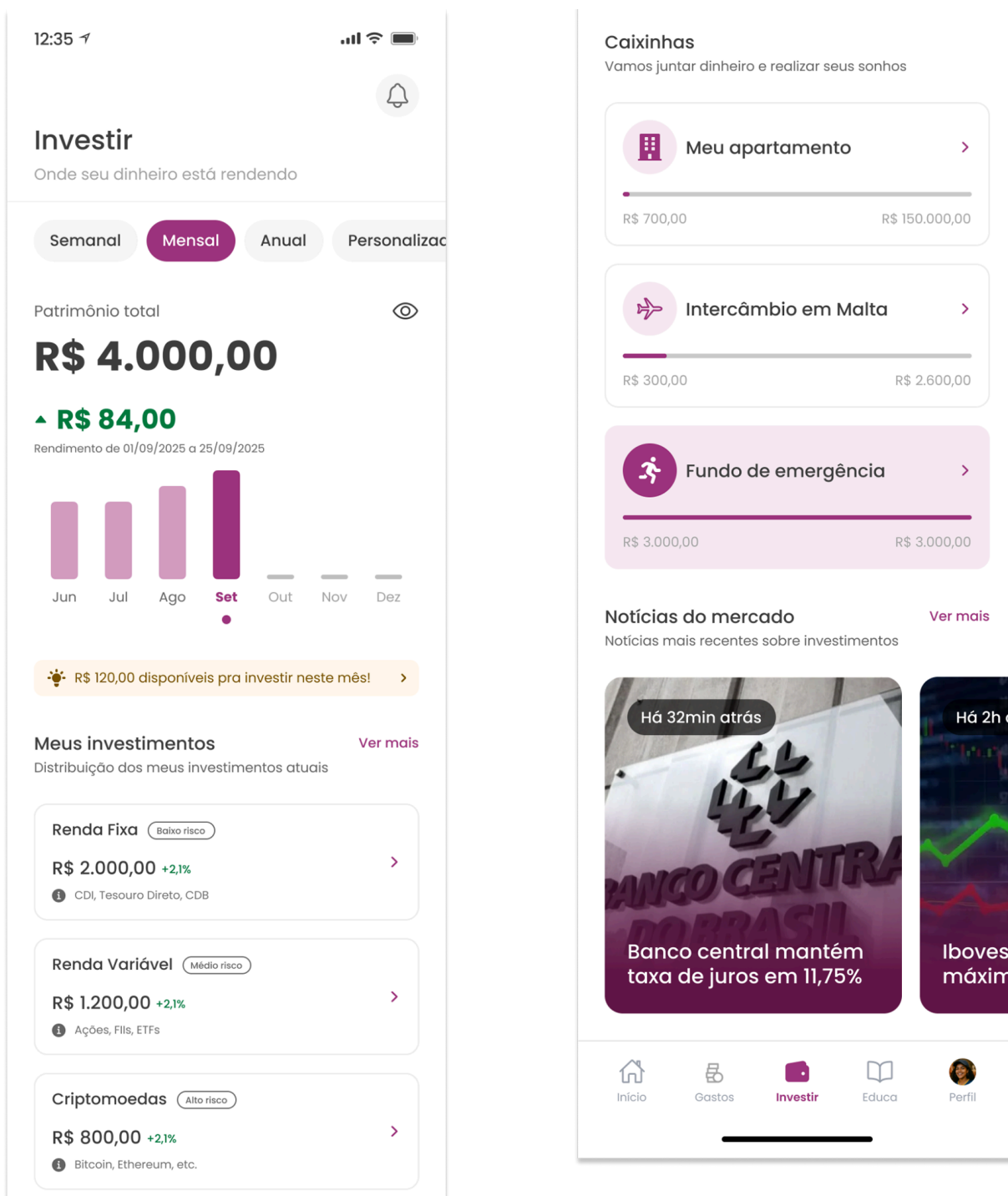
A aba Investir apresenta o patrimônio total do usuário e seu rendimento acumulado no período selecionado (mensal, semanal, anual ou personalizado). Um gráfico de barras mostra a evolução mensal dos investimentos, promovendo a visualização do progresso e o enfrentamento da miopia temporal — viés que dificulta o planejamento de longo prazo.

A carteira de investimentos é organizada por tipo: renda fixa, renda variável e criptomoedas. O usuário visualiza o valor investido em cada tipo e a rentabilidade mensal. O sistema também sugere aplicações de baixo risco com base no perfil de investidor, que é identificado no cadastro inicial.

As caixinhas de metas (como “Meu apartamento”, “Intercâmbio em Malta” e “Fundo de emergência”) funcionam como cofres virtuais que se alimentam com o rendimento dos investimentos e os aportes do usuário. Esse recurso visual estimula a poupança por meio do viés do compromisso e da visualização do progresso, reforçando a disciplina e o engajamento.

Ao final da tela, o usuário encontra uma seção de notícias de mercado atualizadas, com foco em temas relevantes para a tomada de decisão. Essa funcionalidade amplia o repertório analítico e atua sobre o viés da aversão à informação, incentivando o desenvolvimento de senso crítico sobre finanças.

Figura 16 – Aba Investir



Fonte: Autoria própria (2025).

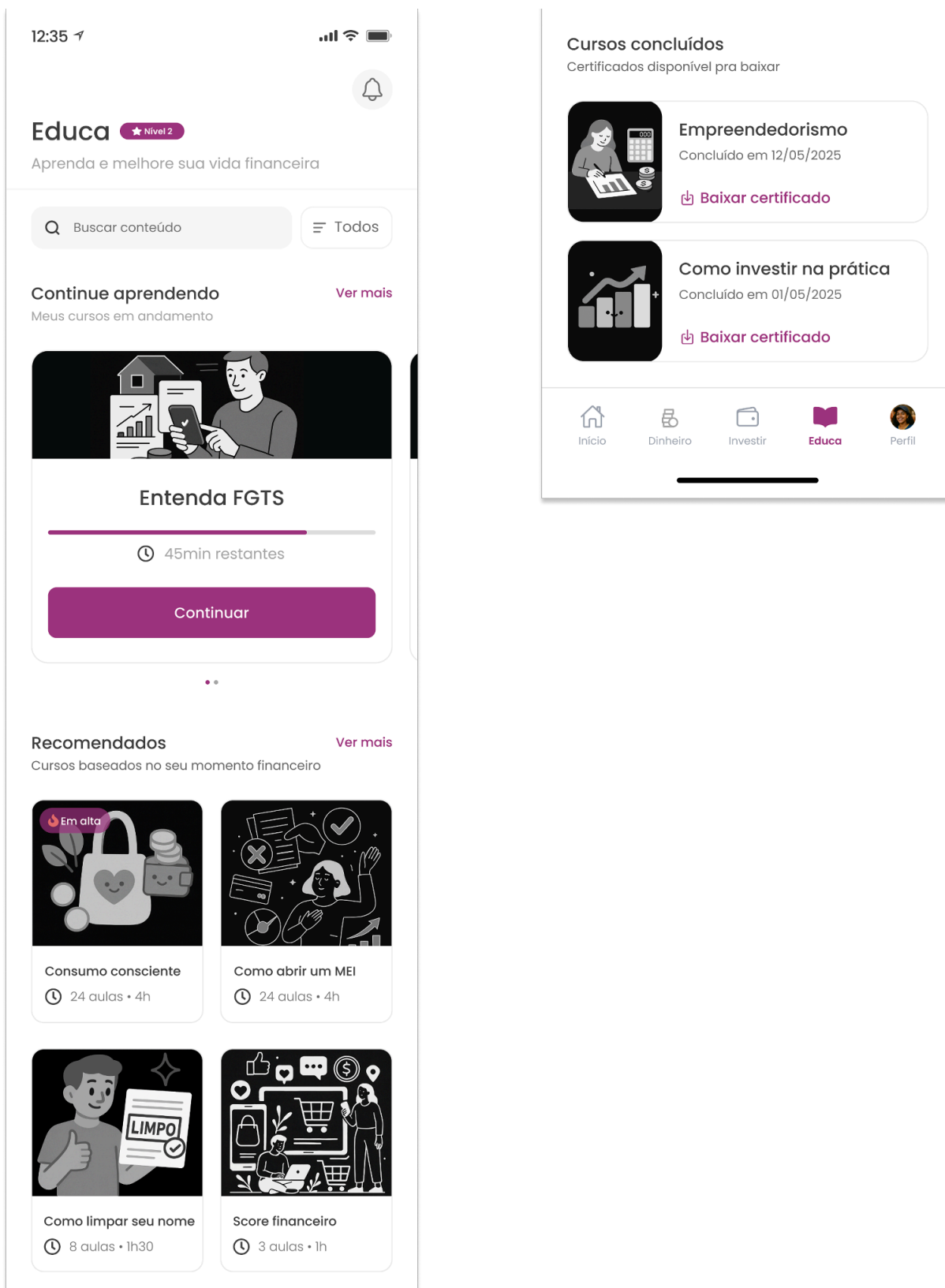
Na aba Educa, concentram-se os conteúdos educativos do aplicativo. O usuário pode realizar buscas por tema e filtrar os conteúdos por tipo ou nível. Logo no topo, são exibidos os cursos em andamento, seguidos de cursos recomendados

com base no comportamento e momento financeiro atual do usuário. Ao clicar em “Ver mais”, o usuário tem acesso à biblioteca completa de conteúdos.

Todos os cursos oferecem certificados após a conclusão, que podem ser baixados. Essa funcionalidade contribui para o reconhecimento do aprendizado e promove o senso de evolução contínua. A interface é simples e objetiva, com conteúdos divididos em trilhas curtas e aplicáveis, com foco em finanças do dia a dia.

A seção também utiliza elementos de gamificação, como selos de progresso e níveis de aprendizado, para reforçar o engajamento. Ao fornecer conhecimento prático e adaptado à realidade do usuário, a aba Educa atua diretamente sobre o viés da ilusão de conhecimento, estimulando a aquisição de informação confiável e aplicável.

Figura 17 – Aba Educa



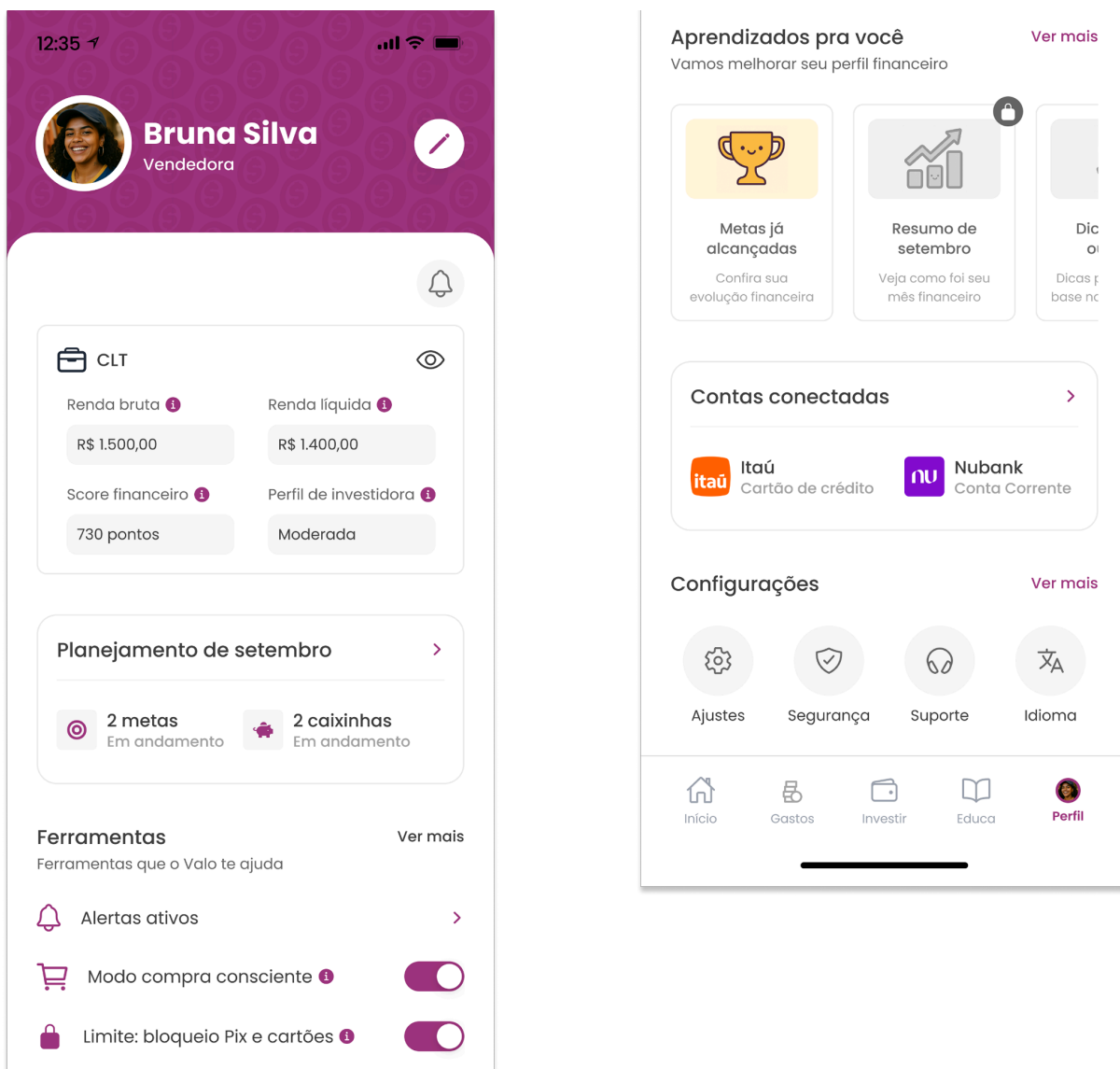
Fonte: Autoria própria (2025).

A aba Perfil se adapta ao modelo de trabalho informado no cadastro. A única tela que se diferencia entre os usuários CLT e PJ é essa. No caso da usuária Bruna Silva (CLT), são apresentados: nome, ocupação, renda bruta e líquida, score financeiro e perfil de investidora (moderada). Para usuários PJ, como Artur Gonçalves, aparecem dados como faturamento médio, contribuição previdenciária estimada, score e perfil de investidor.

Ambos os perfis têm acesso ao planejamento mensal, que inclui metas e caixinhas. Quando esse planejamento não estiver feito, o aplicativo incentiva o usuário com mensagens proativas. Em seguida, há um painel com ferramentas do aplicativo: alertas, modo compra consciente e bloqueio de Pix/cartões. O modo compra consciente, por exemplo, emite mensagens no momento da compra com base em localização ou padrão de uso, atuando sobre o viés da impulsividade.

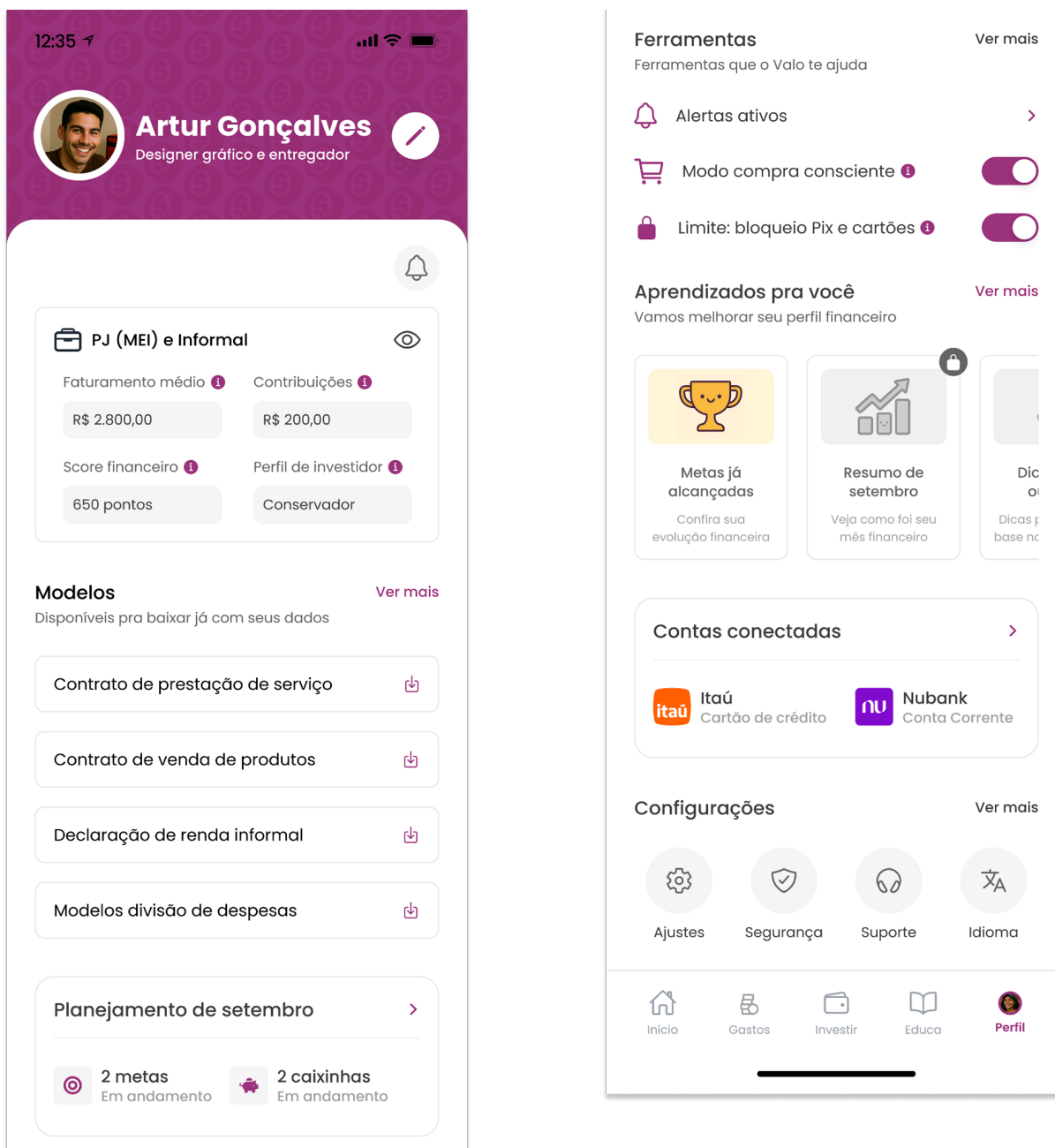
Ao final, o usuário pode verificar contas conectadas e as configurações como segurança, idioma, suporte e ajustes gerais. A centralização dos dados comportamentais e financeiros promove o autoconhecimento e combate o otimismo irrealista, permitindo decisões mais consistentes.

Figura 18 – Aba Perfil (Bruna)



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 19 – Aba Perfil (Artur)



Fonte: Autoria própria (2025).

Por fim, a Figura 20 apresenta exemplos de notificações comportamentais que o aplicativo pode enviar. As mensagens são geradas com base em localização, hábitos recorrentes e momentos críticos, como vencimentos de contas ou entrada em aplicativos de delivery.

Mensagens como “No mercado? Dê uma olhadinha no orçamento antes de encher o carrinho” atuam sobre o momento de decisão, antecipando comportamentos impulsivos. Essa funcionalidade também considera o viés do

esquecimento e o excesso de confiança, com linguagem leve, motivadora e alinhada ao tom acolhedor do Valo. As permissões são opcionais e respeitam a privacidade do usuário, sendo ativadas somente mediante consentimento.

Figura 20 – Notificações



Fonte: Autoria própria (2025).

3.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A solução proposta no protótipo de alta fidelidade do aplicativo Valo foi construída com base nas necessidades identificadas durante o processo de pesquisa com o público-alvo, refletindo de forma prática e visual as decisões tomadas ao longo das etapas do projeto. Ao consolidar essas entregas, buscou-se não apenas apresentar o resultado final, mas também evidenciar sua relevância e aplicabilidade frente à ausência de uma educação financeira prática, acessível e contextualizada para jovens brasileiros.

Durante os testes de usabilidade, os participantes relataram sentir-se representados pelas funcionalidades propostas, destacando a centralização das informações financeiras como um dos principais diferenciais do aplicativo. A possibilidade de visualizar gastos, metas, aprendizados e investimentos em um único ambiente digital foi apontada como uma solução prática e necessária, especialmente diante da fragmentação de dados vivenciada por muitos usuários em plataformas distintas.

Outro ponto de destaque foi a personalização da interface conforme o perfil do usuário, fator percebido como facilitador do engajamento e do sentimento de pertencimento. Essa personalização contribuiu para que os participantes se reconhecessem na navegação e sentissem que o aplicativo se moldava à sua realidade (característica frequentemente ausente em soluções genéricas de educação financeira).

Além disso, os recursos educativos, aliados a estímulos comportamentais como alertas, notificações inteligentes, visualização de progresso e segmentação por metas, foram interpretados como mecanismos eficazes para promover disciplina financeira e reduzir atitudes impulsivas. Fundamentados em princípios da economia comportamental, esses elementos foram apontados como estratégias motivacionais, contribuindo para a construção de novos hábitos e o fortalecimento da autonomia do usuário.

A linguagem acolhedora, o tom empático das mensagens e a interface intuitiva reforçaram a sensação de suporte e confiança entre o usuário e a ferramenta. Esses atributos foram fundamentais para a aceitação da proposta, demonstrando que o design centrado no usuário, aliado a uma abordagem sensível

aos fatores emocionais e cognitivos, é capaz de gerar soluções significativas e aplicáveis.

Dessa forma, os resultados obtidos com os testes validam a pertinência do Valo enquanto proposta concreta para a lacuna identificada na pesquisa. O aplicativo demonstrou não apenas viabilidade de uso, mas também potencial de impacto positivo na rotina e na mentalidade financeira dos jovens, reforçando a importância de sua continuidade e possível implementação em contexto real.

A análise dos testes demonstrou que a adoção de recursos inspirados na economia comportamental permitiu maior engajamento e compreensão dos usuários. Funcionalidades como alertas personalizados, metas comportamentais, bloqueios reflexivos e caixinhas de economia ajudaram a mitigar vieses como o viés do presente, excesso de confiança e a contabilidade mental. A experiência também evidenciou a necessidade de ajustes na arquitetura da informação, indicando uma relação direta entre clareza estrutural e percepção de controle financeiro.

3.3 TRABALHOS FUTUROS

Apesar dos avanços alcançados, o presente trabalho resultou em uma proposta ainda em estágio conceitual, representada por um protótipo de alta fidelidade, sem funcionalidades técnicas implementadas. Isso se justifica pelo escopo do projeto, que se concentrou na investigação do problema, desenvolvimento da solução com base em fundamentos teóricos e validação inicial da proposta com usuários. O desenvolvimento técnico do aplicativo, portanto, não configurava objetivo deste trabalho, mas representa um desdobramento natural e desejável da pesquisa realizada.

Para que o Valo se torne um aplicativo funcional e disponível ao público, será necessário percorrer etapas técnicas que envolvem a programação das interfaces, a construção de banco de dados, a implementação de sistemas de autenticação e segurança, a integração com APIs bancárias e a realização de testes em ambiente real com usuários. A elaboração de uma versão mínima viável (MVP), com base nas funcionalidades priorizadas neste projeto, possibilitará validar a proposta em contextos reais, monitorar métricas de uso e engajamento, e avaliar o impacto direto sobre as decisões financeiras dos jovens.

O potencial de expansão do aplicativo também pode se beneficiar de frentes complementares, como a integração com carteiras digitais para automação da leitura

de despesas; o uso de inteligência artificial para gerar sugestões personalizadas conforme o comportamento de cada usuário; o aprofundamento das trilhas educacionais com recursos gamificados e interativos; além de estudos longitudinais que avaliem as transformações comportamentais ao longo do tempo.

Os retornos positivos obtidos durante os testes de usabilidade reforçam a convicção de que o projeto não deve se encerrar neste ponto. Existe um caminho promissor para transformar o Valo em uma solução concreta, com potencial de impacto direto na vida financeira de jovens, especialmente por estimular o protagonismo e a tomada de decisões mais conscientes.

Embora a formação da autora esteja no campo do Design, há o desejo genuíno de dar continuidade ao projeto, reunindo os aprendizados adquiridos e estabelecendo colaborações com profissionais das áreas de tecnologia, finanças e comportamento. O objetivo é que o Valo evolua de uma proposta acadêmica para um produto real, acessível e transformador, capaz de contribuir efetivamente para a construção de uma nova relação dos jovens com o dinheiro.

3.4 CONTRIBUIÇÕES ACADÊMICAS E PESSOAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso proporcionou não apenas o desenvolvimento de uma proposta de solução para um problema real, mas também uma profunda imersão em processos de escuta, análise crítica e empatia. A aplicação dos princípios do Design Centrado no Usuário (DCU) aliada aos fundamentos da economia comportamental permitiu vivenciar o design como ferramenta estratégica para transformação social.

Durante o percurso, a compreensão do papel do designer como mediador entre problemas complexos e soluções sensíveis foi sendo fortalecida. A prática de colocar o usuário no centro das decisões deixou de ser apenas uma diretriz metodológica para se tornar um princípio ético, refletido em cada escolha de pesquisa, linguagem e estrutura funcional do projeto. Foi por meio da escuta ativa dos jovens, da análise de dados e da validação com usuários reais que se construiu uma proposta coerente com a realidade do público-alvo.

Academicamente, o projeto contribui com reflexões sobre o papel do design na promoção da educação financeira e no enfrentamento de questões culturais, emocionais e comportamentais relacionadas ao consumo e à autonomia econômica. Ao integrar abordagens metodológicas diversas — como entrevistas, grupo focal,

pesquisa de mesa, testes de usabilidade e aplicação de métricas —, reforça a importância de processos multidisciplinares e iterativos na construção de soluções digitais.

Sob uma perspectiva pessoal, este trabalho tornou-se um marco de amadurecimento. Criar um projeto voltado a um público do qual a autora também faz parte exigiu distanciamento crítico, empatia e responsabilidade. Foi um exercício constante de não se apoiar apenas em experiências individuais, mas em dados e escutas reais que ampliassem a visão sobre a diversidade de contextos da juventude brasileira. O processo fortaleceu a identidade da autora como designer comprometida com impacto social, ética de projeto e atuação sensível às realidades que deseja transformar.

Por fim, mais do que um projeto acadêmico, o Valo representa um convite à continuidade: seja pela implementação futura da solução, seja pela abertura ao diálogo interdisciplinar e pela busca de caminhos que aproximem o design das necessidades reais das pessoas.

3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste projeto permitiu investigar de forma aprofundada os desafios enfrentados por jovens brasileiros no que diz respeito à sua relação com o dinheiro, bem como propor uma solução digital fundamentada no Design Centrado no Usuário e nos princípios da Economia Comportamental. Ao longo da trajetória de pesquisa, foram aplicadas metodologias qualitativas e quantitativas que proporcionaram uma compreensão ampla do público-alvo e de suas dores mais recorrentes.

Através das quatro etapas do processo metodológico — entendimento do problema, geração de alternativas, teste e refinamento e implementação —, foi possível alcançar todos os objetivos propostos. Foram identificados os principais vieses cognitivos que dificultam a gestão financeira dos jovens; analisadas soluções existentes no mercado, revelando lacunas importantes; concebidas e priorizadas funcionalidades que incentivam mudanças de comportamento; e desenvolvido um protótipo de alta fidelidade validado com usuários reais. Os testes de usabilidade e a aplicação da métrica UMUX forneceram feedbacks relevantes, que subsidiaram ajustes importantes na linguagem, arquitetura da informação e coerência da interface.

O resultado final é um protótipo de aplicativo — o Valo — que vai além da organização financeira tradicional. A proposta combina ferramentas práticas de controle com conteúdos educativos e estímulos comportamentais pensados para promover autonomia e mudanças sustentáveis de hábitos. A abordagem personalizada, o estímulo à reflexão e o cuidado com a experiência do usuário são elementos que diferenciam a solução proposta e reforçam seu potencial de impacto social.

Este projeto, portanto, reafirma o papel do design como agente de transformação e como ferramenta estratégica para enfrentar problemas complexos de forma sensível, empática e estruturada. Mais do que apresentar uma solução técnica, o trabalho buscou valorizar o cotidiano e as subjetividades dos jovens, oferecendo caminhos viáveis para que possam assumir o protagonismo da própria vida financeira.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL. *Apenas 25% dos jovens de 18 a 30 anos fazem controle financeiro*. Brasília, 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2019-10/apenas-25-dos-jovens-de-18-30-anos-fazem-controle-financeiro>. Acesso em: 05 jun. 2025.
- ANBIMA. *Relação do brasileiro com o dinheiro*. São Paulo, 2023. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/relacao-do-brasileiro-com-o-dinheiro.htm. Acesso em: 05 jun. 2025.
- ANBIMA. *Raio X do Investidor Brasileiro – 8ª edição*. São Paulo, 2024. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/especial/raio-x-do-investidor-brasileiro.htm. Acesso em: 05 jun. 2025.
- ANBIMA. *Um terço da população brasileira conseguiu economizar em 2024, segundo pesquisa da ANBIMA*. São Paulo, 2025. Disponível em: https://www.anbima.com.br/pt_br/noticias/um-terco-da-populacao-brasileira-conseguiu-economizar-em-2024-segundo-pesquisa-da-anbima.htm. Acesso em: 05 jun. 2025.
- ANDI. *Qual a diferença entre adolescente e jovem?* Brasília, 2021. Disponível em: <https://andi.org.br/dicasparacobertura/qual-a-diferenca-entre-adolescente-e-jovem/>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- ARIELY, Dan. *Previsivelmente irracional: as forças ocultas que moldam nossas decisões*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Inclusão financeira do brasileiro avança, mas letramento financeiro ainda pode melhorar*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/detalhenoticia/747/noticia>. Acesso em: 06 jun. 2025.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Letramento Financeiro*. Brasília, 2022. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/cidadaniafinanceira/letramento_financeiro. Acesso em: 06 jun. 2025.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Relatório da OCDE avalia letramento financeiro entre adolescentes de 20 economias mundiais*. Brasília, 2022. Disponível em:

<https://aprendervalor.bcb.gov.br/site/aprendervalor/NoticiaAprenderValor/100/noticia>. Acesso em: 06 jun. 2025.

BANUTH, Rodrigo. *Como está a educação financeira dos jovens brasileiros? Uma análise a partir do PISA*. Brasília: CVM, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/penso-logo-invisto/como-esta-a-educacao-financeira-dos-jovens-brasileiros-uma-analise-a-partir-do-pisa>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BRASIL. *Comissão de Valores Mobiliários. Explorando as emoções e os vieses comportamentais no contexto financeiro*. Disponível em: <https://www.gov.br/investidor/pt-br/penso-logo-invisto/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

CAMP, Robert C. *Benchmarking: o caminho da qualidade total*. Andover: Cengage Learning, 1989.

CLEGG, D.; BARKER, R. *Case Method Fast Track: A Guide for Senior Managers*. Harlow: Pearson Education, 1994.

CNDL; SPC BRASIL; SEBRAE. *47% dos jovens da Geração Z não realizam o controle das finanças, aponta pesquisa CNDL/SPC Brasil*. Brasília, 2025. Disponível em: <https://cndl.org.br/politicaspublicas/47-dos-jovens-da-geracao-z-nao-realizam-o-contrôle-das-financas-aponta-pesquisa-cndl-spc-brasil/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). *CVM divulga relatório com balanço da Semana Nacional de Educação Financeira (SENEF)*. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/2023/cvm-divulga-relatorio-com-balanço-da-semana-nacional-de-educacao-financeira>. Acesso em: 20 jun. 2025.

“CONSUMIDOR jovem: como pesquisar e entender novos usuários?”. Insider, 2023. Disponível em: <https://insider.com.br/entender-os-habitos-do-consumidor-jovem/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

DOURADO, Bruna. *Mapa da empatia: o que é e 6 passos para criar um de qualidade*. Florianópolis: RD Station, 2022. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/mapa-da-empatia/>. Acesso em: 02 jul. 2025.

E-INVESTIDOR. LANZA, Lais. *Educação financeira: 59% dos brasileiros não sabe como organizar o orçamento*. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/educacao-financeira/educacao-financeira-pesquisa-onze-orcamento/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FEIJÓ, Janaína; PERUCHETTI, Paulo. *Jovens no mercado de trabalho*. Blog do IBRE, 11 abr. 2025. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/jovens-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 09 jun. 2025.

FINSTAD, K. *The Usability Metric for User Experience (UMUX) as a compact alternative to the SUS*. Journal of Usability Studies, v. 17, n. 2, p. 85–90, 2022.

FUNPRESP-JUD. *Apenas 16% dos brasileiros tiveram educação financeira na escola ou faculdade, mostra levantamento*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.funprespjud.com.br/apenas-16-dos-brasileiros-tiveram-educacao-financeira-na-escola-ou-faculdade-mostra-levantamento/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

GARRETT, Jesse James. *Os elementos da experiência do usuário: design centrado no usuário para a web*. São Paulo: New Riders, 2011.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, Pedro. *74% dos brasileiros seriam mais felizes com planejamento financeiro*. Radar Econômico – Veja, 2023. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar-economico/74-dos-brasileiros-seriam-mais-felizes-com-planejamento-financeiro/>. Acesso em: 12 jun. 2025.

GODOY, Arilda Schmidt. *Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais*. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 3, p. 20–29, 1995.

GOEKING, W. *13 vieses comportamentais que podem afetar suas decisões de investimentos*. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/objetivo/hora-de-investir/noticia/2022/07/08/13-vieses-comportamentais-que-podem-afetar-suas-decisoes-de-investimentos.ghtml>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

INSTITUTO LOCOMOTIVA. *Previdência privada cresce, mas obstáculos como as bets seguem assombrando o setor*. São Paulo, 30 nov. 2024. Disponível em: <https://ilocomotiva.com.br/>. Acesso em: 05 jun. 2025.

INVESTOPEDIA. *The 50/30/20 Budget Rule Explained With Examples*. 2015. Disponível em: <https://www.investopedia.com/ask/answers/022916/what-502030-budget-rule.asp>. Acesso em: 07 jul. 2025.

IIDA, Itiro. *Ergonomia: projeto e produção*. São Paulo: Blucher, 2005.

KAHNEMAN, Daniel. *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

LIEDTKA, Jeanne; OGILVIE, Tim. *Designing for growth: a design thinking tool kit for managers*. New York: Columbia University Press, 2011.

LIMA, José. *Design da informação: o uso da tipografia no design gráfico editorial*. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.

LOMBARDI, Paulo; SILVA, Mariana. *Cores e comportamento: implicações para o design de interfaces*. Revista Brasileira de Design, v. 15, n. 3, p. 107–124, 2020.

LOPES, A.; PAULA, C.; SILVA, J. *Influência dos vieses comportamentais no planejamento financeiro dos jovens brasileiros*. Revista Brasileira de Economia Comportamental, v. 4, n. 1, p. 45–62, 2022.

LOWDERMILK, Travis. *Design centrado no usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2013.

MEC. *Base Nacional Comum Curricular*. Brasília, 2017. Disponível em: <https://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

MEC. *Educação financeira*. Brasília, 2023. Disponível em: <https://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/35987-educacao-financeira>. Acesso em: 15 jun. 2025.

MOTIFF. *Plataforma Motiff*. 2025. Disponível em: <https://www.motiff.cc>. Acesso em: 10 jul. 2025.

NIELSEN, Jakob. *Usability Engineering*. San Diego: Academic Press, 1993.

NORMAN, Donald A. *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

OECD – ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. *PISA 2022 Results (Volume IV): Students' Financial Literacy*. Paris: OECD Publishing, 2024. Disponível em: https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-iv_5a849c2a-en.html. Acesso em: 15 jun. 2025.

OLIVEIRA, I. *Técnicas qualitativas para pesquisa em design: contribuições para a prática*. Revista Científica do ITPAC, v. 11, n. 2, p. 78–88, 2018.

OSTERWALDER, Alexander. *Value proposition design: como criar produtos e serviços que seus clientes desejam*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2015.

PEREIRA, C.; EDUARDO; MELO, F. R. *Aversão à perda e tomada de decisão financeira entre jovens adultos no Brasil*. Cadernos de Psicologia Econômica, v. 2, n. 1, p. 21–38, 2023.

PROPMARK. *Como as redes sociais influenciam no comportamento de consumo de jovens*. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://propmark.com.br/estudo-da-serasa-revela-que-redes-sociais-influenciam-no-comportamento-de-consumo-de-jovens-para-73-dos-adultos/>. Acesso em: 05 jul. 2025.

PRUITT, John; ADLIN, Tamara. *The Persona Lifecycle: Keeping People in Mind Throughout Product Design*. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2006.

PUCPR. *O que são finanças comportamentais e vieses cognitivos*. Paraná, 2022. Disponível em: <<https://posdigital.pucpr.br/blog/financas-comportamentais>>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SANTOS, M. R.; LUCAS, F. *Comportamento financeiro e decisões impulsivas: um estudo com universitários brasileiros*. Revista de Psicologia Econômica, v. 15, n. 2, p. 89–105, 2021.

SERASA. *O que é economia comportamental?* 2023. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/blog/economia-comportamental/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

“*SEU EU do futuro está pronto? A importância do planejamento financeiro*”. ION Itaú, 2023. Disponível em: <https://www.ion.itau/news/o-seu-eu-do-futuro-esta-preparadoa-para-o-planejamento-financeiro/>. Acesso em: 15 jun. 2025.

SNYDER, Carolyn. *Paper prototyping: the fast and easy way to design and refine user interfaces*. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2003.

SPC BRASIL. *46% dos brasileiros não controlam seu orçamento, revela pesquisa do SPC Brasil*. São Paulo, 2018. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/release_educacao_financeira_v7.pdf. Acesso em: 05 jun. 2025.

TEMCONTEÚDO (ABAC). *Geração Z e seus desafios para lidar com dinheiro*. 2022. Disponível em: <https://blog.abac.org.br/educacao-financeira/geracao-z-desafio-lidar-dinheiro>. Acesso em: 12 jun. 2025.

THALER, Richard H. *Misbehaving: a construção da economia comportamental*. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

VALOR INTESTE. *13 vieses comportamentais que atrapalham seu bolso*. 2023. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com>. Acesso em: 20 jun. 2025.

WARREN, Elizabeth; TYAGI, Amelia Warren. *All Your Worth: The Ultimate Lifetime Money Plan*. New York: Free Press, 2005.

APÊNDICE A – ROTEIRO GRUPO FOCAL

Roteiro

Grupo focal

Objetivo

Explorar a percepção dos participantes sobre a carência de ferramentas educativas acessíveis para ensinar jovens sobre emprego, tipos de trabalho e gestão financeira no início de suas jornadas profissionais. Identificar oportunidades e validar hipóteses para definir o foco do projeto.

Público

- 7 jovens (entre 18 e 29 anos), iniciando ou prestes a iniciar suas jornadas profissionais.

Aquecimento

- Se apresentar
- Explicar os objetivos da pesquisa e como vai funcionar
- Solicitar gravação.

Desafios no início da jornada de trabalho

1. Como foi ou está sendo a experiência de entrada no mercado de trabalho?
2. O que vocês consideram mais desafiador nesse processo?
3. Vocês sentem que receberam orientações suficientes sobre diferentes tipos de emprego (CLT, freelancer, empreendedorismo)?
4. Quais fontes você usa pra buscar informações sobre carreira?
5. Vocês sabem quais são seus direitos e deveres como trabalhadores?
 - Como aprenderam isso?

6. Alguma vez vocês tiveram dúvidas sobre FGTS, rescisão de contrato, imposto de renda ou outros temas trabalhistas?

- Como resolveu isso?

7. Se vocês pudessem aprender sobre esses temas antes de entrar no mercado de trabalho, o que vocês gostariam que tivesse sido ensinado?

Educação financeira

8. Como vocês aprenderam ou estão aprendendo sobre dinheiro e finanças?

9. Vocês sentem que tiveram uma educação financeira adequada? O que acham que deveriam ter aprendido?

10. Que desafios vocês já enfrentaram ao lidar com dinheiro?

11. Vocês já usaram algum aplicativo ou ferramenta para aprender sobre finanças? Como foi a experiência?

Interseção entre mercado de trabalho e gestão financeira

12. Vocês sentem que existe uma relação direta entre o seu conhecimento sobre carreira e sua habilidade de gerenciar dinheiro?

13. O que acham que um recurso educativo ideal deveria oferecer?

14. Vocês prefeririam aprender sobre esses temas separadamente ou juntos?

👏 Finalização

- Agradecer a disponibilidade e participação.

APÊNDICE B – ROTEIRO ENTREVISTA COM ESPECIALISTA

Roteiro

Entrevista com especialistas

Objetivo

Explorar a visão de especialistas sobre educação financeira e profissional, identificando desafios e oportunidades para jovens ingressando no mercado de trabalho.

Público

- Professor Doutor em Administração
 - Educadora financeira comportamental
-

Aquecimento

- Se apresentar
- Explicar os objetivos da pesquisa e como vai funcionar
- Solicitar gravação.
- “Poderia se apresentar brevemente e falar sobre sua trajetória acadêmica e profissional?”
- “Qual é a sua experiência com educação financeira e/ou profissional de jovens?”

Mercado de trabalho e formação profissional

1. Quais habilidades e competências você considera essenciais para que os jovens se destaquem ao ingressar no mercado de trabalho hoje?
2. Você percebe que há uma lacuna entre o que os jovens aprendem na escola/faculdade e o que o mercado exige? Se sim, quais são os principais gaps?
3. Como você vê o impacto da tecnologia e da digitalização nas oportunidades para os jovens que estão entrando no mercado de trabalho?
4. Que conselhos você daria para um jovem que não tem acesso a cursos pagos e quer se preparar para o mercado? Existem alternativas gratuitas e acessíveis que você recomendaria?

5. Muitos jovens ingressam no mercado de trabalho sem entender questões como imposto de renda, FGTS, direitos trabalhistas e contratos. Por que você acha que isso acontece?

6. Como esse desconhecimento pode prejudicá-los financeiramente e profissionalmente?

7. Como você acha que essas informações poderiam ser ensinadas de forma mais acessível para os jovens?

Educação financeira e hábitos financeiros

8. Na sua opinião, qual é a principal dificuldade dos jovens em relação à educação financeira?

9. Como você vê a importância da educação financeira na vida de um jovem que está começando a trabalhar?

10. Você acredita que a falta de educação financeira pode impactar negativamente a carreira e a estabilidade financeira de um jovem no longo prazo?

11. Quais são os principais erros financeiros que jovens costumam cometer ao ingressar no mercado de trabalho?

12. Como os jovens podem se organizar financeiramente desde o primeiro salário? Existe alguma metodologia simples que você recomendaria?

13. Você acredita que o ensino formal deveria incluir educação financeira como disciplina obrigatória? Como isso poderia ser implementado de forma eficiente?

Soluções

8. Quais iniciativas ou programas você conhece que são eficazes em ensinar educação financeira e profissional para jovens?

9. Você vê um potencial para soluções digitais, como aplicativos e plataformas online, na educação financeira e profissional dos jovens?

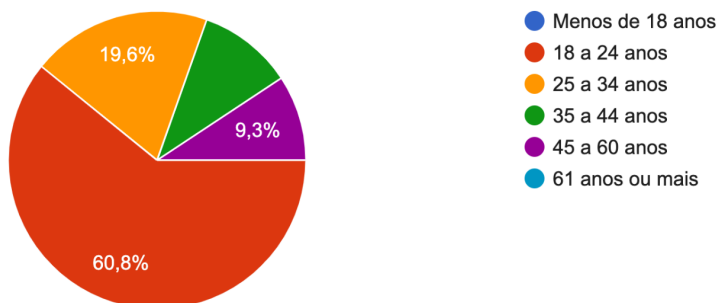
10. Se fosse desenvolver uma solução acessível para ajudar os jovens a lidarem melhor com suas finanças e carreira, quais aspectos você priorizaria?

11. Para finalizar, que conselho você daria para um jovem que está começando sua trajetória profissional e quer ter uma vida financeira equilibrada?

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO DE PERFIL

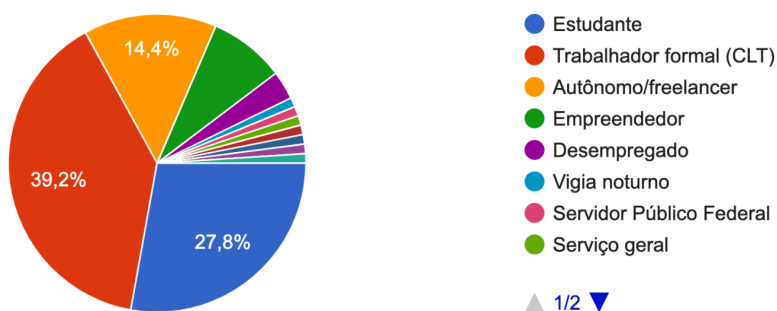
Qual a sua idade?

97 respostas



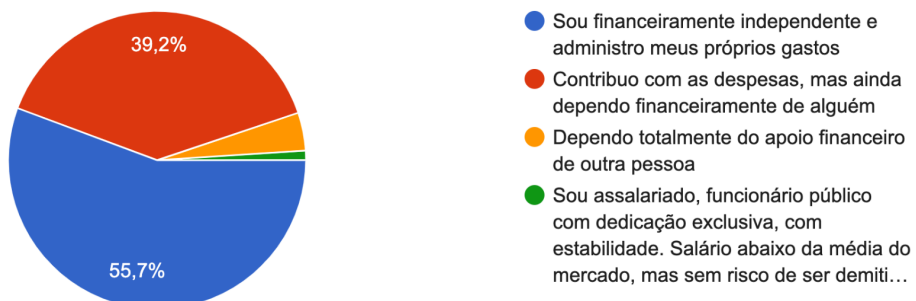
Qual sua ocupação principal?

97 respostas



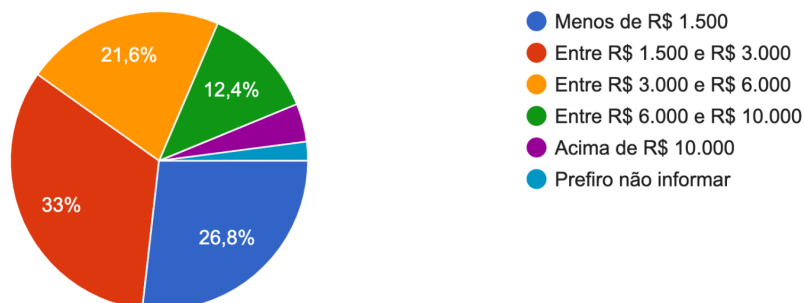
Como é sua situação financeira atualmente?

97 respostas



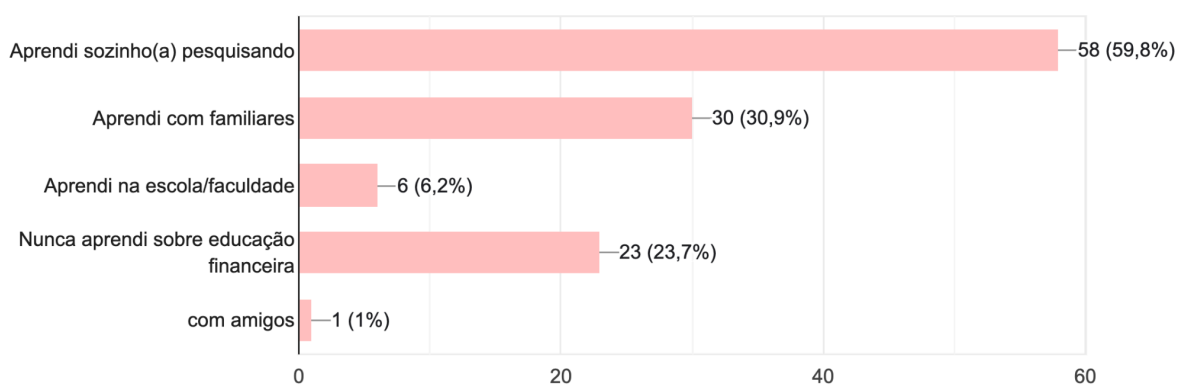
Qual a sua faixa de renda mensal?

97 respostas



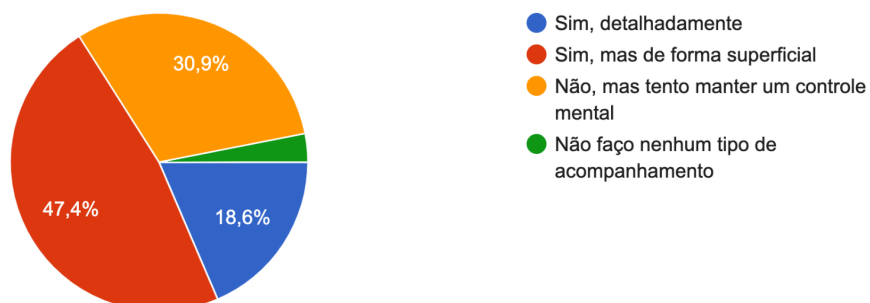
Como você aprendeu sobre dinheiro e finanças?

97 respostas



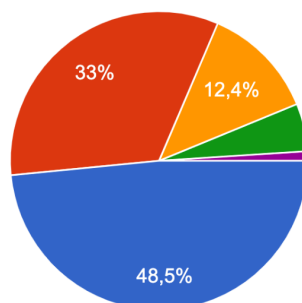
Você tem o hábito de anotar ou acompanhar seus gastos mensais?

97 respostas



Como você costuma tomar decisões financeiras?

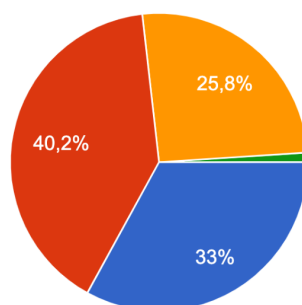
97 respostas



- Planejo antes e pesquisa bastante
- Decido no momento conforme necessidade
- Costumo agir por impulso
- Peço conselhos antes de decidir
- Não tenho muita paciência para analisar preços, mas vejo sempre se cabe no meu orçamento e se não me prejudicará financeiramente nem me deixará com pendências maiores do que posso arcar

Como você se sente em relação ao seu dinheiro?

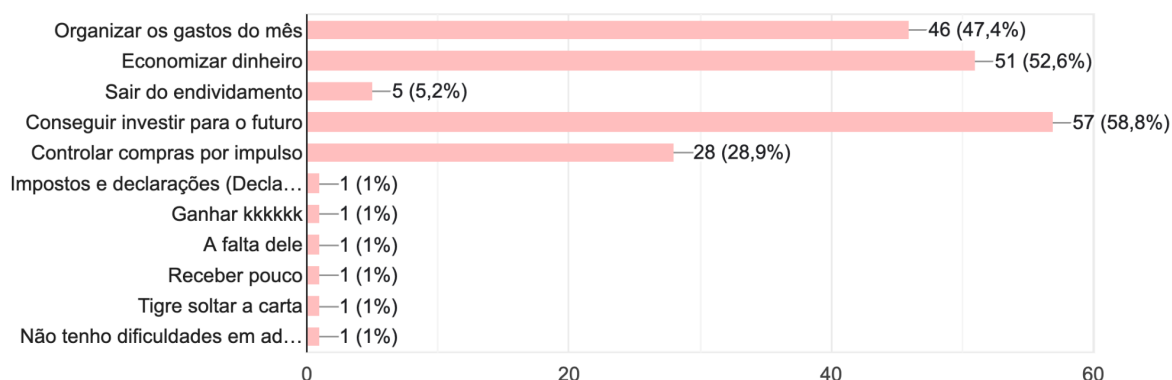
97 respostas



- Consigo gerenciar bem e estou satisfeito(a)
- Faço o possível, mas sempre há desafios
- Sinto que estou sempre apertado(a) financeiramente
- Tenho dívidas e não sei como resolver

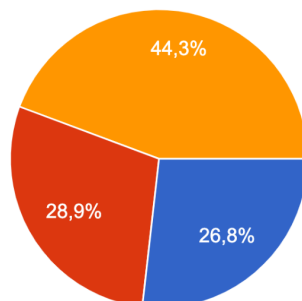
Qual sua maior dificuldade em relação ao dinheiro? (Escolha até 3)

97 respostas



Você já passou por uma situação de endividamento?

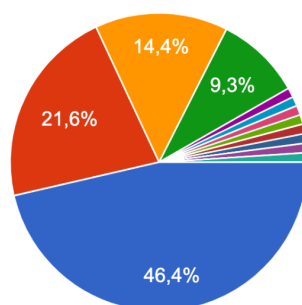
97 respostas



- Sim, e ainda estou pagando dívidas
- Sim, mas consegui sair
- Não, nunca me endividei

O que te impede de economizar mais dinheiro?

97 respostas

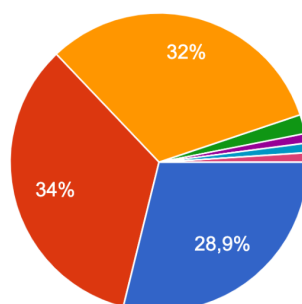


- Salário baixo/despesas altas
- Falta de planejamento financeiro
- Compras por impulso
- Falta de conhecimento sobre como economizar
- Não ter uma renda fixa
- Não ter tanta previsibilidade de ganhos
- Despesas inesperadas (médicos, remédios, etc.)
- não tenho dificuldade

▲ 1/2 ▼

Se pudesse melhorar um aspecto da sua vida financeira, qual seria?

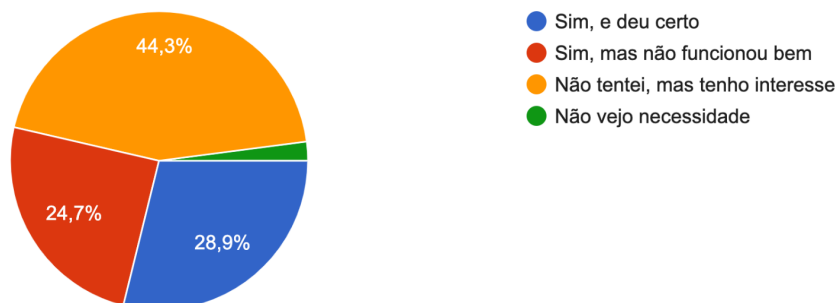
97 respostas



- Ter mais disciplina com o dinheiro
- Conseguir guardar dinheiro regularmente
- Aprender mais sobre investimentos
- Sair das dívidas
- Poder ter outras fontes de renda de forma menos burocrática, levando em...
- Ganhar na mega sena para ter como me sobreviver
- Começar no estelionato

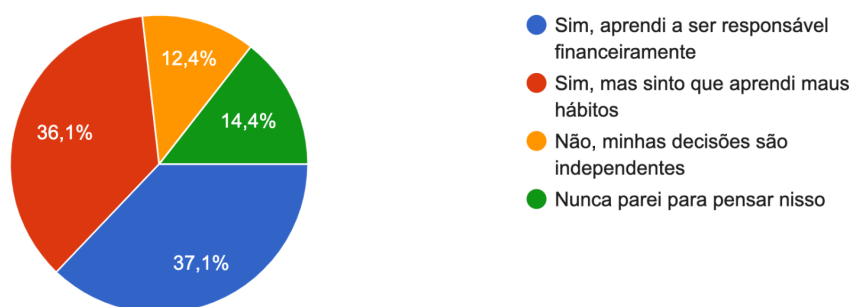
Você já tentou alguma estratégia para melhorar suas finanças?

97 respostas



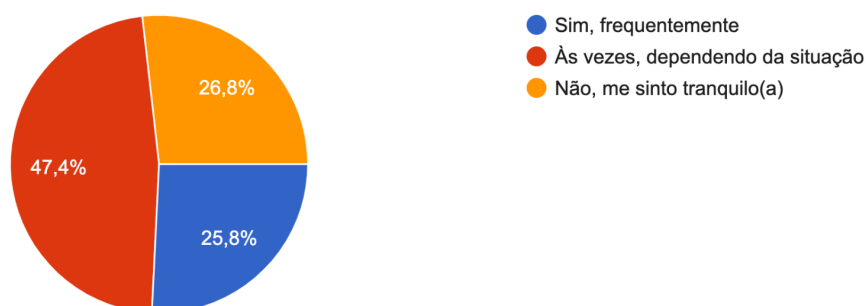
Você acredita que a forma como foi criado(a) influenciou seu comportamento com dinheiro?

97 respostas



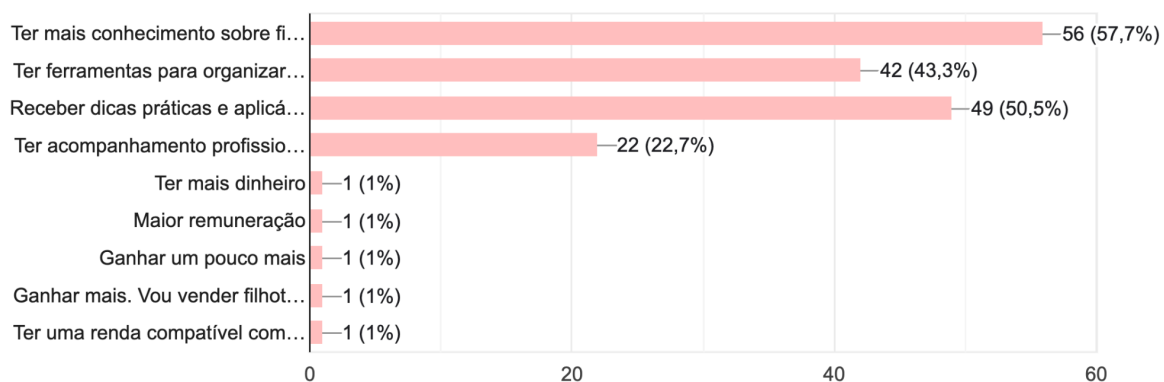
Você sente ansiedade ou estresse ao lidar com dinheiro?

97 respostas



O que você acha que poderia te ajudar a melhorar sua relação com o dinheiro?

97 respostas



APÊNDICE D – ROTEIRO TESTE DE USABILIDADE

Roteiro

Teste de usabilidade

Objetivo

Avaliar a usabilidade e entendimento das principais funcionalidades do protótipo do aplicativo Valo (telas de início, gastos, investimentos, educação e perfil), além de identificar oportunidades de melhorias.

Público

- 3 jovens (entre 18 e 29 anos) CLT
 - 2 jovens (entre 18 e 29 anos) PJ
-

Aquecimento

- Se apresentar
- Explicar os objetivos da pesquisa e como vai funcionar
- Solicitar gravação.

Quebra-gelo

1. “Antes da gente começar, queria entender um pouco mais sobre como você lida com dinheiro no dia a dia”

- Você costuma anotar e acompanhar seus gastos de alguma forma?
- Já usou algum app de finanças (tipo Nubank, Guiabolso, Organizze etc)? O que achou?
- Você tem o costume de guardar dinheiro? E investir?
- Qual seria sua maior dificuldade quando o assunto é dinheiro?

Análise livre do protótipo

- Link do protótipo:
<https://www.figma.com/proto/FkTZoghDEjIPo4jrzQRTU/Valo?page-id=0%3A1&node-id=50-4546&viewport=417%2C273%2C0.55&t=hLLTOb5rW7MrLPll-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=50%3A4546>
- Explicar sobre protótipo e como funciona

2. “Agora quero que você explore o protótipo livremente. Pode narrar o que estiver vendo, e dizer o que entende de cada parte, o que te parece útil ou confuso. Depois a gente vai fazer tarefas juntos”

- O que mais chamou sua atenção até agora?
- Alguma coisa ficou confusa ou sem contexto?
- O que parece mais útil no app? E o que você provavelmente não usaria?
- [Entender como o usuário explora as telas, verificar se ele entende para que servem as caixinhas, metas, gráficos, saldos e se menciona funcionalidades como modo consciente, certificados, registros de humor]

Testando a usabilidade

5. Imagine que você quer ver o quanto já gastou esse mês e com o quê.

- Onde você iria?
- O que você entende dessas informações?
- Algo não ficou claro?
- Sentiu falta de algo?

6. Imagine que você quer investir R\$ 100 em algum ativo.

- Onde você iria?
- O que você entende dessas informações?
- Algo não ficou claro?
- Sentiu falta de algo?

7. Imagine que você começou um curso sobre FGTS e quer terminar.

- Onde você iria?
- O que você entende dessas informações?
- Algo não ficou claro?
- Sentiu falta de algo?

8. Imagine que você quer ver quando já guardou pro seu apartamento.

- Onde você iria?
- O que você entende dessas informações?
- Algo não ficou claro?

- Sentiu falta de algo?

Escala UMUX

9. Numa escala de 1 a 5, sendo 1 pouco e 5 muito, o quanto você concorda com essas afirmações?

- Este sistema é útil para o que preciso.
- Este sistema é fácil de usar.
- Eu consigo usar este sistema sem muita ajuda.
- Este sistema atende às minhas necessidades.

Perguntas de encerramento

10. O que você mais gostou no aplicativo?

11. O que você mudaria no aplicativo?

12. Você se vê usando esse aplicativo no seu dia a dia? Por quê?

👏 Finalização

- Agradecer a disponibilidade e participação.