

PLANO DE AÇÃO
Biênio 2017-2018

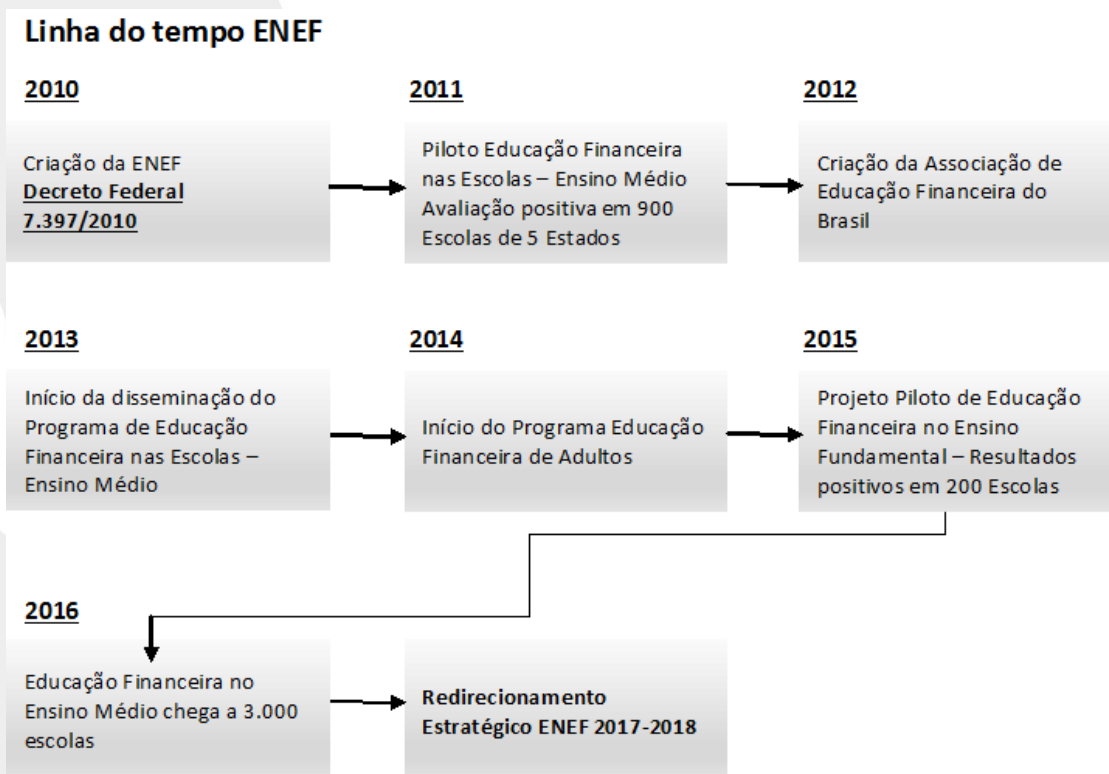
SUMÁRIO

PARTE I – APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL.....	3
PARTE II – VISÃO GERAL DO PLANO DE AÇÃO.....	5
PARTE III – PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS ESCOLAS ..	6
3.1 CRIAÇÃO DO ECOSISTEMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA	6
3.2. COMPONENTES DO ECOSISTEMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA	7
COMPONENTE 1 – CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO.....	7
COMPONENTE 2 – REDE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES	13
COMPONENTE 3 – GAME DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA.....	19
COMPONENTE 4 – PLATAFORMA INTEGRADORA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA	26
PARTE IV – PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ADULTOS	32
PARTE V – MAPEAMENTO DAS INICIATIVAS NACIONAIS DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA e SELO ENEF	39
PARTE VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43

PARTE I – APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

A Associação de Educação Financeira do Brasil – AEF-Brasil, é uma OSCIP, Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, criada em 2012 pelo Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF, para apoiar a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, decreto Nº 7.397, de 22 de dezembro de 2010, conforme consta do artigo 1º:

Fica instituída a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF - com a finalidade de promover a educação financeira e previdenciária e securitária, com vistas a contribuir para o fortalecimento da cidadania, a eficiência e solidez do sistema financeiro nacional e a tomada de decisões conscientes por parte dos consumidores. Decreto lei 7.397 de 22 de dezembro de 2010.



Para o pleno desenvolvimento e estruturação das ações constantes deste **Plano de Ação**, caberá à AEF-Brasil captar os recursos financeiros, adequar os recursos técnicos e mobilizar as parcerias para uma qualificada execução dos programas, conforme consta da cláusula primeira do convênio entre a AEF-Brasil e o CONEF: “O presente convênio tem como objeto estabelecer a

cooperação entre o CONEF e a ASSOCIAÇÃO para a concepção, planejamento, estruturação, desenvolvimento, implantação e administração de iniciativas de educação financeira e previdenciária de caráter transversal que integram a ENEF”.

É importante ressaltar que, além das iniciativas incluídas neste documento, a AEF-Brasil prevê um investimento em estratégias de Relações Públicas e produção de conteúdo para os seus canais oficiais neste próximo biênio 2017-2018. O objetivo é fortalecer a reputação da marca, tornar a organização referência em relação à temática da educação financeira, disseminar boas práticas, ampliar a rede de professores aderentes ao tema e, por fim, valorizar e difundir todos os programas aqui relatados.

PARTE II – VISÃO GERAL DO PLANO DE AÇÃO

O presente **Plano de Ação** tem por objetivo apresentar as principais ações propostas para o biênio 2017-2018, aprovadas pelo CONEF na reunião de setembro de 2016, assim como as diretrizes de continuidade e os aprimoramentos necessários para a execução dos programas. Compõem este **Plano de Ação**:

- A criação do Ecossistema de Educação Financeira nas escolas por meio da execução de projetos e componentes, a partir do Redirecionador Estratégico do CONEF de setembro de 2016.
- Disseminação do Programa Educação Financeira para Adultos: mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família e aposentados com renda até dois salários mínimos em situação de superendividamento.
- Realização do segundo mapeamento das iniciativas de educação financeira no País.
- Realização da segunda edição do Selo ENEF.

PARTE III – PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA NAS ESCOLAS

3.1 CRIAÇÃO DO ECOSSISTEMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Durante o primeiro semestre de 2016, duas ações condicionaram a reestruturação do Programa Educação Financeira nas Escolas, sendo elas:

a) Planejamento Estratégico

Em parceria com a IBM América Latina, especificamente com a área de Cidadania e Assuntos Corporativos, foram realizados *workshops* com a equipe da AEF-Brasil, que resultaram no desenvolvimento de um planejamento estratégico, cujo objetivo é responder diretamente às necessidades da organização, de forma a definir diretrizes atualizadas de atuação para a criação de novos projetos, aprimoramento das ferramentas e práticas de gestão, além de estruturar novos modelos de mobilização de recursos.

b) Redirecionador Estratégico

A Comissão de Valores Imobiliários – CVM apresentou ao CONEF o documento “Proposta de Redirecionador Estratégico¹” elaborado “[...] a partir de reflexões e levantamentos realizados com especialistas do setor educacional, tendo envolvido, ainda, a revisão da legislação e da regulamentação aplicáveis à educação em geral e, em especial, à educação financeira no Brasil”.

Este documento propõe mudanças metodológicas do Programa Educação Financeira nas Escolas e concebe o professor como agente central das iniciativas. Propõe ainda maior integração entre as instâncias e programas/iniciativas já existentes sobre o tema, estímulo a ações para produção de conteúdo de forma descentralizada pelos professores, além da criação de projetos voltados para a formação dos professores.

O Planejamento e Redirecionador Estratégicos são, portanto, considerados como condição prévia para reestruturação do Programa Educação Financeira nas Escolas.

É importante ressaltar que, passados quatro anos, há evidentes mudanças no padrão de comportamento no que tange à utilização das tecnologias da informação. A ampliação do meio virtual como ferramenta de trabalho, a propagação das redes sociais e a utilização de *games* pedagógicos apontam que são necessárias ações para criação de ambientes de aprendizagem digitais do Programa que estejam em sintonia com a cultura digital atual.

¹Documento apresentado em reunião da Comissão Permanente em julho/2016 e para posterior deliberação do CONEF em reunião de agosto/2016

Apresenta-se ainda, como demanda recorrente na AEF-Brasil, a necessidade de formalização do estabelecimento de uma Rede da Educação Financeira. Em consoante com a atuação nas escolas públicas, há importantes instituições e organizações que estão realizando ações exitosas em educação pelo País. Por meio de parcerias formalizadas, será possível levar o tema para jovens e crianças inscritos em outros programas cujas temáticas dialogam com educação financeira. Estas parcerias serão estruturadas a partir da cocriação entre as partes para que aportem seus mais qualificados conhecimentos, conteúdos e estruturas, trazendo insumos para o desenvolvimento de novos projetos que estejam alinhados às diretrizes da ENEF.

Como resultado dessas premissas, o Ecossistema da Educação Financeira, ilustrado pela figura que segue, deverá remodelar a abordagem do Programa Educação Financeira nas Escolas.

ECOSSISTEMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

4 Componentes



3.2. COMPONENTES DO ECOSSISTEMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

COMPONENTE 1 – CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO

a) Concepção

Estão previstas neste biênio 2017-2018 duas importantes estratégias de comunicação para ampliar a disseminação e adesão ao tema de educação financeira na educação: parceria com a TV Escola, televisão pública do Ministério da Educação destinada aos professores, educadores, alunos e a todos os interessados em aprender, e a organização de um evento para o

reconhecimento público dos professores que desenvolvem iniciativas de sucesso em todo o País a partir das Tecnologias Sociais (TS) disponibilizadas pela AEF-Brasil.

TV Escola

A parceria entre a AEF-Brasil e a TV Escola estabelece-se por meio da concepção e realização de uma série de conteúdos audiovisuais de educação financeira para múltiplas plataformas com o objetivo de apoiar professores, gestores escolares, pais e alunos no desenvolvimento de uma cultura para o “comportamento financeiro saudável e consciente”, que resulte na melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Este projeto está dividido na concepção de três produtos: Série de Interprogramas “Tá tudo azul”, Série Documental “Sua Escola, Nossa Escola” e Programa de TV “Um salto para o futuro”.

A Série “Tá tudo azul” consiste em um canal de uma youtuber fictícia que faz vídeos respondendo perguntas sobre educação financeira afins ao mundo dos jovens. Com o intuito de tornar os adolescentes mais conscientes de suas decisões relacionadas aos seus recursos, é preciso, primeiro, demonstrar que estão sendo tomadas decisões o tempo inteiro e que elas geram consequências desejáveis ou não. A série dá visibilidade a situações corriqueiras, a partir de um formato com grande apelo para o público jovem, como forma de chamar atenção para a importância de educação financeira. Tratará de crédito, investimento, proteção, consumo e planejamento a partir de temas como Vida Pessoal e Familiar Cotidianas, Bens Pessoais e Públicos, Trabalho e Empreendedorismo, Grandes Projetos, Economias do País e do mundo etc.

“Sua Escola, Nossa Escola” é uma série documental da TV Escola que nasceu em 2008. Está em sua sexta temporada e vem mostrando experiências exitosas com foco na melhoria dos processos de ensino e aprendizagem em escolas da rede pública. Será totalmente gravada na escola, cada episódio irá mostrar como professores da rede pública de ensino modificaram a realidade de suas escolas, realizando ou aperfeiçoando projetos, mobilizando alunos e comunidade escolar.

O programa “Salto para o Futuro” coloca, semanalmente, em pauta os desafios da educação. Os apresentadores Bárbara Pereira e Murilo Ribeiro recebem dois convidados no estúdio entre especialistas, profissionais da educação, representantes do poder público e entidades vinculados à área institucional para debater diferentes aspectos do mundo da educação. Apresentará conteúdos sobre novas leis, decretos, normas, portarias, projetos e políticas de educação com atenção prioritária ao plano federal, com acompanhamento de estados e municípios; atividades das Comissões de Educação do Senado e da Câmara Federal; novos métodos e tecnologias de ensino, iniciativas escolares, projetos pedagógicos desenvolvidos no setor público ou privado, pesquisas e trabalhos científicos nas áreas de pedagogia, gestão escolar e afins, incluindo esporte estudantil nas diversas modalidades.

Evento de reconhecimento dos professores

A AEF-Brasil coordenará um evento de reconhecimento público dos professores. O evento pode ser realizado no formato de premiação ou concurso e sua metodologia será definida em atividade de cocriação com os parceiros estratégicos.

b) Objetivos

TV Escola

Estabeleceram-se como objetivos específicos para cada um dos três produtos da parceria com a TV Escola:

- “Tá Tudo Azul”: o objetivo do programa é desmistificar, de forma bem-humorada, o que normalmente se entende por educação financeira, ampliar a compreensão sobre o assunto e mostrar a diferença que esta pode fazer na vida cotidiana dos adolescentes e, conseqüentemente, de suas famílias.
- “Sua Escola, Nossa Escola”: tem como objetivo sensibilizar a comunidade escolar para a importância da educação financeira dando visibilidade a projetos já existentes. Ao também mostrar o passo a passo da implementação das propostas, Sua Escola, Nossa Escola – Educação Financeira busca motivar a replicação de ações exitosas na área.
- “Salto para o Futuro”: o objetivo estabelecido é criar um espaço nos meios de comunicação de massa de informação e debate específico sobre o mundo da educação, incluindo a divulgação de suas agendas. O “Salto para o Futuro” é uma referência para a comunidade escolar, poder público e sociedade em geral na disseminação e discussão de temas educacionais.

Evento de reconhecimento público dos professores

- Reconhecer as iniciativas de sucesso de professores que foram capacitados no Programa Educação Financeira nas Escolas.
- Engajar os professores para disseminar a educação financeira nas Escolas.
- Escalar a Rede de Educação Financeira.
- Disseminar boas práticas de educação financeira.

c) Resultados desejados

TV Escola

A larga escala de atuação da TV Escola nas escolas públicas, bem como a sua utilização por milhares de professores em todo o País, são os diferenciais para que possam ser atingidos os públicos de interesse da AEF-Brasil. A distribuição dos programas produzidos pela TV Escola em parceria com a AEF-Brasil em todo o território nacional terá como foco os seguintes meios:

- Satélite C2 compartilhado pela TV Escola com Globo, SBT e Band.
- 133 municípios atendidos pela NET.
- 144 operadoras transmitem a TV Escola.
- 48.661 escolas com parabólicas.
- 22 milhões de parabólicas.
- TV a cabo (7 milhões - público alcançado).
- Sinal digital aberto.

Estão previstas, ainda, a inserção de todos os programas na plataforma virtual que atualmente atingem:

- + 400 mil seguidores.
- + 400 mil aplicativos instalados.
- + 360 mil alunos cadastrados.
- + 700 mil professores cadastrados.
- + 30 mil acessos por dia.

Evento de reconhecimento público dos professores

- Adesão de professores de todo o País – a meta será determinada a partir da atividade de cocriação.
- Disseminação das boas práticas reconhecidas por meio do projeto da TV Escola.
- Valorização do projeto pela imprensa especializada no tema educação.

d) Estratégias de desenvolvimento

TV Escola

A série “Tá Tudo Azul”, que contará com a produção de 13 vídeos, tem como formato o uso de uma atriz, que interpreta uma *youtuber* e responde perguntas triviais de seus seguidores adolescentes. Dentro de seu próprio quarto, produz vídeos caseiros de até cinco minutos com edições e inserções gráficas amadoras e, depois, posta em seu canal na internet. Com um texto que parece espontâneo e muito bem-humorado, fazendo sempre referências a cultura pop, ela dá conselhos sobre conflitos que, em princípio, parecem “coisas” de adolescentes, mas que surpreendem quando, na verdade, o assunto se trata de decisões financeiras. Além dos vídeos serem postados no canal real no YouTube, serão exibidos na TV Escola e disponibilizados para *download* na plataforma *on-line* e página do Facebook do canal. Uma conta no Instagram, vinculada ao canal do YouTube, será criada e as fotos farão referências aos temas trabalhados nos vídeos para ajudar a divulgá-lo.

A série “Sua Escola, Nossa Escola” será composta por cinco episódios de 26 minutos, e o foco do programa é o trabalho dos professores e as metodologias aplicadas no processo de ensino e aprendizagem. Por meio de entrevistas com professores, pais, alunos, diretores, coordenadores pedagógicos e outros personagens do cotidiano escolar, o programa mostra o passo a passo do projeto aplicado. Estarão retratadas boas práticas em educação financeira nas escolas.

O programa “Salto para o Futuro” terá formato de realização de debates semanais em estúdio conduzido por dois âncoras. O episódio tem a duração de 52 minutos.

O Plano de mídia a ser realizado na parceria com a TV escola, conta com produtos que geram comunicação multimeios, a saber:

- Vinheta institucional 15” – antes de cada programa.
- Comerciais 30” – no intervalo do programa.
- Cartela de apoio institucional 5” – depois da chamada do programa.
- Cartela de apoio institucional 5” - depois do interprograma.
- Banner patrocínio da AEF-Brasil e dos Patrocinadores no portal AVA.
- Banner patrocínio nas redes sociais do projeto.
- Logomarca e/ou citação dos patrocinadores no material de comunicação.

Evento de reconhecimento público dos professores

A metodologia será definida em atividade de cocriação com os parceiros estratégicos, inspirada em iniciativas semelhantes realizadas no País para este público, entre elas o “Prêmio Professores do Brasil”, capitaneado pelo Ministério da Educação, e a Olimpíada de Língua Portuguesa Escrevendo o Futuro, realizada pela Fundação Itaú Social.

e) Comunicação e engajamento

TV Escola

Com o objetivo de levar a temática da Educação Financeira de forma lúdica e informativa para professores, alunos e pais de todo o Brasil, será realizado, durante a Semana ENEF, o lançamento nacional da Campanha TV Escola e Prêmio. Nas semanas anteriores, a TV Escola lançará chamadas curtas para a divulgação da Campanha e, na Semana ENEF, os esforços de mobilização serão potencializados. Na ocasião, serão divulgados os resultados da Semana ENEF e da Plataforma da AEF-Brasil, disponibilizados os conteúdos na Plataforma (website), além da divulgação que será realizada pelos membros do CONEF.

Evento de reconhecimento público dos professores

A parceria com a TV Escola será determinante para divulgar a ação de reconhecimento dos professores e atrair pessoas interessadas em participar. Serão ainda utilizados os canais oficiais da AEF-Brasil e seus parceiros, além de estratégias para conquistar mídia espontânea especializada em educação.

f) Avaliação

TV Escola

A mensuração dos resultados da Campanha será realizada por meio da verificação no aumento do tráfego no *website* www.vidaedinheiro.gov.br, uma

vez que todas as ações terão *Call to action (chamada para ação)* para acesso do *website*.

Evento de reconhecimento público dos professores

A avaliação da ação de reconhecimento dos professores será construída com os parceiros. A meta é valorizar iniciativas, projetos, planos de negócio realizados dentro e fora da sala de aula, evidenciando assim o impacto da temática em todo o *locus* de atuação do docente.

g) Cronograma

Ações	Cronograma	Critérios de Avaliação
a. Contratar e produzir vídeos com TV Escola b. Definir escopo e modelo do Prêmio	Até março/2017	Verificação no aumento do tráfego no <i>site</i> www.vidaedinheiro.gov.br , uma vez que todas as ações terão o <i>call to action</i> para acesso do <i>site</i>
c. Apresentar piloto dos vídeos para CONEF e lançar um vídeo de cada série na Semana ENEF d. Lançar Prêmio na Semana ENEF	Até maio/2017	Número de professores inscritos para concorrer ao Prêmio Número de artigos e/ou projetos de pesquisa enviados para avaliação
a. Estrear dez programas, adicionar os demais na grade; b. Receber e avaliar iniciativas concorrentes do Prêmio	Até outubro/2017	Demanda externa pelo curso de educação financeira

a. Estrear mais dois programas		
b. Definir vencedores e realizar evento de premiação	Até dezembro/2017	
a. Estrear mais quatro programas		
b. Divulgar vencedores	Até abril/2018	
a. Reexibir programas	Até dezembro/2018	

h) Orçamento

Parceria AEF Brasil e TV Escola

- Série de Interprogramas – Tá Tudo Azul – R\$ 260.000,00 para treze episódios.
- Série de TV – Sua Escola, Nossa Escola – R\$ 300.000,00 por cinco episódios.
- Programa Salto para o Futuro, especial temático – um episódio contrapartida Roquette Pinto.

Evento de reconhecimento público dos professores

O evento de reconhecimento público dos professores, a ser realizado provavelmente no formato de prêmio, será oferecido aos professores que desenvolverem as iniciativas mais inovadoras em educação financeira no País. Um processo de chamada pública para inscrição de participantes está previsto entre maio (semana ENEF) e agosto de 2017. Entre setembro e novembro, acontecerá o processo de curadoria e em dezembro o evento de premiação dos professores. Esse evento será organizado no Rio de Janeiro e terá a presença da CVM (Presidência do CONEF) e OCDE, entre outros.

COMPONENTE 2 – REDE DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES

a) Concepção do projeto

De acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para Educação Básica, Art. 14 da Resolução CNE/CEB nº 4/2010:

[...] a base nacional comum na Educação Básica constitui-se de conhecimentos, saberes e valores

produzidos culturalmente, expressos nas políticas públicas e gerados nas instituições produtoras do conhecimento científico e tecnológico; no mundo do trabalho; no desenvolvimento das linguagens; nas atividades desportivas e corporais; na produção artística; nas formas diversas de exercício da cidadania; e nos movimentos sociais.

De forma a qualificar o professor e posicioná-lo como principal agente do tema educação financeira, será estabelecida uma Rede que sustente ações de formação acadêmica em educação financeira, de modo a contribuir para o desenvolvimento do Ecossistema de Educação Financeira.

A proposta visa o estabelecimento de parceria com instituições federais de ensino superior e secretarias de educação estaduais e municipais para criação de cursos que ofereçam certificação e possibilitem progressão continuada na carreira dos cursistas.

Em 2017, a previsão é executar o projeto-piloto em até três estados do País. Em cada um deles será definida uma universidade que servirá como polo de conhecimento. Os estados preestabelecidos foram: Região Norte – responsável UFT, Região Nordeste – responsável UFRN e Região Sul – responsável UFRGS. Este piloto será referência para que as melhores práticas realizadas sejam adotadas por novos estados a partir de 2018 e, desta forma, haja a expansão dos polos estruturada pelas experiências adquiridas. A ampliação do número de polos de forma qualificada permitirá a criação de uma Rede Nacional de Formação de Professores que integre saberes, permita a troca de conhecimentos e atenda às especificidades regionais.

De acordo com a segunda versão da Proposta da Base Nacional Curricular Comum – BNC,² o tema educação financeira configura-se como uma temática “especial” estabelecida no eixo “Economia, Educação Financeira e Sustentabilidade”. O desafio que se cumpre é torná-lo essencial, ou seja, parte do ambiente escolar, associado à cultura da escola, conforme proposto na proposta de Redirecionamento Estratégico. Assim sendo, há uma trajetória a ser cumprida até que a educação financeira passe a integrar o currículo escolar. O foco em ações dirigidas aos professores contribuirá para a criação de uma massa crítica que possibilite a efetiva incorporação do tema no ambiente escolar conforme descrito na Proposta de Redirecionamento Estratégico elaborada pela CVM:

² Documento formulado pelo Ministério da Educação (MEC), que conta com a participação da sociedade, cujo objetivo é apresentar “os conhecimentos essenciais aos quais todos os estudantes brasileiros têm o direito de ter acesso e se apropriar durante sua trajetória na Educação Básica, ano a ano, desde o ingresso na Creche até o final do Ensino Médio” disponível em: <http://www.mec.gov.br/>.

“Para que a educação financeira se insira no cotidiano das escolas, é fundamental que professores, alunos e gestores produzam sentidos para experiências vivenciadas em projetos e atividades sobre a temática. Nesse sentido, a presente proposta de redirecionamento estratégico do Programa Educação Financeira nas Escolas, com foco na formação de professores, pretende que a temática não mais seja alheia ao currículo, capaz de se constituir como uma cultura escolar. **Nesta perspectiva, o professor passa a ter um papel central, como verdadeiro protagonista no processo de disseminação do tema na escola. Está bem estabelecido que o foco na distribuição de material didático não garante a efetiva aplicação em sala de aula (grifo nosso)**”

b) Objetivos

O objetivo geral deste componente é constituir uma Rede de Educação Financeira no País, a ser estruturada em polos estaduais constituídos por universidades federais, secretarias de Educação e a AEF-Brasil, que possibilite formar professores em curso de extensão de Educação Financeira, de forma a qualificá-los para que executem projetos de Educação Financeira nas Escolas.

Como objetivos específicos, é possível citar:

- Propiciar formação qualificada e inclusiva em educação financeira por meio de parcerias entre a AEF-Brasil, universidades e secretarias de Educação.
- Valorizar o professor como agente central de mudança e protagonista da disseminação do tema.
- Aumentar a proficiência financeira dos professores participantes.
- Fomentar uma massa crítica com professores qualificados para disseminar a educação financeira.
- Fortalecer a criação de conhecimento científico com a produção de artigos, dissertações etc.
- Estimular o desenvolvimento de uma cultura de educação financeira nas escolas dos cursistas participantes.
- Criar ambiente virtual de aprendizagem constituído de ferramentas interativas, publicações e espaços para trocas de experiências e conhecimentos.
- Possibilitar certificação dos participantes com chancela das universidades promotoras.

c) Resultados desejados

As principais atividades do componente polos aqui descritas visam garantir flexibilidade nos processos, tanto em sua realização quanto na sua exequibilidade, de forma que os participantes contribuam em ambiente de cocriação com aporte de conhecimentos. Cada polo estabelecido será um ponto de conexão da Rede de Educação Financeira a ser estabelecida.

Para a realização do projeto-piloto, haverá o estabelecimento de até três Redes de Formação, com o objetivo de capacitar 50 professores em cada uma, nas regiões Norte, Nordeste e Sul que, por sua vez, desenvolverão cursos de extensão na modalidade EaD, atingindo assim até 150 professores da educação básica no ano de 2017. Cada um dos professores capacitados deverá produzir um artigo, plano de negócios, relato de pesquisa e/ou atividade em sala, dentre outros, e ainda apresentar projeto de pesquisa científico com aplicabilidade prática na escola, que deverá ser utilizado como trabalho de conclusão ao final do curso.

Os cursos de extensão, realizados em modalidade EaD, deverão contar com no mínimo 40 horas e no máximo 200 horas de formação e seu desenvolvimento estará sob a responsabilidade das universidades, atendendo a peculiaridade regional de cada Secretaria de Estado de Educação - SEDUC.

Após a avaliação dos resultados será possível desenvolver as diretrizes para a disseminação do projeto para outros estados em 2018 de forma a dar escalabilidade ao projeto da Rede, promovendo a ampliação da Rede de Educação Financeira no Brasil.

d) Estratégias de desenvolvimento

A atuação conjunta entre AEF-Brasil, universidades e secretarias de Educação estabelecerá uma aproximação dos já consolidados conhecimentos e *expertises* de cada uma das partes gerando, assim, o desenvolvimento do Curso de Extensão em Educação Financeira para Professores de Escolas Públicas. O curso será oferecido em ambiente virtual de aprendizagem e constituído de ferramentas interativas que amparem publicações, contenham espaços para trocas de experiências e conhecimentos.

Para a perfeita execução da parceria, especialistas em educação financeira indicados pela AEF-Brasil, professores e técnicos das SEDUCs, além de especialistas das universidades comporão um corpo docente capaz de aliar teoria com prática em modalidade semipresencial e/ou EaD, que contemple conteúdos essenciais sobre educação financeira. Cabe destacar que o curso considerará ainda formação para utilização do material didático, sua metodologia de aplicação e conteúdos abordados nos livros. O material didático, tanto do ensino médio quanto para o fundamental, encontra-se disponível em formato digital, sob licença *Creative Commons*, no [website www.edufinanceiranaescola.gov.br](http://www.edufinanceiranaescola.gov.br).

A Rede estabelecida contará com produção descentralizada de conteúdos educacionais e uma gestão participativa que seja capaz de integrar produções respeitando as especificidades locais.

e) Comunicação e engajamento

O estabelecimento de Rede formalizada de iniciativas incentiva o aproveitamento de recursos já existentes, potencializando-os e permitindo a exploração qualificada do tema, bem como a expansão do raio de atuação. Como importantes pontos a serem explorados e incorporados na Rede, será possível contar com a comunicação a ser realizada nos diversos componentes descritos neste **Plano de Ação**, destacando-se principalmente as ações da TV Escola (viabilizadas na Campanha de Comunicação, item detalhado no Componente 2 desde documento) e a Plataforma Integradora, ferramenta tecnológica que deverá consolidar e amparar todas as ações do Ecosistema de Educação Financeira proposto.

Vale ressaltar que todos os participantes dos polos serão convidados a divulgar e disseminar a evolução, produções e resultados referentes às ações. Universidades, MEC, SEDUCs e Consed poderão contribuir com suas estruturas e públicos-alvo para potencializar o alcance da comunicação.

A origem da palavra rede vem do latim *retis*, cujo significado remete a fios entrelaçados que formam um tecido. As redes são mesmo formadas por pontos (pessoas/organizações) ligados por fios que os conectam (comunicação). E quanto maior for o número de conexões, maior é sua capacidade de obter resultados.

De acordo o sociólogo Manuel Castells (2005), o conceito é traduzido como:

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é a estrutura formal (vide Monge e Contractor, 2004). É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de performance para a rede.³

³Manuel Castells Oliván (Hellín, 1942) é um sociólogo espanhol. Entre 1967 e 1979 lecionou na Universidade de Paris, primeiro no campus de Nanterre e, em 1970, na “*École des Hautes Études en Sciences Sociales*”. No livro “A sociedade em rede: do Conhecimento à Política”, o autor defende o conceito de “capitalismo informacional”.

Para que a educação financeira se insira no cotidiano das escolas, é fundamental que professores, alunos e gestores produzam sentidos para experiências vivenciadas em projetos e atividades sobre a temática. Nesse sentido, o componente pretende que a temática não mais seja alheia à cultura escolar, passando a atribuir um papel central ao professor como verdadeiro mediador no processo de disseminação do tema na escola.

f) Avaliação

Para a avaliação qualitativa e quantitativa do projeto-piloto, KPIs (indicadores de performance) serão cocriados entre universidades federais, SEDUCs e AEF-Brasil, de forma a demonstrar a viabilidade, exequibilidade e qualidade do curso desenvolvido. Serão indicadores para a avaliação:

- Carga horária estipulada *versus* adequação do conteúdo.
- Qualidade técnica e didático-pedagógica propostas.
- Encadeamento dos conteúdos com devidos pontos de atenção para as situações de picos e vales (grandes altas e grandes baixas).
- Aproveitamento em sala de aula.

g) Orçamento

Valor previsto aproximado de R\$ 300.000,00.

h) Cronograma

Ações	Cronograma	Crterios de Avaliao
Estabelecer Acordos de Cooperao Tcnica entre AEF-Brasil, universidades e secretarias de Educao	Até abril/2017	Carga horria estipulada <i>versus</i> adequao do contedo
Desenvolver curso EaD		Qualidade tcnica e didtico-pedagoga
Lanar a Rede de Educao Financeira na Semana ENEF	Mai/2017	Encadeamento dos contedos com devidos pontos de ateno para as situaes de picos e vales (grandes altas e grandes baixas)
Realizar pr-teste do curso	Mai e junho/2017	
Formar as primeiras turmas de professores	Agosto a outubro/2017	

Avaliar os resultados e premiar professores	Novembro e dezembro/2017	Aproveitamento em sala de aula
Expandir para outros estados	Janeiro a dezembro/2018	

COMPONENTE 3 – GAME DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

a) Concepção do projeto

O componente consiste na elaboração de uma tecnologia educacional inovadora em educação financeira. O Programa Educação Financeira nas Escolas identificou que jogos educativos e aplicativos em realidade virtual têm o potencial de disseminar os conceitos teóricos de educação financeira por meio de uma linguagem lúdica e adaptada para as novas gerações. Dessa forma, esse componente contempla o desenvolvimento de soluções educacionais usando ferramentas digitais e distribuição em escolas públicas para escalar e potencializar os resultados do Programa Educação Financeira nas Escolas, oferecendo para a ENEF uma estratégia digital que ajude nos desafios de engajar os alunos que participam do programa.

Além disso, será desenvolvido um Sistema de Avaliação Digital para servir de apoio à AEF-Brasil na avaliação de resultados de impacto da ENEF. Sendo, portanto, esse projeto desenvolvido em duas fases:

- (i) Desenvolvimento do Jogo Vida e Dinheiro (nome provisório) e da Plataforma de Avaliação Digital.
- (ii) Gameficação de conteúdo e Marketing Digital.

b) Objetivos

O objetivo geral e mais importante do Game de Educação Financeira é promover a adequação de todo o material de conteúdo didático-pedagógico, desenvolvido pela ENEF, para a linguagem do público-alvo, jovens estudantes com idades entre 7 a 18 anos, tornando assim o tema atrativo e promovendo mudanças comportamentais significativas.

Como objetivo específico, devido à larga possibilidade de escala do Programa em escolas públicas do País, é possível provocar um movimento *bottom-up* na relação aluno-professor.

c) Resultados desejados

Durante o primeiro trimestre de 2017, será desenvolvida uma Prova de Conceito, com algumas escolas selecionadas para testar o jogo nos ensinos fundamental I e II e ensino médio.

No segundo semestre de 2017, terá início o processo de escalabilidade do Game de Educação Financeira. A meta do projeto é impactar em 2018 mais de 100 mil alunos e 500 escolas em todos os estados do País (além dos alunos e escolas que já participam do Programa nas escolas).

Em dezembro de 2017, durante a fase beta, será realizado o primeiro relatório de impacto usando a Plataforma de Avaliação Digital, na qual será possível gerar diferentes tipos de relatório de forma simples e prática.

d) Estratégias de desenvolvimento

As tecnologias digitais e jogos educativos têm oportunizado o acesso de professores e alunos a materiais educacionais diversificados e a ferramentas que facilitam a pesquisa e a interatividade, além de fomentar novas formas de aprendizagem. Assim como contribui para o trabalho com as disciplinas tradicionais, esses novos recursos também podem impulsionar o desenvolvimento das competências socioemocionais e de educação financeira.

O projeto Game de Educação Financeira será focado no desenvolvimento e distribuição do jogo educativo Vida e Dinheiro (nome provisório) para alunos de escolas públicas, desde o ensino fundamental I até o ensino médio. O jogo digital terá aulas, *quiz* e mecânicas que exercitam as competências trabalhadas pela metodologia educacional da ENEF e pode ser usado em smartphones, tablets e computadores. O programa cria desafios *on-line* entre as turmas e competições entre todas as escolas participantes para atingir e engajar os alunos aos temas.

Para as escolas, o programa oferece um painel de controle que permite acompanhar metas e resultados em tempo real e gerar relatórios personalizados, auxiliando escolas, professores, secretarias de Educação, o Banco Mundial e a AEF-Brasil no esforço de monitorar as habilidades, hábitos e competências trabalhadas. Também será desenvolvido um portal *on-line* de acesso público que mostrará os resultados da ENEF em tempo real.

O jogo ocorrerá em uma cidade virtual e simulará a vida de um estudante trabalhador, na qual o jogador precisa controlar a vida de seu personagem virtual, decidindo qual emprego e carreira vai seguir e qual faculdade deseja fazer. O jogador precisa lidar com os diversos desafios do mundo real, como pagar contas, abrir uma conta bancária, usar o cartão de crédito, fazer compras, realizar planejamento de despesas etc.

O aluno precisará adquirir conhecimentos e habilidades por meio das mecânicas de aprendizado (*quizzes* e aulas) para evoluir no jogo. Ele receberá missões diárias e convites para testar seus conhecimentos no *quizz* com seus amigos ou contra o computador. Enquanto o jogador controla a vida de seu personagem virtual, é desafiado a tomar decisões nas situações simuladas.

O jogo abordará de maneira lúdica os temas relacionados à educação financeira, empreendedorismo, sustentabilidade, consumo consciente, investimentos, qualidade de vida, desenvolvimentos pessoal e profissional.

Para atender a demanda de reduzir o custo de distribuição do material didático da ENEF no Programa Educação Financeira nas Escolas, será digitalizado todo o conteúdo dos livros do ensino fundamental I e II, ensino médio, cadernos do aluno e integrados ao jogo. O aluno poderá acessar o conteúdo tanto por demanda (de acordo com a necessidade de aprender), ou pode seguir a jornada (cronologia de aprendizado) proposta nas apostilas da ENEF e reproduzidas no jogo.

O jogo incluirá todas as atividades, aulas, textos, exercícios e metodologias pedagógicas alinhadas ao conteúdo formal de educação financeira do currículo desenvolvido pela ENEF presentes nos livros de ensino fundamental e ensino médio.

Plataforma de Avaliação Digital

Um painel de controle *on-line* será desenvolvido para que a AEF-Brasil, escolas e gestores do Programa da ENEF acompanhem o desempenho dos alunos, professores e salas de aula em tempo real. As escolas terão um login e uma senha para acessar a plataforma.

Todas as atividades dos usuários serão armazenadas nesse painel de controle que permitirá acompanhar indicadores, metas e resultados em tempo real e gerar relatórios personalizados, auxiliando a AEF-Brasil no esforço de monitorar as habilidades, hábitos e competências trabalhadas e o impacto da ENEF.

e) Comunicação e engajamento

Plano de Marketing – Game Vida e Dinheiro

Este plano será executado no início do mês de janeiro até dezembro de 2017 e visa desenvolver e ampliar estratégias para o ano de 2018.

Fase 1 - Levantamento de: histórico de comunicação; dados sobre as iniciativas para envolver e ampliar estratégia; informações de mercado; e informações quantitativas e qualitativas sobre o público-alvo.

Fase 2 - Análise de: histórico de comunicação; dados sobre as praças a ser atingidas pelo Game; informações de mercado; informações quantitativas e qualitativas sobre o público-alvo; e problemas, desafios e oportunidades com base nas análises anteriores.

Fase 3 - *Landingpage* pré-inscrição (jogo); manual da marca Vida e Dinheiro (jogo); Plano de Impacto (pdf); definição de objetivos de marketing; definição de objetivos de comunicação; pré-planejamento de campanha de comunicação; análise e apresentação de orçamento-base para compra de mídia e produção gráfica; análise de logística para envio e recebimento de materiais (se necessário); pré-cronograma de atividades; *branding* e manual de aplicação da marca “Jogo Vida e Dinheiro”; orçamento para prêmios do jogo; e busca de empresas para terceirização de serviços.

Fase 4 - Planejamento de campanha de comunicação (versão final); entrega de cronograma de comunicação (versão final); início da etapa de criação de materiais de comunicação; pré-planejamento de mídia e orçamentos dos veículos (se necessário); estratégia de cadastro de levantamento de dados qualitativos sobre o usuário que está realizando a pré-inscrição; e campanha pré-inscrição para alunos (pela internet).

Fase 5 - Envio de *mailing* versão alfa pré-inscritos; análise qualitativa dos usuários pré-inscritos; relatório de pré-inscritos; e entrega de planejamento final de mídia e orçamentos dos veículos (se necessário).

Fase 6 - Canais e redes de comunicação ativos; *website* oficial (Campanha Beta); e relatórios de desempenho de acesso do *website* versão beta.

Fase 7 - Ações de comunicação e marketing que serão desenvolvidas nessa etapa estarão de acordo com o planejamento de campanha e aprovado na fase 4.

Fase 8 - Divulgação nas redes e portais de parceiros; mídias jogáveis nas escolas; relatório Campanha Beta 30 dias; e orçamento e logística para campanha de premiação da estratégia de pré-inscrição e convide seus amigos – óculos de realidade virtual.

Fase 9 - *Site* oficial (Campanha Beta); produção e logística para campanha de premiação da estratégia de pré-inscrição e convide seus amigos – óculos de realidade virtual; divulgação nas redes e portais de parceiros; e produção gráfica de mídias (se necessário).

Fase 10 - Compra de espaço de mídia (se necessário); cronograma de veiculação (de acordo com o planejamento de mídia aprovado na fase 5, se necessário); e produção gráfica de mídias (se necessário).

Fase 12 - Estratégia de logística e orçamentos finais para distribuição de mídias *off-line* (se necessário); e vídeo de publicidade do Jogo #1.

Fase 13 - Campanha *ingame* (traga amigos, complete o jogo e ganhe um VR).

Fase 14 - Ações de ativação serão desenvolvidas nessa etapa e estarão de acordo com o planejamento de campanha aprovado pelo cliente na fase 4 e do planejamento de mídia aprovado na fase 5.

Fase 15 - Manutenção da campanha iniciada na fase 12.

Fase 16 - Todas as ações desenvolvidas nesse período estarão de acordo com o planejamento de comunicação e mídia pré-aprovados no item 4. Além de todas as análises de desempenho formatadas nos itens 13 e 15.

Fase 17 - Manutenção da campanha de acordo com cronograma, planejamento de comunicação e mídia; análise de desempenho constante.

Fase 18 - Relatório de satisfação; mensuração de resultados finais.

f) Avaliação

Matriz de resultados macro:

	Resultados	Como medir	Prazo
Game de Educação Financeira	Piloto com 500 alunos e 10 escolas	Número de downloads e acessos no jogo	Dezembro/2017
Painel de Avaliação Digital	Avaliação de Impacto e geração de relatórios	Uso da Plataforma pela AEF-Brasil e escolas	Dezembro/2018

Métricas digitais utilizadas:

Downloads	Número de downloads do jogo nas lojas de aplicativos
Acessos web	Número de acessos do jogo pela web
Classificação nas lojas	Ranking dado pelos usuários nas lojas de aplicativos
Cadastros	Número de cadastros no site e no jogo
<i>Daily Active Users</i> (DAUs)	Número de usuários ativos diariamente
<i>Monthly Active Users</i>	Número de usuários ativos mensalmente

(MAUs)	
Quizzes jogados	Número de quizzes jogados no total
Aulas assistidas	Número de aulas assistidas no total
Atividades completadas	Número de atividades concluídas no jogo
Minigames jogados	Número de vezes que foi jogado um minigame
Participação no jogo	Porcentagem de conclusão do jogo (por jogador)
Landing Page View	Quantidade de vezes que uma página do jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação foi visualizada por visitantes
Landing Page View (única)	Quantidade de vezes que a página do jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação foi visualizada, considerando apenas uma visualização por usuário <i>Observação: se um mesmo usuário visualizou a página mais de uma vez, será considerado apenas uma página vista única</i>
Acessos (Visitas)	Quantidade de vezes que um usuário ficou jogando ou logado na Plataforma de Avaliação. <i>Observação: geralmente se considera uma sessão de 30 minutos para esta métrica, ou seja, se o usuário visitou o jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação mais de uma vez em um intervalo inferior a 30 minutos, será considerado apenas uma visita</i>
Duração da Visita	Tempo que o internauta passou no jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação durante a sessão ou visita
Clicks	Número de vezes que um link foi clicado por um visitante. Pode ser um vídeo ou um pdf presente nas aulas ou em

	algum link do site do jogo
Visitantes Novos	Número de internautas que acessa o jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação pela primeira vez <i>Observação: a margem de erro fica por conta dos cookies, que podem ser apagados da máquina do usuário, o que faz com que eles sejam considerados como novos visitantes novamente</i>
Visitantes Retornantes	Visitantes que acessam o jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação novamente em determinado período de tempo <i>Observação: o indicador será usado para avaliar o comportamento do usuário e o interesse em relação ao conteúdo disponível no jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação</i>
Visitas por visitante (média)	Quantidade de vezes (visitas) que um mesmo internauta costuma acessar o jogo, no período selecionado para o relatório <i>Observação: esta métrica é o principal indicador para apontar engajamento do usuário em relação ao jogo Vida e Dinheiro e/ou na Plataforma de Avaliação</i>
Tempo de retorno	Número de dias que se passaram desde a última visita de um visitante <i>Observação: se for um visitante novo, esta métrica aparecerá como "0" ou "não identificada".</i>
Frequência de ações	Número de vezes que uma ação foi feita por um visitante único (Exemplo: assistiu a x aulas)

g) Orçamento

O valor total previsto para a realização deste componente é R\$ 800.000,00.

i) Cronograma

Ações	Cronograma	Critérios de Avaliação
Definir escopo do Jogo e da Plataforma de Avaliação do Jogo e desenvolver o Plano	Até fevereiro/2017	Experiência do usuário (jogabilidade, interação e interface)

de Marketing		Engajamento (tempo jogando)
Gameficar conteúdo EF2 e desenvolver <i>front end</i> da Plataforma de Avaliação – versão teste	Março e abril/2017	Aderência (número de jogadores)
Lançar versão teste na Semana ENEF	Maió/2017	
Desenvolver e refinar Plataforma de Avaliação e Jogo – Versão final	Junho a setembro/2017	
Aprovar mídia, realizar testes da Plataforma de Avaliação e captar <i>feedback</i>	Outubro a dezembro/2017	
Finalizar estrutura do Jogo e realizar testes	Até dezembro/2017	
Lançar e disseminar em escala controlada	Fevereiro/2018	
Gameficar conteúdo EM, publicar Plataforma de Avaliação	Janeiro a março/2018	
Realizar pesquisa de satisfação com alunos do EF 2 e possíveis ajustes	Abril/2018	
Lançar versão aberta na Semana ENEF	Maió/2018	
Disseminar pelo País – aplicação do Plano de Marketing	Junho a dezembro/2018	

COMPONENTE 4 – PLATAFORMA INTEGRADORA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Este componente foi desenhado para atender às expectativas da Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), na medida em que essa Política de Estado visa disseminar a educação financeira por todo o País. A ENEF entende que sua presença digital deve ser potencializada e, para isso, serão realizados investimentos estratégicos no atual *website*

www.vidaedinheiro.gov.br visando potencializar o tráfego e posicionar o *website* como referência nacional em Educação Financeira, tornando-se um *hub* de conteúdos relacionados à temática para a população brasileira.

É importante frisar que a ENEF possui diretrizes claras sobre educação financeira, sendo que essa deve ser oferecida de forma gratuita para a população brasileira e isenta de viés comercial e de oferecimento de produtos financeiros.

a) Objetivos

O objetivo deste componente é aumentar significativamente o tráfego do *website* www.vidaedinheiro.gov.br (*website* da ENEF), de forma que este se torne um *hub* de educação financeira em nível nacional. A ENEF, como Política de Estado que implementa a educação financeira no Brasil, visa posicionar-se como centro de conteúdos qualificados no tema, alinhados às diretrizes dessa Política, com iniciativas que sejam gratuitas para a sociedade, bem como sem fins de lucro para os que a oferecem.

b) Resultados desejados

1. Ter um *website* com melhor qualidade de navegabilidade e com conteúdo variado, dividido por tema e por organizações que o oferece.
2. Aumentar em até 300% o número de pessoas que utilizam o *website* mensalmente.

c) Estratégias de desenvolvimento

O Projeto é composto de duas fases. A primeira (ENEF para a Sociedade) consiste no aumento da capacidade de hospedagem do *website* www.vidaedinheiro.gov.br, bem como a migração de todos os conteúdos do *website* www.edufinanceiranaescola.gov.br, da Plataforma de EaD antes hospedada pela Affero e de todos os portfólios da ENEF para o *website* www.vidaedinheiro.gov.br.

Na fase 2 (Sociedade para Sociedade), a Plataforma incluirá iniciativas de outras organizações da sociedade civil, com o objetivo de democratizar o acesso do cidadão brasileiro a conteúdos de qualidade e alinhados às diretrizes da ENEF.

A fase 1 acontecerá entre os meses de janeiro e abril de 2017, com o lançamento do novo *website* ENEF (www.vidaedinheiro.gov.br) na Semana ENEF, em 8 de maio de 2017.

A Fase 1 (até maio 2017) compreende as seguintes atividades, a saber:

1. **Migração de todo o conteúdo de livros e vídeos do *website* www.edufinanceiranaescola.gov.br para o *website* www.vidaedinheiro.gov.br** descontinuando, dessa forma, o *website* do

Programa de Educação Financeira nas Escolas. Será preservada a identidade visual do *website* www.vidaedinheiro.gov.br (ENEF) nesta etapa do processo, contudo, posteriormente, será realizada a contratação de uma consultoria de UX (*User Experience*) para construir por meio do entendimento e prototipação de uma nova experiência na relação com os usuários do *website*. No processo de migração do conteúdo do Menu “Livros” do *website* www.edufinanceiranaescola.gov.br para o *website* www.vidaedinheiro.gov.br estão previstos:

- Uma nova aba no menu do *website* www.vidaedinheiro.gov.br para acesso aos livros do www.edufinanceiranaescola.gov.br.
 - Funcionalidade de cadastro conforme existe hoje no *website* www.edufinanceiranaescola.gov.br para fazer o *download* dos livros.
 - Migração de todo o conteúdo, considerando a estrutura já existente na funcionalidade para login/logout e recuperação de senha.
 - Funcionalidade para cadastrar/editar/excluir livros e mídias.
 - Manutenção da tecnologia em php para o *website* www.vidaedinheiro.gov.br e novas funcionalidades citadas.
2. **Aumento da capacidade** de hospedagem do *website* www.vidaedinheiro.gov.br, preparando-o para posterior entrada de novos conteúdos a partir do segundo semestre de 2017. O volume total de aumento da capacidade será modificado em etapas, à medida que novos conteúdos vão sendo inseridos no *website*.
3. **Reformulação do layout do website** www.vidaedinheiro.gov.br tornando-o mais *User Friendly*. Serão desenvolvidos modelos de interface do *website* e sua testagem com usuários, com supervisão da AEF-Brasil no mês de fevereiro de 2017. A contratação de uma consultoria de UX (*User Experience*) possibilitará a construção de uma nova plataforma, por meio do entendimento e prototipação de uma nova experiência na relação com os usuários do *website*. A expectativa é que o *website* seja mais amigável, com melhor qualidade para encontrar informações e navegabilidade mais simples e dinâmica, bem como um *layout* mais bonito e moderno.

A fase 2 (julho/2017 a maio/2018) compreende as seguintes atividades:

1. **Curadoria de iniciativas de educação financeira** de organizações (empresas, ONGs etc.) para a inserção no www.vidaedinheiro.gov.br. A fase 2 inicia-se após a Semana ENEF, em maio de 2017, quando serão convocadas empresas do setor privado para que apliquem suas iniciativas para inserção no *website* www.vidaedinheiro.gov.br.
2. **Desenvolvimento do buscador inteligente de iniciativas de educação financeira**, proporcionando uma melhor procura dos

conteúdos por parte dos usuários. Uma vez que o *website* tenha seu número de iniciativas significativamente potencializada, será necessário que essas sejam facilmente encontradas.

3. **Inserção das iniciativas** no *website* www.vidaedinheiro.gov.br.
4. **Após conclusão do Game de Educação Financeira**, inserção deste dentro do *website* www.vidaedinheiro.gov.br.
5. **Desenvolvimento da Plataforma de Avaliação com análise de dados**, consolidando todas as informações da ENEF e seus programas em um único painel aberto para toda a população brasileira.

d) Comunicação e engajamento

O *website* www.vidaedinheiro.gov.br terá uma estratégia de comunicação própria. Será inserido com link para *call to action* (chamada para ação do usuário) em todos os Componentes do Biênio, considerando a própria Plataforma, a saber:

1. **Campanha de Comunicação:** inserção de *call to action* ao final dos programas desenvolvidos pela TV Escola, bem como das chamadas de TV para os programas. Uma vez que o *website* www.vidaedinheiro.gov.br consolidará todas as iniciativas da ENEF e da sociedade para a sociedade, este precisa ser amplamente divulgado e dar vazão para a educação financeira dos brasileiros, sejam eles professores (Curso EaD), alunos (*Game*) e demais públicos (iniciativas da ENEF e da sociedade civil).
2. **Polos de Educação Financeira:** será feita a divulgação do *website* www.vidaedinheiro.gov.br em todas as universidades e secretarias de Educação integrantes dos polos. Na formação dos professores, a Plataforma EaD servirá de base para que esses tenham sua formação continuada.
3. **Game de Educação Financeira:** além de o *Game* ser hospedado na Plataforma, esse também terá links para a Plataforma em sua jogabilidade. Ou seja, o usuário será constantemente estimulado a acessar o *website* www.vidaedinheiro.gov.br para encontrar conteúdos relevantes para sua formação posterior. Esses conteúdos estarão hospedados no *website* e serão alinhados a cada fase do *Game*.

e) Avaliação

Cada etapa do Projeto será avaliada considerando o alinhamento entre o cronograma físico-financeiro estipulado e a qualidade das atividades desenvolvidas.

A Plataforma contará com um painel de avaliação das iniciativas de educação financeira desenvolvidas pela AEF-Brasil, bem como um mapa com o status da educação financeira no País. O objetivo é oferecer uma ferramenta gratuita e acessível para a população brasileira, de forma que essa possa adquirir conhecimentos sobre os conteúdos disponíveis em educação financeira, bem como entender o andamento do Programa Educação Financeira nas Escolas.

f) Cronograma

Ações	Cronograma	Crítérios de Avaliação
Fase 1		
Estruturar plataforma: aumentar a capacidade de hospedagem e reformular <i>layout</i>	Janeiro a março/2017	Teste de funcionalidade (Teste a/b) para avaliar a usabilidade e o <i>layout</i>
Migrar conteúdo do site Edu Financeira na Escola para a Plataforma Vida e Dinheiro, anexar portfólios da ENEF e vincular Curso EaD	Março e abril/2017	Verificar a quantidade de conteúdos previamente desenvolvidos no <i>site</i>
Lançar na Semana ENEF	Maio/2017	Realizar evento
Fase 2		
Realizar curadoria de iniciativas de educação financeira, desenvolver buscador inteligente de iniciativas e Plataforma de Avaliação com análise de dados	Junho a dezembro/2017	Teste de funcionalidade do buscador
Inserir iniciativas e Game na plataforma	Janeiro a abril/2018	Número de visitas no <i>site</i>
		Verificar número de

		iniciativas
Lançamento na Semana ENEF	Maio/2018	Verificar número de usuários do Game

g) O valor total previsto para a realização deste componente é R\$ 300.000,00.

PARTE IV – PROGRAMA DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA ADULTOS

Desenvolvimento e aplicação de dois projetos-piloto o público adulto: mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família e aposentados com renda de até dois salários mínimos em situação de superendividamento.

a) Conceito, objetivos e públicos-alvo

O **Plano de Ação 2017-2018** considerou dois projetos-piloto, para além do programa de educação financeira nas escolas, que visam ao desenvolvimento de Tecnologias Sociais de Educação Financeira para Adultos em dois grupos: mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família (PBF) atendidas pelo Ministério de Desenvolvimento Social (MDS) e aposentados com renda de até dois salários mínimos atendidos pelo Ministério da Previdência Social (MPS).

A escolha destes dois públicos, dentro do universo amplo dos adultos, faz parte de um esforço da AEF-Brasil, em consonância com a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, de privilegiar segmentos da sociedade em situação de vulnerabilidade, considerando que a educação financeira pode exercer um papel fundamental na melhoria das condições de vida dessas pessoas.

Os projetos foram estruturados com o objetivo de entender, aprofundar e provocar mudança no comportamento do público-alvo. A meta final é entregar aos respectivos ministérios, as Tecnologias Sociais prototipadas, testadas e prontas para ser disseminadas em todo o País.

Serão envolvidos, no total, 4 mil mulheres do Programa Bolsa Família e 4 mil aposentados com renda inferior a dois salários mínimos, por meio das parcerias com os órgãos responsáveis pela relação com ambos os públicos. Sendo que 1,5 mil beneficiários de cada público-alvo serão atingidos durante a execução do projeto-piloto e 2,5 mil serão atingidos durante a fase de expansão do Projeto.

b) Histórico do Projeto

O Projeto teve início em agosto de 2013, sendo pautado nas etapas representadas na figura abaixo:



Embora o projeto apresente características similares entre os dois públicos no tocante a metodologia e escopo de atuação, as *personas*⁴ identificadas foram diferentes bem como as Tecnologias Sociais desenvolvidas que atendem as peculiaridades de cada grupo.

A fase de aprofundamento e cocriação, com início em 2014, teve duração de 12 meses. Foi possível, nesse período, obter conhecimentos sobre os públicos-alvo que resultaram na definição das *personas* e estas serviram de base para desenvolvimento das Tecnologias Sociais.

Durante a fase de desenvolvimento das Tecnologias Sociais, realizada em 2015, foram desenvolvidos protótipos dos materiais com base no conhecimento obtido na fase anterior. O protótipo foi aplicado em 2015 em 1.630 mulheres beneficiárias do PBF e 1.507 aposentados com renda inferior a dois salários mínimos. Por meio dos resultados obtidos foi possível, no início do ano de 2016, realizar ajustes e sistematizar os produtos que resultaram na versão final da Tecnologia Social a ser utilizada no projeto-piloto.

A partir das Tecnologias Sociais sistematizadas, deu-se início ao projeto-piloto em junho de 2016. A execução desta etapa promoveu oficinas de educação financeira para 1,5 mil mulheres beneficiárias do PBF e 1,5 mil aposentados com renda inferior a dois salários mínimos. Ambas as Tecnologias Sociais serão avaliadas para que seja possível compreender sua efetividade na transferência dos conhecimentos sobre o tema de educação financeira aos beneficiários, bem como analisar possíveis mudanças de comportamento financeiro decorrente dos conhecimentos adquiridos. Para tanto, o *baseline*⁵ é realizado anteriormente à aplicação das oficinas de capacitação dos beneficiários. Nessa etapa, os beneficiários respondem ao instrumento de avaliação sobre o tema educação financeira e, posteriormente, são divididos em grupo de tratamento e grupo de controle. Essa divisão se faz necessária para que, ao aplicar a avaliação final, seja possível avaliar o impacto do programa dos beneficiários que participaram das oficinas. A avaliação final será aplicada no beneficiário após seis meses da participação na oficina.

No início de 2016, a AEF-Brasil assinou Acordo de Cooperação Técnica com a Secretaria Nacional de Renda e Cidadania, o Ministério do

⁴ *Persona* é a representação fictícia de seu cliente ideal. Ela é baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas de seus clientes, assim como uma criação de suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações” (<http://resultadosdigitais.com.br/blog/persona-o-que-e/>). No público de mulheres do PBF, temos a sonhadora, a visionária, a sobrevivente e a guerreira. No público de aposentados com renda de até dois salários mínimos temos o dedicado, o ancião, o resignado e o hedonista.

⁵ *O Baseline* permite a comparação entre o “previsto” e o “realizado” e dá elementos de avaliação tanto para o projeto em andamento quanto para outros projetos semelhantes, pois analisando as causas eliminasse os efeitos e se estabelece uma relação de realidade entre o previsto e realizado, minimizando seus desvios”. (<http://www.tecnodic.com/b/baseline-linha-de-base/>)

Desenvolvimento Social e Combate à Fome, o Ministério da Previdência Social, o Instituto Nacional do Seguro Social, a Secretaria Nacional de Renda de Cidadania e o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, entre o Ministério da Previdência Social, Instituto Nacional do Seguro Social e entre a Secretaria Nacional de Renda de Cidadania, do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, com o intuito de formalizar parcerias para o desenvolvimento dos projetos, sendo estes amparados pelos ministérios que poderão dar capilaridade e levar as Tecnologias Sociais a todo o País.

Em julho de 2014 e abril de 2015 foi formalizado um convênio com o Citi Foundation, no qual foi aportado o montante total de US\$ 500 mil para o desenvolvimento deste projeto.

Em julho de 2016, foi formalizado um convênio com o BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento, por meio do qual haverá o aporte aproximado de US\$ 500 mil para que o projeto seja finalizado. Nos meses de agosto, setembro e outubro foram realizadas as oficinas de capacitação.

c) Objetivos específicos do Projeto – Ciclos 4 e 5

Os objetivos específicos do Projeto são divididos em execução de curto e médio prazos.

Curto prazo:

- Capacitar 1,5 mil aposentados e 1,5 mil mulheres beneficiárias do PBF para utilização das Tecnologias Sociais desenvolvidas.
- Avaliar letramento e comportamento financeiro de ambos os públicos possibilitando sua reaplicação no território nacional para o alcance dos 2,5 mil beneficiários de cada público-alvo durante a fase de expansão do projeto.
- Estruturar relatório de avaliação que mostre o grau de educação financeira, no início do projeto e a seu término, dos aposentados e das mulheres envolvidas, evidenciando as transformações conquistadas.
- Preparar infográfico com os resultados da avaliação de impacto.
- Desenvolver o *website* do projeto.

Médio prazo:

- Elaborar manuais de reaplicação e definir os padrões de processos para ser utilizados pelas organizações públicas e privadas que queiram reaplicar a tecnologia social.
- Organizar um *workshop* para compartilhar conhecimentos obtidos durante a execução do projeto.
- Desenvolver estudo de caso com recomendações para os setores financeiros.
- Desenvolver temática do estudo com recomendação para o setor público.
- Organizar conferência internacional em educação financeira.
- Organizar webinários para disseminar o projeto e os aprendizados.

- Traduzir os documentos para os idiomas inglês, espanhol e português.

d) Resultados desejados

A partir das Tecnologias Sociais desenvolvidas e entregues ao Ministério do Desenvolvimento Social e Ministério da Previdência Social, espera-se que o tema educação financeira seja disseminado em formato de política pública, estruturado em âmbito de Estado. Para que as tecnologias entregues sejam efetivas em sua utilização, diversas ações estratégicas comporão um portfólio que estrutura os resultados do Programa.

A partir da avaliação de impacto a ser realizada, letramento e comportamento financeiro serão verificados, trazendo insumos sobre os beneficiários e possibilitando visão sobre oportunidades e novas ações necessárias.

É esperado que os Ministérios se responsabilizem pela temática e as devidas estratégias de desenvolvimento para criação de diretrizes que orientem estados e municípios a atuarem junto aos públicos, propiciando formação, orientação e informação de forma ativa. Para tanto, a AEF-Brasil coordenará a criação de um Comitê Gestor entre os ministérios, envolvendo partícipes que evoluam nas tomadas de decisão de forma alinhada, qualificada e estruturada para efetivo atingimento da população.

Como coordenadora do Programa de Educação Financeira para Adultos, a AEF-Brasil, com apoio dos Ministérios, estudou os públicos, desenvolveu e testou Tecnologias Sociais apropriadas, sistematizou as tecnologias, ofereceu formação para que os beneficiários utilizem os materiais e disponibilizará uma avaliação de impacto que envolve letramento e comportamento financeiros comparando os que receberam a educação financeira com os que não a receberam.

Os resultados serão divulgados em 2017 por meio digital, bem como em evento na Semana Nacional de Educação Financeira. Todas as ações e estratégias concebidas para o Programa convergem de forma a apoiar os ministérios, dando-lhes condições, instrumentos, ferramentas e conhecimento para o pleno atingimento de mulheres beneficiárias do Programa Bolsa Família e aposentados com renda até dois salários mínimos.

e) Estratégias de desenvolvimento

As estratégias a ser adotada nos projetos para disseminação do Programa são:

- Formação de um comitê com participantes da AEF-Brasil e Ministérios para garantir que os objetivos do Projeto sejam atingidos.
- Articulação com os CRAS – Centros de Referência de Assistência Social e NCI – Núcleo de Convivência de Idosos para atingir mulheres beneficiárias do PBF e aposentados com renda de até dois salários mínimos para a realização das oficinas de educação financeira.

- Formalizar parcerias para o desenvolvimento do projeto com instituições como Procon Digital, organizações não governamentais, Banco Interamericano de Desenvolvimento e Citi.

f) Orçamento do Projeto

Para os 24 meses de execução do projeto está previsto o valor total de US\$ 1.123.000,00 (R\$ 3.505.893,70).⁶

g) Cronograma

Para a realização das atividades foi desenvolvido um cronograma de forma a organizar as tarefas que deverão ser executadas para que haja o êxito do projeto.

Ações	Cronograma	Crterios de Avaliação
a) Capacitar beneficiários no projeto-piloto b) Avaliar o letramento e comportamento financeiro de ambos os públicos c) Estruturar relatório de avaliação d) Entregar aos Ministérios do Desenvolvimento Social e da Previdência Social as Tecnologias Sociais desenvolvidas	Janeiro a março/2017	a) Capacitação de 1.500 aposentados e 1.500 mulheres b) Mostrar as transformações conquistadas no grau de educação financeira dos beneficiários envolvidas c) Estruturar e consolidar resultados obtidos no Projeto d) Entrega aos Ministérios envolvidos no Projeto as Tecnologias

⁶ Cotação de dólar no valor de 3,1219 no dia 26/10/2016.

		Sociais prontas
<ul style="list-style-type: none"> a) Criar <i>website</i> do projeto b) Criar manuais de reaplicação 	Março a junho/2017	<ul style="list-style-type: none"> a) Compartilhar os resultados do Projeto b) Manuais para serem utilizados pelas organizações públicas ou privadas
<ul style="list-style-type: none"> a) Desenvolver estudo de caso b) Desenvolver temática do estudo 	Junho a outubro/2017	<ul style="list-style-type: none"> a) Recomendações para os setores financeiros b) Recomendação para o setor público
<ul style="list-style-type: none"> a) Preparar infográfico 	Novembro a dezembro/2017	<ul style="list-style-type: none"> a) Resultado de avaliação de impacto
<ul style="list-style-type: none"> b) Organizar workshop c) Traduzir documentos d) Organizar webinários e) Organizar conferência internacional 	Dezembro/2017 a março/2018	<ul style="list-style-type: none"> a) Compartilhar conhecimentos obtidos b) Inglês, espanhol e português c) Disseminar o projeto e os aprendizados

		d) Disseminar o projeto e os aprendizados
--	--	---

PARTE V – MAPEAMENTO DAS INICIATIVAS NACIONAIS DE EDUCAÇÃO FINANCEIRA e SELO ENEF

a) Conceito

O **Plano de Ação 2017-2018** levou em consideração que, ao realizar o mapeamento das iniciativas de educação financeira existentes no território brasileiro, é possível levantar informações mais aprofundadas sobre os projetos/iniciativas existentes e as ferramentas educacionais já desenvolvidas e disponíveis por diferentes instituições (setores públicos e privados e da sociedade civil), possibilitando conhecer, com maior abrangência, o cenário da educação financeira no Brasil.

Esse mapeamento contará com estratégia de comunicação dirigida para acesso às informações das iniciativas já mapeadas pelo *website* www.vidaedinheiro.com.br e outras identificadas pela AEF-Brasil, além da criação de um formulário *on-line*, também disponibilizado para a coleta de informações.

Identificadas as iniciativas, todas as que apresentarem possibilidade de elegibilidade ao Selo ENEF serão convidadas a participar do processo, conforme critérios de Edital a ser construído, específico para concessão do Selo. A proposta é integrar ambas as ações, Mapeamento e Selo, a fim de otimizar recursos de forma que o mapeamento seja uma ferramenta que identifique, inicialmente, iniciativas que estejam alinhadas à ENEF. A estas, será realizado o devido convite para que concorram ao selo⁷.

b) Histórico do Projeto

Em 2013, foi realizado o primeiro mapeamento de iniciativas em educação financeira com a empresa Plano CDE. Com os resultados obtidos por meio dessa ação foi possível verificar: (i) quantidade de iniciativas em educação financeira no Brasil; (ii) tipos de organização que trabalham com iniciativas em educação financeira no Brasil e seu foco de atuação; (iii) porcentagem de iniciativas em educação financeira que são distribuídas com gratuidade e a quantidade de pessoas que são beneficiadas com essas iniciativas; (iv) regiões onde a concentração das iniciativas em educação financeira é maior; (v) para qual público-alvo essas iniciativas em educação financeira estão voltadas; (vi) qual o canal de comunicação utilizado para disseminar as iniciativas em educação financeira; (vii) de que maneira o material didático e o conteúdo da iniciativa em educação financeira é entregue ao público-alvo; (viii) quais são as orientações das ações das iniciativas de educação financeira.

O objetivo inicial dessa ação foi verificar as iniciativas em educação financeira que possuem as características contidas no documento da Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF, oferecidas ao público final de forma gratuita e sem fins comerciais e, a partir dessa informação,

⁷ Conforme apresentado em reunião da CP de setembro/2016

conceder a estas entidades o selo ENEF. Com essa ação, seria possível incentivar as entidades fornecedoras e não fornecedoras das iniciativas em educação financeira, de acordo com a ENEF, realizarem mais iniciativas e, dessa forma, disseminar cada vez mais a educação financeira para todos os públicos e para todas as regiões do Brasil.

Em 2015 foi realizada a primeira edição do Selo ENEF. Organizações de todos o País foram convidadas a cadastrar suas iniciativas para concorrer à concessão do Selo ENEF, que tem como objetivo reconhecer as iniciativas de Educação Financeira e a disseminação da Estratégia de Nacional de Educação Financeira.

O recebimento das propostas foi realizado por meio do site www.vidaedinheiro.gov.br durante o período de 12 de maio a 12 de julho de 2015, com base no documento Edital para concessão de Selo criado por um comitê, formado por representantes dos membros do CONEF.

c) Objetivos Específicos do Selo

- Conhecer, de forma amostral, o cenário da educação financeira no Brasil.
- Oferecer subsídios para decisões estratégicas da AEF-Brasil e do CONEF.
- Identificar possíveis parceiros para o desenvolvimento da ENEF.
- Identificar oportunidades de sinergia entre as iniciativas mapeadas e seus proponentes.
- Oferecer subsídios para a proposição de selo de reconhecimento de práticas de educação financeira alinhadas à ENEF.
- Reconhecer, por meio do Selo ENEF, iniciativas de educação financeira que estejam alinhadas à Estratégia Nacional de Educação Financeira.
- Mobilizar órgãos e entidades públicas ou privadas para a apresentação de iniciativas de educação financeira, que contribuam para a ampliação da realização dos objetivos da ENEF no Brasil.
- Fomentar a elaboração e implementação de iniciativas de educação financeira alinhadas à ENEF.

d) Resultados desejados

O Selo tem como resultados desejados a identificação das experiências alinhadas à ENEF cujos níveis de complexidade, importância e capilaridade, sejam reconhecidas, além de poder levar a conhecimento público uma gama imensa de atividades que vem sendo realizadas, promovendo, assim, acesso aos projetos e iniciativas das instituições agraciadas.

e) Estratégias de desenvolvimento

O mapeamento será realizado por meio de um formulário padronizado, disponível *on-line*, desenvolvido na forma de banco de dados e será publicado em *hotsite* com endereço específico.

O levantamento será realizado por meio de pesquisa direta para levantamento de dados e pela disponibilização do formulário para as organizações proponentes identificadas.

Um resultado importante desse mapeamento será a possibilidade da constituição de um banco de dados (*mailing*) atualizado de um número significativo de organizações proponentes de iniciativas de educação financeira para conceder a essas organizações um selo de reconhecimento de práticas de Educação Financeira que estejam alinhadas à ENEF.

f) Orçamento do Projeto

O projeto será desenvolvido em nove meses tendo um custo previsto de R\$ 200.000,00.

g) Cronograma

Ações Mapeamento e Selo ENEF	Cronograma	Critérios de Avaliação
Fase 1 Construção do questionário, ajustes e validação final	Junho e junho/2017	Ter um questionário para cadastramento das iniciativas, disponibilizadas em ambiente <i>on-line</i> (<i>site</i> Vida e Dinheiro)
Fase 2 Comunicação para divulgação e cadastramento	Agosto a outubro/2017	Ter disponibilizado, nos <i>sites</i> da AEF-Brasil e membros do CONEF, campanhas de comunicação para o mapeamento
Fase 3 Relatório quantitativo e analítico	Novembro/2017	Relatórios contendo informações de segmentação das iniciativas cadastradas, além de análise de oportunidades para a temática no País

Fase 4 Evento Mapeamento e Lançamento do Selo ENEF	Dezembro/2017	Realizar um evento para a divulgação do mapeamento
Fase 5 Notificar 33 iniciativas que receberam o Selo em 2015	Janeiro/2018	Dar ciência sobre a segunda edição do selo às 33 iniciativas ganhadoras do Selo ENEF em 2015
Fase 6 Lançar edital Encerrar submissões	Fevereiro a março/2018	Cumprimento do prazo
Fase 7 Parecer da Comissão Avaliadora	Abril a junho/2018	Número de iniciativas avaliadas
Fase 8 Divulgar resultados Análise dos recursos jurídicos Divulgação da lista final resultado final Premiação/entrega do selo.	Agosto a dezembro/2018	Número de iniciativas com selo Cumprimento de prazo para avaliação

PARTE VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O **Plano de Ação 2017-2018** reúne as principais estratégias da AEF-Brasil, elaboradas com base no Redirecionador Estratégico, documento apresentado ao CONEF, cuja proposta é conceber o professor como agente central de mudança e protagonista da disseminação da causa, além da criação de um ecossistema que integre todos os programas e iniciativas com base na temática da educação financeira.

Uma das principais iniciativas do biênio será a criação de uma **Rede de formação de professores**, para oferecer aos educadores uma formação acadêmica de forma a qualificá-los para a execução e disseminação de projetos do Programa Educação Financeira nas Escolas. O projeto contempla a criação de polos de capacitação em diferentes regiões do País, por meio de parcerias com universidades federais e secretarias de Educação, e o lançamento de um ambiente virtual de aprendizagem, constituído de ferramentas interativas, publicações e espaços para trocas de experiências e conhecimentos dos professores que comporão a Rede.

A comunicação e o engajamento destes públicos prioritários se dará por meio de uma parceria estratégica com a **TV Escola**, televisão pública do Ministério da Educação destinada aos professores, educadores, alunos e a todos os interessados em aprender. A ação prevê ainda a organização de um **evento para o reconhecimento público dos professores** que desenvolvem iniciativas de sucesso em todo o País, a partir do portfólio sobre educação financeira produzido pela ENEF.

Crianças e jovens

A parceria com a TV Escola abrangerá também os alunos, pois incluirá conteúdos audiovisuais com linguagem adequada a crianças e jovens. Os roteiros serão realizados dentro da perspectiva de despertar no jovem um comportamento mais consciente no que diz respeito ao processo de decisão em vários aspectos: consumo consciente, pensamento de longo prazo, responsabilidade ambiental, dentre outros.

Outra iniciativa importante com foco nos jovens será o desenvolvimento de uma **tecnologia educacional inovadora** em educação financeira para séries do ensino fundamental e ensino médio que contemplará todos os conteúdos disponíveis nos livros sobre educação financeira de uma maneira lúdica e alinhada ao tipo de conteúdo consumido por este público. Por meio de uma Plataforma Digital Interativa, será possível avaliar o conhecimento dos usuários em tempo real, além de simular atividades cotidianas que mostrem a necessidade da educação financeira, entre elas decisões de consumo, pagamento de contas etc.

A estratégia foi desenvolvida com base na constatação do Programa Educação Financeira nas Escolas de que jogos educativos e aplicativos em realidade virtual têm o potencial de disseminar os conceitos teóricos de educação financeira por meio de uma linguagem lúdica e adaptada para as novas gerações. Desta forma, será possível escalar e potencializar os

resultados do Programa Educação Financeira nas Escolas e oferecer à ENEF uma ferramenta estratégica digital que ajude a engajar os alunos participantes do programa.

Mundo on-line

A fim de disseminar a Educação Financeira por todo o País, a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) entende que sua presença digital deve ser potencializada e, para isso, serão realizados investimentos estratégicos no atual *website* www.vidaedinheiro.gov.br, visando potencializar o tráfego e posicionar o **website como referência nacional em Educação Financeira**.

Ao tornar este portal um *hub* de conteúdos sobre a temática para a população brasileira, a AEF-Brasil contribui para criar e fortalecer o Ecossistema de Educação Financeira no País. Para dar força e sustentação a este projeto, está programado o **mapeamento das iniciativas de educação financeira** existentes no território brasileiro, por meio do qual será possível levantar informações mais aprofundadas sobre os projetos e as ferramentas educacionais já desenvolvidas e disponibilizadas por diferentes instituições (setores públicos, privados e sociedade civil), possibilitando, assim, conhecer com maior abrangência o cenário da educação financeira no Brasil.

Parcerias estratégicas

A Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF é uma iniciativa de Estado para o estabelecimento de diretrizes sobre o tema educação financeira. O Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF é a instância multisetorial criada para a execução das diretrizes.

Cabe à AEF-Brasil a missão de disseminar a educação financeira e, conforme consta na gênese deste **Plano de Ação**, as parcerias construídas com os diversos parceiros e seus aportes em conhecimentos técnicos, serão fundamentais para o êxito do Programa. Esta rede, a ser estabelecida, especialmente formada por mãos seguras para a realização das ações, contribuirá para a valiosa expansão da educação financeira a toda população do País.