



CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Milena Tais Scherer

**Preferências declaradas e comportamento financeiro: um
estudo sobre heurísticas e vieses nas finanças
comportamentais**

Santa Cruz do Sul
2025

Milena Tais Scherer
Ariana Inês Sachett

RESUMO

Este artigo analisa a relação entre finanças pessoais e fatores comportamentais, investigando heurísticas e vieses nas decisões econômicas. A pesquisa fundamenta-se nas Finanças Comportamentais, área que incorpora a racionalidade limitada à análise econômica do comportamento humano. A abordagem considera preferências e comportamentos, assim, o artigo examina padrões como consumo impulsivo, procrastinação financeira e o impacto do bem-estar emocional na formação de hábitos financeiros saudáveis. O referencial teórico apresenta contribuições da Economia Comportamental para o tema. Além da revisão bibliográfica, foi realizada uma pesquisa de campo com abordagem mista, envolvendo 55 participantes da região do Vale do Rio Pardo no Rio Grande do Sul, com conhecimento técnico em mercado financeiro, para identificar evidências práticas desses comportamentos. Os resultados evidenciam uma diferença entre as preferências declaradas e o comportamento efetivo, revelando que, apesar dessas preferências envolverem raciocínio lógico, o comportamento financeiro é permeado por aspectos psicossociais ligados a heurísticas e vieses comportamentais.

Palavras-chave: Finanças comportamentais. Economia Comportamental. Heurísticas e vieses.

ABSTRACT

This article analyzes the relationship between personal finance and behavioral factors, investigating heuristics and biases in economic decision-making. The research is grounded in Behavioral Finance, a field that incorporates bounded rationality into the economic analysis of human behavior. The approach considers preferences and behaviors; thus, the article examines patterns such as impulsive consumption, financial procrastination, and the impact of emotional well-being on the development of healthy financial habits. The theoretical framework presents contributions from Behavioral Economics to the topic. In addition to the literature review, a mixed-method field study was conducted with 55 participants from the Vale do Rio Pardo region in Rio Grande do Sul, all with technical knowledge of the financial market, to identify practical evidence of these behaviors. The results highlight a discrepancy between declared preferences and actual behavior, revealing that although these preferences involve logical reasoning, financial behavior is permeated by psychosocial aspects linked to heuristics and behavioral biases.

Keywords: Behavioral Finance. Behavioral Economics. Heuristics and Biases.

1 INTRODUÇÃO

Desde o século XIX a Economia passa por diversas transformações, assim como outras áreas das ciências sociais, com o surgimento de diversas correntes teóricas. Nas últimas décadas a área denominada Economia Comportamental, emergiu como resposta às limitações da economia tradicional em compreender os aspectos subjetivos, cognitivos e psicossociais da tomada de decisão econômica. Em contrapartida ao pressuposto de que o ser humano toma decisões racionais e que em cada escolha irá sempre maximizar a sua utilidade esperada, Thaler (2015) mostra que, na prática, os indivíduos também são influenciados por emoções, hábitos, atalhos mentais (heurísticas) e vieses cognitivos.

Dentro do escopo e base conceitual da Teoria da Utilidade (teoria pertencente a área da Economia Neoclássica) se coloca a premissa que diante das decisões incertas, o indivíduo é racional e tenta maximizar a sua utilidade, ou seja, alcançar o maior valor médio ponderado da satisfação (ou benefício) que esperam obter com cada possível resultado (Silva; Pieniz, 2019). Já Simon (1995), no entanto, apresentava que a racionalidade humana é limitada, de modo a impactar no processo decisório.

Considerando as mudanças da sociedade em todas as áreas da vida, torna-se importante identificar e compreender o quanto as emoções impactam o bolso e o que ele adquire, para então evidenciar o reconhecimento de comportamentos e crenças, evoluir para decisões mais responsáveis e calculadas, o que muitos indivíduos buscam no mundo atual. De acordo com a 8° edição do Raio X do investidor brasileiro, do ano de 2024, publicado pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA), mais da metade dos brasileiros e brasileiras relatam sentir alto estresse financeiro. Também foi identificado dentre os contribuintes da pesquisa, que 71% da amostra gastou mais do que sua renda (ANBIMA, 2024). Esses dados reforçam a importância de se discutir o comportamento financeiro sob a ótica das emoções e da racionalidade, pois o impacto vai além do bolso, uma vez que afeta a qualidade de vida e o equilíbrio mental dos indivíduos.

O estudo das finanças comportamentais surge justamente nesse cenário, como uma alternativa de aperfeiçoar o modelo, incorporando pesquisas sobre o

comportamento e a racionalidade limitada do ser humano. Daniel Kahneman e Amos Tversky (1979), contribuíram para o surgimento da área, destacando heurísticas e vieses comportamentais que influenciam a conduta do ser humano em decisões financeiras.

Nesse contexto, a pesquisa busca responder a seguinte pergunta: quais fatores comportamentais influenciam as decisões financeiras cotidianas dos indivíduos, e como esses fatores se manifestam no comportamento de consumo e organização financeira? Assim sendo, o presente artigo, tem como objetivo analisar as influências comportamentais que são incorporadas na tomada de decisão em relação ao consumo e organização financeira no dia a dia. Além do objetivo geral, os objetivos específicos do trabalho se baseiam em analisar os comportamentos, vieses e heurísticas por trás da decisão econômica, sob a luz da Economia Comportamental; compreender como as finanças comportamentais se relacionam com o consumo e organização financeira; identificar, a partir dos dados coletados, evidências de vieses cognitivos e heurísticas que influenciam o comportamento financeiro dos indivíduos, relacionando-os com os fundamentos teóricos da Economia Comportamental e das Finanças Comportamentais.

Para tal, foi realizada uma revisão da literatura do ramo da Economia Comportamental e das Finanças Comportamentais, sendo conduzido um estudo em obras na área estudada que avaliou as contribuições das mesmas. Além da revisão teórica, foi realizada uma pesquisa de campo com abordagem mista, combinando métodos qualitativos e quantitativos. A coleta de dados foi feita por meio de questionário estruturado, aplicado a uma amostra de 55 indivíduos com conhecimento técnico em mercado financeiro, na região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul. O estudo é classificado como descritivo, com o objetivo de identificar padrões comportamentais relacionados à tomada de decisão financeira, utilizando análise estatística para identificar a presença de heurísticas e vieses cognitivos.

O trabalho está dividido em cinco seções, além desta introdução, a segunda seção contempla o referencial teórico, apresentando o marco histórico das teorias econômicas neoclássicas e o surgimento da economia comportamental; assim como a introdução do tema das finanças comportamentais e como ele está relacionado com as decisões de consumo e organização financeira. Na terceira seção, são introduzidos os procedimentos metodológicos da pesquisa a campo, a partir da

metodologia definida para o trabalho. Na quarta seção são apresentados e analisados os dados e resultados da pesquisa e, por fim, a última seção apresenta a conclusão deste trabalho.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esse capítulo tem como objetivo apresentar os fundamentos teóricos da Economia Comportamental, analisando suas origens e principais contribuições. Além deste, se introduz o conceito de Finanças Comportamentais a partir de uma revisão da literatura. Ao final desta seção, são descritos os conceitos chaves para responder o problema de pesquisa. O bloco está dividido em duas seções, a primeira seção irá resgatar a Teoria da Utilidade Esperada (TUE), descrita por Daniel Bernoulli (1738) e ainda na mesma seção, seguindo o marco teórico, evidenciar as contribuições da Economia Comportamental. Continuando o assunto já descrito, a segunda seção apresentará o estudo das Finanças Comportamentais e como esta atua em decisões de consumo e organização financeira.

2.1 Da Teoria da Utilidade Esperada às contribuições da Economia Comportamental

Para compreender a base da Economia Comportamental, é necessário retomar suas origens em contraposição aos pressupostos da Economia Neoclássica. Enquanto essa corrente apresenta o indivíduo como um agente de escolhas racionais e assertivas, obtendo satisfação ao escolher a possibilidade que maximiza a sua utilidade de tal produto/serviço, estudos demonstraram limitações relacionadas a essa capacidade cognitiva e ao processamento de informações por parte dos indivíduos (Simon, 1955). Nesse sentido, a Economia Comportamental parte da racionalidade econômica limitada, assimetria informacional, riscos e incertezas e a possibilidade de comportamentos oportunistas por parte dos agentes econômicos (Bianchi e Ávila, 2015).

Quando se inicia a cadeia de uma escolha econômica, é possível desmembrar cada processo até a decisão final, começando pelo produto/serviço. Quando fala-se sobre preços, os estudos neoclássicos demonstram que estes são construídos a partir dos custos de produção, para posteriormente se ter um lucro na

venda (Pindyck e Rubinfeld, 2013). Já o estudo da microeconomia incluiu na análise de formação dos preços a importância da demanda e oferta, a partir de uma análise subjetiva, pois os indivíduos têm preferências diferentes, assim escolheriam racionalmente a opção que mais lhes satisfaria (Pindyck e Rubinfeld, 2013), conforme trouxe a Teoria da Utilidade Esperada.

A Teoria da Utilidade Esperada (TUE) tem como fundamento que o valor das coisas não pode ser baseado nos seus preços, mas na utilidade que elas proporcionam, de forma que cada nível de resultado está associado a um grau de benefício final, definido como utilidade. Isto pode assumir valores positivos (no domínio dos ganhos) e negativos (no domínio das perdas) em pesos simétricos, sendo que o marco inicial desta teoria se deu com Bernoulli (1954). O autor argumentou que o valor que uma pessoa atribui à sua riqueza não é o próprio valor monetário desta, mas seu “valor moral” ou utilidade,

(...) a determinação do valor de um item não pode ser baseada em seu preço, mas sim na utilidade que ele fornece. O preço de um item depende somente do quanto este item é usado e do modo como: a utilidade, contudo, depende das circunstâncias particulares do indivíduo que faz a estimativa (Bernoulli, 1738 [1954], p.24).

Sobre o conceito de utilidade, posteriormente, Bentham (1996) trouxe-o para uma releitura sob a égide da sua filosofia utilitarista. O utilitarismo se fundamentava no hedonismo dos gregos antigos, em que os indivíduos agem de maneira a buscar o máximo possível de felicidade. Segundo Bentham,

Por utilidade se entende aquela propriedade de qualquer objeto pela qual ele tende a produzir benefício, vantagem, prazer, bem ou felicidade (isso tudo, ou qualquer parte, ou mesmo uma mesma coisa), ou de um modo (que é também o mesmo) evitar o mal, o sofrimento, o inconveniente, etc.; o critério de utilidade supõe sempre interesse em consideração (Bentham apud Jevons, 1871 [1996], p.64).

A forma que Bentham (1996) concebeu a natureza humana influenciou fundamentalmente a teoria econômica na segunda metade do século XIX, através dos chamados economistas marginalistas. No seu livro *The Philosophy of Economic Science*, o autor demonstra o conceito de utilidade marginal decrescente. Segundo ele, apesar da riqueza ser uma medida da felicidade, quanto maior o nível de riqueza, menor a felicidade adicional proporcionada pelo seu acréscimo.

Para os marginalistas, os consumidores escolheriam, individualmente, aqueles bens que fornecessem a máxima utilidade possível, dado suas restrições orçamentárias. A utilidade era considerada uma medida cardinal da intensidade dos desejos, por isso, mensurável. Ao mesmo tempo, os indivíduos estariam maximizando sua utilidade. Segundo Stanley Jevons, um dos principais marginalistas, “maximizar o prazer é o problema da economia” (Jevons, 1871 [1996], p.69). Assim, o julgamento pessoal da utilidade era entendido como a causa das preferências.

Posteriormente, Pareto (1906), a partir das curvas de indiferença desenvolvidas por Edgeworth, concebeu uma nova abordagem da teoria da utilidade em que era desnecessário qualquer tipo de medida cardinal da utilidade. As curvas de indiferença mostravam as possíveis combinações de bens que mantinham o consumidor no mesmo nível de bem-estar. Com essa nova abordagem, tudo o que era necessário era um indexador de ordenação que designa um número para cada cesta de bens.

A cesta que fornecesse o maior nível de bem-estar, designava-se o número mais alto, para a mais alta ordem de preferência. Para o menor nível de bem-estar, designava-se o número mais baixo e assim por diante. Portanto, duas utilidades distintas poderiam ser classificadas por preferências a cada cesta (Pareto, 1906). Assim, os autores referidos explicam que baseado na utilidade de cada preferência ordenada pelo ser humano, poderia se obter a maior satisfação em cada uma de suas escolhas.

Já em 1979, Daniel Kahneman e Amos Tversky (Dorow, 2008) desenvolveram a Teoria do Prospecto, por se oporem ao modelo de finanças tradicionais e das finanças modernas, mais especificamente, por discordarem da Teoria da Utilidade Esperada no momento da tomada de decisão. No artigo, os autores destacam três pontos que são considerados como pilares para a teoria do prospecto, sendo eles as expectativas, pois a utilidade geral de uma perspectiva é a utilidade esperada de seus resultados; a integração de ativos, já que se foca na mudança de estado e não nos estados finais; e a predominância da aversão a risco, que é equivalente a concavidade da função de utilidade (Kahneman; Tversky, 1979).

A teoria descrita pelos autores demonstra que os indivíduos tomam decisões diferentes quando expostos a situações de perda ou ganho, por não possuírem uma racionalidade plena. Assim, o indivíduo, em situações de investimento, sente mais

intensamente o impacto negativo de uma perda do que o prazer proporcionado por um ganho equivalente, fenômeno conhecido como aversão à perda. Essa tendência cognitiva leva as pessoas a evitar situações que possam gerar perdas, mesmo que isso implique abrir mão de oportunidades de ganho semelhantes ou superiores, resultando em escolhas mais conservadoras e resistência em desfazer investimentos com desempenho negativo (Macedo Junior, 2003).

Desta maneira descreveram o Efeito Certeza e Efeito Reflexo, que apresentam que o indivíduo confrontado com duas possibilidades de escolhas, preferirá a opção com ganho certo, demonstrando uma aversão ao risco. Mas em situações de possíveis perdas, estaria mais predisposto a esse risco. Já no que diz respeito ao Efeito Isolamento, este representa situações em que o indivíduo fica entre duas opções praticamente “iguais”, mas apresentadas de formas diferentes, fazendo com que o investidor crie uma disparidade entre elas, fazendo assim um isolamento dos prospectos (Kahneman; Tversky, 1979).

Thaler (1985) avançou essas concepções introduzindo a ideia de contabilidade mental e do *nudge* (pequeno estímulo que influencia decisões sem restringir escolhas) que corroboram a limitação da racionalidade e a possibilidade de se usar as falhas humanas para o direcionamento do que se deseja, já que pessoas decidem em termos relativos e não absolutos. Escolhas não poderiam ser sempre racionais, pois os agentes são influenciadas pelo ambiente e por informações registradas na memória, boas ou ruins (Kahneman; Tversky, 1979).

2.2 Finanças Comportamentais: consumo e organização financeira

A Economia Neoclássica considera que os mercados financeiros são eficientes, pois um dos pressupostos é que os agentes agem racionalmente, conforme os axiomas da Teoria da Utilidade Esperada. Porém, na literatura da Economia Comportamental e de finanças, existem vários relatos de comportamento de investidores, sendo alguns poucos racionais. Ao incorporar conceitos da psicologia cognitiva, a abordagem das finanças comportamentais considerou entender como fatores emocionais, heurísticas e vieses influenciam o comportamento dos seres humanos (Skinner, 1971).

Utilizando as ideias da Psicologia Behaviorista (psicologia que foca no estudo do comportamento observável), Skinner (1971) propôs que o comportamento

humano é moldado por reforços e punições, dentro de um sistema de condicionamento. Essa visão reduzia a ação humana a respostas previsíveis diante de estímulos, o que influenciou a forma como os agentes econômicos eram compreendidos, como sujeitos quase irracionais, guiados por normas simples e pouco confiáveis em seus julgamentos.

Nesse contexto, as Finanças Comportamentais é uma área dedicada a compreender como os agentes tomam decisões financeiras, baseando-se em evidências práticas e em princípios psicológicos mais próximos da realidade do comportamento humano. Esse campo é considerado uma “irmã” da Economia Comportamental, pois ambos compartilham fundamentos semelhantes, embora com objetivos distintos. As duas disciplinas utilizam descobertas da Psicologia moderna e experimental para analisar seus temas. Enquanto a Economia Comportamental investiga um conjunto amplo de comportamentos que influenciam a organização social, tal como trabalhar, consumir e negociar, as Finanças Comportamentais concentram-se em aspectos mais específicos, como as escolhas dos agentes e os movimentos de capital que decorrem dessas escolhas (Franceschini, 2015).

No início dos anos 1970, ao estudar a forma como os humanos decidem, Amos Tversky (1972) identificou que às vezes eles usam estratégias de análises diferentes quando têm à disposição muitas alternativas e têm um tempo limitado. Ele observou que, normalmente, em decisões que envolvem várias alternativas, os humanos utilizam um processo de eliminação por aspecto. Primeiro focalizam um aspecto ou atributo das diversas opções disponíveis e formalizam um critério mínimo para ele. Exemplo, quando se trata de qual ação investir, o critério inicial é a relação preço/lucro, posteriormente a relação entre preço/valor patrimonial, a seguir, determina qual ação tem mais liquidez, e assim o grupo vai reduzindo a poucas opções, até restar a qual ele irá investir (Tversky, 1972).

Ao estudar a eliminação por critério, Tversky e Kahneman (1972) observam que muitos dos sujeitos da pesquisa utilizam atalhos mentais, as chamadas regras heurísticas, e que muitas vezes limitavam ou distorciam a capacidade de tomar decisões mentais. Nesse sentido, a heurística pode ser definida como um conjunto de regras e métodos que conduzem a resolução de problemas. Ou, ainda, como metodologia ou algoritmo usado para resolver problemas por métodos que, embora não rigorosos, geralmente refletem o conhecimento humano e permitem obter uma solução satisfatória (Tversky e Kahneman, 1972).

Segundo Rekenthaler (1998), no estudo das finanças comportamentais, um dos principais conceitos trabalhados é a aversão à perda, conceito este que foi proposto pela primeira vez por Kahneman e Tversky (1979). Esse conceito baseia-se na constatação de que as pessoas sentem muito mais a dor da perda do que o prazer obtido com um ganho equivalente, como já citado anteriormente.

Além dos vieses e heurísticas relacionados à aversão à perda, aversão ao risco, existe ainda outra característica do comportamento humano relacionada a perder, que é amplamente estudada pelos especialistas em Finanças Comportamentais, o medo do arrependimento (Odean, 1998). Esse conceito trata da constatação de que é muito doloroso para os investidores assumirem seus erros. Por isso, muitas vezes eles adotam comportamentos que não proporcionam o maior lucro possível em uma operação, apenas para evitar ter que reportar uma perda, o que, mais uma vez, contradiz a Teoria da Utilidade Esperada (Odean, 1998).

Existem também, casos de indivíduos que evitam vender ativos por um preço inferior ao de compra, mantendo-os em suas carteiras por longos períodos de tempo, como exemplifica Statman (1995). Com isso, comprometem conscientemente sua liquidez, deixando de aproveitar as melhores oportunidades de negócio nesse intervalo, tudo por medo de se arrepender. As pessoas não agem sempre de forma egoísta, pois existem preferências sociais que influenciam suas escolhas. Além disso, nem sempre a principal preocupação é maximizar ganhos e reduzir custos. Muitas decisões são tomadas em condições de incerteza, com informações limitadas, pouco retorno e capacidade cognitiva restrita, o que caracteriza a racionalidade econômica limitada. Em diversos casos, falta autocontrole, e as preferências podem se alterar, frequentemente em função do contexto em que a decisão ocorre (Samson, 2023).

Tversky e Kahneman (1974) argumentam que muitas das decisões, além de serem baseadas nas heurísticas já descritas, são baseadas em crenças com relação a probabilidades de eventos incertos. Estas crenças, geralmente, são expressas em afirmações como “eu penso que...”, “há possibilidades...”, e “é improvável que...”. Eles demonstraram que as pessoas confiam em um número limitado de princípios heurísticos, que reduzem as tarefas complexas de calcular as probabilidades e prever valores até operações decisivas mais simples. Segundo eles, em geral, as regras heurísticas são bem úteis, mas, às vezes, elas levam a erros sistemáticos graves.

Em seus experimentos, Tversky e Kahneman (1996) observaram comportamentos chamados de viéses e os explicaram por meio das heurísticas supostamente utilizadas pelo decisor. Entre as mais comuns, destaca-se a heurística da representatividade, que ocorre quando os indivíduos realizam julgamentos em ambientes de incerteza buscando padrões comuns e assumindo que padrões futuros serão semelhantes aos passados, mesmo quando a amostra de dados não é suficiente para tal inferência. Outra heurística relevante é a da disponibilidade, que se refere à tendência de atribuir maior peso às informações mais recentes ou facilmente lembradas no momento da decisão, levando à superestimação da probabilidade de eventos com base na expressiva lembrança de ocorrências anteriores. Por fim, a heurística da ancoragem caracteriza-se pela definição de um ponto de referência inicial (ou âncora) para decisões diante de problemas complexos, mantendo-se esse valor mesmo quando surgem novas informações que poderiam alterar o julgamento (Tversky; Kahneman, 1996).

Seguindo o preceito das heurísticas e atalhos mentais, no livro *Rápido e Devagar: duas formas de pensar*, Kahneman (2012) descreve que o cérebro é separado em dois sistemas. Nesse contexto, um dos sistemas representa as decisões rápidas (como ao responder à equação 2+2), e o outro seria mais devagar, ponderando a resposta. Enquanto a primeira forma pode levar a decisões erradas, a exemplo da compra por impulso, a segunda requer mais energia e conhecimento.

Uma das contribuições de Thaler (1999) referente ao assunto é o conceito de contabilidade mental, que se refere à forma que os indivíduos categorizam, codificam e avaliam economicamente seus recursos e atividades financeiras, para posteriormente separar em contas mentalmente. Por exemplo, pessoas podem ter uma conta mental de lazer e outra de necessidades básicas. Um indivíduo endividado no cartão (conta “necessidades” estaria negativa) ainda assim se permite gastar com jantar fora porque “é uma ocasião especial” (justificado pela conta de lazer). Sob racionalidade econômica, ele deveria priorizar quitar a dívida, já que dinheiro é fungível e juros corroem a riqueza, mas mentalmente essas contas não se comunicam perfeitamente (Thaler, 1999). Um outro exemplo, ao receber um reembolso de imposto ou um décimo terceiro salário, muitas pessoas o tratam como “dinheiro inesperado” e gastam compulsivamente, enquanto tratariam diferentemente o salário mensal (Thaler, 1999).

Quando se fala de dinheiro, para a maior parte das pessoas, tê-lo é sinônimo de *status* e poder, visto que este instrumento monetário possibilita às pessoas um maior poder aquisitivo e consequentemente pode ser capaz de suprir suas necessidades hedônicas e não só utilitárias. Por necessidades utilitárias, tal como seu nome sugere, condiz em suprir as necessidades de utilidade, já as hedonistas, estão relacionadas a suprir as necessidades de ego, *status* e poder (Karsaklian, 2012).

Ao longo do estudo, avaliou-se conceitos, obras e citações envolvendo o tema Finanças Comportamentais. Com isso, para compreender as heurísticas, crenças e valores relacionados ao dinheiro, é preciso entender que a família é a principal célula responsável pela transmissão dos valores. É ela quem dá identidade e legitimização, bem como transmite seu *modus operandi*, que é passado de geração em geração (Bowen, 1991). Em termos de transmissão de valores e ensinamento de comportamento, a família é um importante agente de socialização econômica, seja como educadores ensinando os filhos a usar dinheiro, seja apenas como modelo, positivo ou negativo (Bowen, 1991).

Além das heurísticas já mencionadas, outros vieses cognitivos influenciam significativamente as decisões financeiras. Um deles é a autoconfiança excessiva e otimismo, que se refere à tendência dos indivíduos de superestimar sua capacidade técnica, habilidades, conhecimentos e a qualidade das informações que possuem, levando-os a assumir riscos desproporcionais ou ignorar sinais de alerta (Leite, 2021). Outro viés relevante é a dissonância cognitiva, Lopes (2025) exemplifica que esse viés é caracterizado pelo esforço psicológico para justificar decisões equivocadas, reduzindo o desconforto ou sentimento de culpa associado a escolhas mal-sucedidas.

Banerjee (1992) também destaca o efeito manada, que ocorre quando os indivíduos seguem o comportamento ou as decisões de um grupo, motivados pelo sentimento de segurança coletiva, mesmo que isso contrarie análises racionais. Por fim, o viés de confirmação consiste na tendência de buscar, interpretar e valorizar informações que confirmem crenças ou hipóteses pré-existentes, ignorando evidências contrárias, o que compromete a objetividade na tomada de decisão Nickerson (1998). O resumo dos conceitos referentes às heurísticas e vieses estão apresentados no quadro 01.

Quadro 01 - Heurísticas e vieses comportamentais aplicados à pesquisa

Conceito	Características
Representatividade	Julgamentos baseados em padrões passados, mesmo com amostras insuficientes.
Autoconfiança excessiva e otimismo	Superestimação das próprias habilidades e informações, levando a decisões arriscadas.
Ancoragem	Uso de um ponto inicial como referência, pouco ajustado mesmo com novas informações.
Contabilidade mental	Tendência dos indivíduos a separar recursos financeiros em “contas mentais”, categorizando gastos por finalidade (ex.: lazer, necessidades), levando a decisões financeiras inconsistentes.
Disponibilidade	Decisões influenciadas por informações recentes ou mais lembradas.
Dissonância cognitiva	Justificar decisões erradas para reduzir desconforto ou culpa.
Efeito manada	Seguir as escolhas de um grupo para sentir segurança, mesmo sem análise racional.
Viés de confirmação	Buscar e valorizar apenas informações que confirmem crenças prévias.
Aversão à perda	Tendência a sentir mais intensamente o impacto de uma perda do que o prazer de um ganho equivalente, levando à preferência por evitar perdas, mesmo que isso signifique abrir mão de oportunidades vantajosas.

Fonte: Passos, Pereira e Martins (2012).

Diante dessas evidências, fica claro que as decisões financeiras não podem ser explicadas apenas por modelos racionais. Elas são permeadas por emoções, crenças e atalhos mentais que desafiam a lógica tradicional da Economia Neoclássica. Assim, compreender os vieses e heurísticas torna-se essencial não apenas para explicar o comportamento dos investidores, mas também para desenvolver estratégias que aproximem teoria e prática no mundo financeiro, favorecendo melhores tomadas de decisão e contribuindo para o bem-estar do indivíduo (Halonen; Caldwell, 2015). A partir desta abordagem teórica, na próxima seção são apresentados os procedimentos metodológicos adotados no trabalho.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo é apresentada a metodologia, os procedimentos técnicos, a abordagem do problema, o instrumento de coleta e a análise de dados. Quanto ao tipo de pesquisa, o presente trabalho é do tipo descritivo, pois descreve as características comportamentais dos agentes investigados. Para Gil (2012, p. 28), “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Para Oliveira (1999, p. 114), este tipo de pesquisa “permite ao pesquisador a obtenção de uma melhor compreensão do comportamento de diversos fatores e elementos que influenciam determinado fenômeno”.

A amostra analisada é composta por indivíduos com conhecimento técnico em mercado financeiro, os quais trabalham ou têm relacionamento institucional com instituições financeiras, na região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, totalizando 55 participantes. A escolha desse público, fundamenta-se na premissa de que, mesmo entre agentes com familiaridade com instrumentos de investimento e dinâmica de mercado, fatores comportamentais continuam exercendo influência significativa sobre as decisões financeiras. Dessa forma, a abordagem da pesquisa permite evidenciar que fatores comportamentais, como emoções, crenças, heurísticas e vieses cognitivos, não são eliminados pela expertise técnica, mas coexistem com ela, impactando escolhas econômicas. Assim, a inclusão desse público não visa somente garantir a validade da pesquisa, mas sim demonstrar que, mesmo em contextos de alta racionalidade esperada, elementos comportamentais permanecem presentes, reforçando a pertinência do estudo sobre finanças comportamentais.

A presente pesquisa é classificada como qualitativa, pois busca compreender as características comportamentais do público respondente por meio da análise indutiva dos dados, construindo abstrações sobre o fenômeno estudado à medida que as informações são agrupadas em categorias inter-relacionadas. Sobre esse tipo de pesquisa, Vianna (2001, p. 123) destaca que “os dados são analisados de forma indutiva, sem o objetivo maior de confirmar hipóteses, mas de construir abstrações sobre o fato estudado na medida em que as informações forem sendo agrupadas em categorias, inter relacionadas”.

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa é bibliográfica e de levantamento de campo (*survey*). A pesquisa é bibliográfica pois foi necessário utilizar livros e principalmente artigos científicos para sua concretização. Para Gil (2012, p. 65) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A técnica de coleta de dados foi o levantamento de campo (*survey*), devido ao fato de os dados serem investigados através da aplicação de questionário. Neste tipo de pesquisa, ocorre a interrogação direta dos indivíduos cujo comportamento se deseja apurar para, em seguida, realizar análise interpretativa dos dados coletados, buscando compreender padrões e significados (Gil, 2012). Pesquisas dessa natureza baseiam-se no questionamento direto de indivíduos relacionados ao comportamento investigado. Após a coleta de informações junto a um grupo relevante, realiza-se análise qualitativa para interpretar os dados e compreender os fenômenos estudados (Diehl; Tatim, 2004). Para Gil (2012), este tipo de instrumento é uma técnica de investigação composta por um número de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, heurísticas, vieses, situações vivenciadas etc.

O instrumento de coleta dos dados contempla questões relacionadas às características pessoais dos respondentes, aspectos relacionados ao perfil de organização financeira e aspectos relacionados a finanças comportamentais. O questionário está dividido em 5 blocos. As questões do bloco 1 tratam de dados pessoais, o bloco 2 apresenta questionamentos relacionados às preferências dos atores quando trata-se de escolhas pessoais. O bloco 3 aborda perguntas associadas ao comportamento financeiro e aprendizados familiares em relação a este. Já o quarto bloco, examina aprendizados no passado e posicionamentos futuros em relação às finanças pessoais. E o último bloco, faz questionamentos referentes às heurísticas e vieses apresentados nos conceitos do quadro 01 citado no referencial teórico, finalizando o questionário em um período de tempo médio de 5 a 10 minutos.

Com a definição da metodologia, dos procedimentos técnicos e da caracterização da população, estabelece-se a base necessária para a interpretação dos dados coletados. Isto permite verificar se os padrões identificados corroboram a literatura, oferecendo *insights* para o tema estudado. A seguir, serão apresentados os resultados obtidos por meio da aplicação do questionário, acompanhados da

análise interpretativa e da discussão, buscando compreender como os conceitos de finanças comportamentais, heurísticas e vieses se manifestam nas decisões dos participantes.

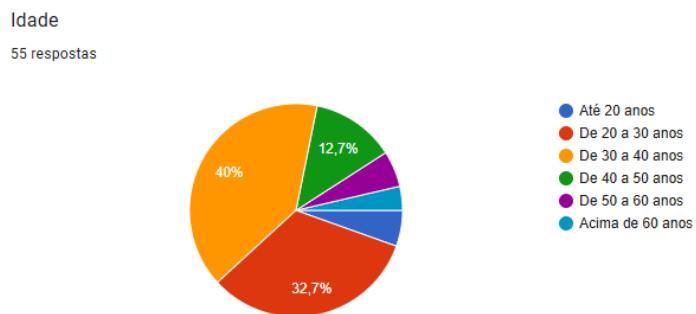
4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na primeira seção deste bloco da pesquisa são apresentados e descritos os dados das respostas dos participantes, e na seção subsequente, é analisado e discutido esses dados e qual a contribuição dos mesmos para a pesquisa.

4.1 Descrição dos dados coletados

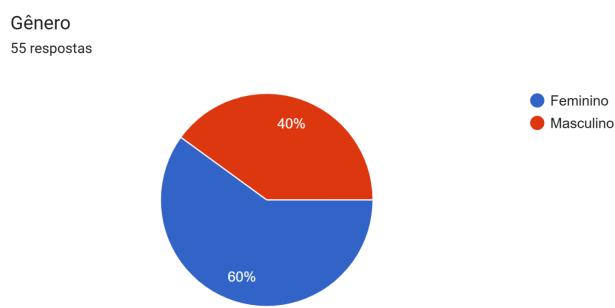
Esta pesquisa foi realizada na região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul, e contou com 55 participantes. Em relação às características da amostra, as principais informações de perfil dos entrevistados serão apresentados no próximo tópico.

De forma geral, percebe-se uma heterogeneidade geracional entre os entrevistados, conforme apresentado no gráfico 01. Para melhor identificar os grupos que compõem a amostra, a idade foi classificada em seis faixas: até 20 anos (3 participantes, 5,5%), de 20 a 30 anos (7 participantes, 12,7%), de 30 a 40 anos (22 participantes, 40%), de 40 a 50 anos (18 participantes, 32,7%), de 50 a 60 anos (3 participantes, 5,5%) e acima de 60 anos (2 participantes, 3,6%). Essa distribuição demonstra uma representatividade geracional significativa entre os respondentes.

Gráfico 01 - Idade

Fonte: elaborado pela autora.

Quanto ao gênero, apresentado no gráfico 02, a maioria é masculina (33 participantes, 60%), enquanto 22 participantes (40%) são do gênero feminino. Em relação ao estado civil, 23 participantes (41,8%) são solteiros, 17 (30,9%) casados, 12 (21,8%) em união estável e 3 (5,5%) separados ou divorciados; não houve participantes viúvos.

Gráfico 02 - Gênero

Fonte: elaborado pela autora.

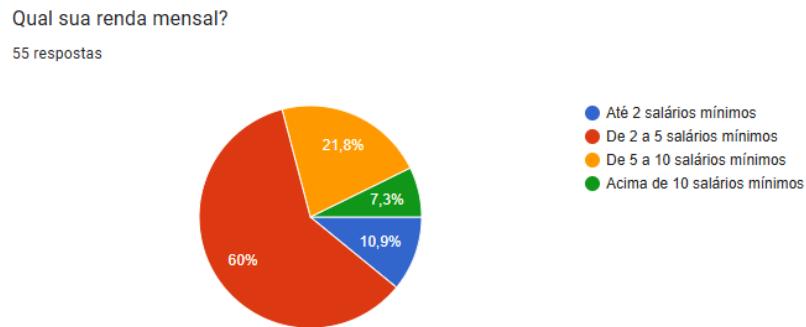
No que diz respeito à presença de filhos, 26 respondentes (47,3%) afirmaram não ter filhos, enquanto 29 (52,7%) possuem filhos. Entre aqueles que têm filhos, a maioria possui 1 filho (14 participantes, 53,8%), seguido por 2 filhos (10 participantes, 38,5%), 3 filhos (1 participante, 3,8%) e 4 filhos (1 participante, 3,8%).

Sobre a escolaridade, 1 participante (1,8%) possui ensino médio completo, 19 (34,5%) têm graduação completa, 13 (23,6%) graduação incompleta, 7 (12,7%)

especialização, 21 (38,2%) MBA, 2 (3,6%) mestrado e nenhum doutorado. No que se refere à situação profissional, todos os participantes (55;100%) estão trabalhando. Quanto à forma de atuação, 51 (92,7%) atuam em empresas privadas, 2 (3,6%) em empresas públicas e 2 (3,6%) como profissionais liberais.

Por fim, ao observar o nível de renda mensal, identifica-se que a maioria dos entrevistados (33 participantes, 60%) possui renda entre 2 e 5 salários mínimos, 12 (21,8%) entre 5 e 10 salários mínimos, 6 (10,9%) até 2 salários mínimos e 4 (7,3%) acima de 10 salários mínimos, conforme apresentado no gráfico 03.

Gráfico 03 - Renda



Fonte: elaborado pela autora.

Ao serem questionados sobre a avaliação da própria situação financeira, observa-se que a maioria dos participantes classifica sua condição como "boa" (41,8%) ou "muito boa" (14,5%), totalizando 56,3% dos respondentes com percepção positiva. Além disso, 40% consideram sua situação como "média", enquanto apenas 3,6% avaliam como "excelente". Esses resultados revelam que, embora predomine uma visão favorável sobre as próprias finanças, há também uma parcela significativa que percebe sua condição como intermediária, e poucos se enxergam em situação financeira excepcional.

Após a identificação do perfil da amostra, busca-se compreender as preferências dos respondentes em relação às suas compras rotineiras, optando por uma de duas opções disponíveis. O bloco em questão visa relacionar e confrontar as respostas com o bloco 5, no qual os participantes deveriam classificar em uma escala o quanto concordavam com o comportamento citado na frase em destaque.

No que diz respeito às preferências de consumo, observa-se que a maioria dos participantes prefere gastar com alimentação em vez de vestuário (83,6%) e demonstra maior inclinação em realizar compras pessoais do que presentear terceiros (60%). Há uma leve preferência por gastar com experiências (52,7%) em relação a bens materiais (47,3%), e por saúde e bem-estar (52,7%) em detrimento de lazer (47,3%). O grupo apresenta maior propensão a investir em educação (72,7%) do que consumir entretenimento (27,3%), além de optar por supermercados (56,4%) em vez de restaurantes (43,6%). Destaca-se também o interesse em gastos com moda (61,8%), superando a preferência por animais de estimação (38,2%). E ainda, o grupo tem preferência por gastos com tecnologia (80%) em detrimento a decoração (20%).

Nos próximos blocos, a pesquisa aborda “dinheiro no presente, passado e futuro”. Quanto aos comportamentos financeiros aprendidos no ambiente familiar, poupar (69,1%) e economizar (67,3%) aparecem como práticas fortemente presentes entre os participantes, seguidas pela tendência de evitar dívidas (61,8%) e, em menor proporção, pelo hábito de investir (29,1%). Esses dados sugerem que, apesar de um perfil de consumo voltado ao presente, existe uma base de educação financeira orientada à prudência e ao planejamento, transmitida por familiares.

No que se refere a o que os participantes utilizam sua renda, lazer/hobbies (83,6%), investimento/poupança (78,2%), estudos (76,4%), saúde (70,9%) e família/filhos (65,5%) são os principais destinos dos recursos financeiros. Apenas 20% dos respondentes contam com outras fontes de renda e já 80% utilizam como fonte de renda exclusivamente o salário.

Em relação à poupança, a grande maioria afirma que costuma poupar (87,3%), sendo que 29,1% reservam até 10% da renda mensal. Por outro lado, apenas 27,3% investem em ativos financeiros, imóveis ou ações, indicando que o hábito de poupar não necessariamente se converte em investimento financeiro.

Quanto às formas de pagamento, o cartão de crédito é amplamente utilizado (92,7%), seguido pelo Pix (78,2%) e pelo cartão de débito (52,7%). As compras parceladas são comuns, especialmente para roupas e acessórios (78,2%), cursos (67,3%) e eletrodomésticos (49,1%). Apesar disso, a maioria dos participantes afirma não possuir dívidas (72,7%), e entre os que têm, 52,7% comprometem mais de 50% da renda mensal com o pagamento das parcelas, o que pode indicar situações de vulnerabilidade financeira para parte do grupo.

No campo de questionamentos de crenças e influências sobre o dinheiro, destaca-se a visão do dinheiro como ferramenta (80%) e a crença na prosperidade (“eu mereço prosperidade”, 58,2%). Por outro lado, ditados negativos como “dinheiro não traz felicidade” têm pouca adesão (7,3%). Esse cenário indica uma percepção funcional do dinheiro, visto como meio para realização de metas e prosperidade, e não como fonte de problemas ou restrições.

As influências familiares e experiências de infância também se mostram relevantes, com a maioria dos participantes relatando situação financeira familiar estável ou boa durante a infância (56,4%), embora uma parcela significativa tenha vivenciado mudanças importantes nesse período (52,7%). O diálogo sobre finanças com os pais era frequente para 41,8% dos respondentes, e tanto mãe (47,3%) quanto pai (38,2%) eram vistos como figuras para quem o dinheiro tinha importância, o que pode ter contribuído para a formação de hábitos de poupança e preocupação com o futuro.

Por fim, as expectativas para os próximos cinco anos são predominantemente positivas, com 67,3% dos participantes esperando melhora na situação financeira. Entretanto, preocupações como perder o emprego (27,3%), ter que vender bens (61,8%) ou não conseguir manter o padrão de vida (38,2%) estão presentes em níveis consideráveis, revelando uma dualidade entre otimismo e insegurança, indicando a coexistência de expectativas positivas com preocupações significativas.

4.2 Análise dos dados e resultados

Esta seção refere-se à análise dos dados coletados nos blocos do questionário de pesquisa. Primeiramente, o bloco 2 aborda as preferências declaradas pelos participantes em relação a diferentes categorias de consumo, enquanto, em contrapartida, o bloco 5 apresenta situações contraditórias. A análise das respostas ao questionário revela importantes incoerências entre as preferências declaradas e o comportamento financeiro efetivamente praticado pelos participantes.

Inicialmente, observa-se que 83,6% dos respondentes afirmam preferir gastar com alimentação em vez de vestuário. No entanto, quando confrontados com situações reais, 52,7% admitem já ter deixado de comprar algo essencial para adquirir roupas por impulso. Esse dado evidencia uma forte tendência ao consumo

impulsivo, em que o desejo imediato por vestuário se sobrepõe até mesmo a necessidades básicas.

No que diz respeito à dicotomia entre experiências e bens materiais, 52,7% declaram preferência por investir em experiências (como viagens e eventos), enquanto 47,3% optam por bens materiais. Apesar disso, 49,1% reconhecem já ter deixado de investir em uma viagem para comprar algo que proporcionasse prazer imediato, demonstrando que, na prática, o consumo de bens materiais frequentemente prevalece sobre o planejamento de experiências.

Outro ponto relevante é a relação entre tecnologia e decoração. Embora 80% dos participantes afirmem preferir gastar com tecnologia (contra apenas 20% que preferem decoração), 52,7% já compraram tecnologia sem necessidade, motivados por promoções ou lançamentos. Isso indica que, mesmo sendo a preferência declarada da maioria, o apelo de novidades e ofertas exerce uma influência significativa sobre as decisões de compra, levando muitos a consumir de forma impulsiva, independentemente de uma real necessidade.

Quando o tema é presentear outros ou a si mesmo, 40% dizem preferir gastar com presentes para os outros. Contudo, 27,3% já compraram algo para si mesmos mesmo quando estavam economizando para presentear alguém, revelando um conflito entre a intenção de generosidade e a satisfação de desejos pessoais.

Na comparação entre saúde e lazer, 47,3% afirmam priorizar a saúde e bem-estar, enquanto 52,7% preferem lazer. De forma coerente com essa preferência, 47,3% já admitiram gastar com lazer mesmo tendo uma consulta médica marcada ou a marcar, o que pode indicar uma tendência à procrastinação de cuidados essenciais em prol do prazer imediato.

A preferência pela educação em detrimento do entretenimento é relevante, pois 72,7 % dizem priorizar a educação, enquanto 27,3% preferem entretenimento. Esse padrão não condiz com o comportamento real, já que 45,5% relatam ter comprado jogos ou assinado serviços de *streaming* mesmo quando deveriam investir em cursos ou livros, reforçando a busca por gratificação instantânea.

No tocante à alimentação, 56,4% preferem gastar em supermercados, enquanto 43,6% optam por restaurantes. Em contrapartida, 45,5% já escolheram comer fora por impulso, mesmo tendo comida em casa, o que evidencia a influência da conveniência e do desejo momentâneo sobre o planejamento financeiro.

Esses resultados demonstram que, apesar das intenções declaradas, muitos indivíduos acabam tomando decisões financeiras contraditórias, influenciados por impulsividade, *marketing*, busca por prazer imediato e conveniência. Tal cenário reforça a relevância das finanças comportamentais, mostrando que o comportamento real frequentemente diverge das preferências manifestadas, o que pode comprometer o equilíbrio financeiro e o alcance de objetivos de longo prazo.

No bloco destacado como padrões e comportamentos, a análise dos dados coletados revela a presença de heurísticas e vieses comportamentais discutidos na literatura das Finanças Comportamentais, confirmando as proposições de autores citados no referencial. Nesse bloco do questionário, os participantes deveriam responder em uma escala de “1 até 5” sobre comportamentos descritos em 1 frase.

Os resultados das primeiras frases aplicadas, evidenciam que muitos tendem a basear suas decisões financeiras em experiências anteriores e na identificação de padrões, mesmo quando os dados disponíveis são limitados. Por exemplo, 50,9% dos respondentes afirmam frequentemente se basear em experiências anteriores que deram certo, e 32,72% acreditam que o que funcionou no passado tende a funcionar novamente, além destes, 47,27% costumam reconhecer padrões em suas decisões financeiras, mesmo quando têm poucas informações disponíveis. Esses comportamentos demonstram a heurística da representatividade, conforme descrito por Tversky e Kahneman (1972; 1996), pois, em situações de incerteza, os indivíduos recorrem a atalhos mentais para simplificar julgamentos, assumindo que padrões passados se repetirão no futuro.

A autopercepção dos respondentes, que se consideram capazes de tomar boas decisões financeiras sem ajuda externa e acreditam entender mais sobre investimentos do que a média, sinaliza o viés de autoconfiança excessiva. Os dados mostram que 52,72% confiam plenamente em sua capacidade de tomar boas decisões financeiras sem ajuda externa e 47,27% acreditam entender mais sobre investimentos do que a maioria das pessoas ao redor. Ainda, 38,18% costumam acreditar que as suas decisões financeiras darão certo, mesmo em cenário de incertezas. Leite (2021) destaca que esse viés leva os indivíduos a superestimar suas habilidades e subestimar riscos, o que pode resultar em decisões arriscadas ou pouco fundamentadas.

A influência do preço inicial e da primeira impressão sobre o valor de um produto, bem como a dificuldade em mudar de opinião após definir um valor de

referência, ilustram a heurística da ancoragem, conforme descrita por Tversky e Kahneman (1996). Os dados coletados mostram que 54,54% dos participantes dizem que o preço inicial influencia sua percepção sobre o valor real do produto, já em contrapartida, os próximos dois dados demonstram um cenário diferente, 16,36% tomam decisões financeiras com base na primeira impressão, mesmo diante de novas informações, e os mesmos 16,36% dizem ter dificuldade em mudar de opinião após definir um valor de referência. No último julgamento evidenciados, muitos participantes 41,8% tiveram reação imparcial, com voto na numeração 3, indicando indiferença. Os participantes demonstraram manter julgamentos baseados em pontos de referência iniciais, validando a teoria de que a ancoragem é um atalho mental recorrente em decisões financeiras, e, ainda, alguns participantes demonstraram incerteza em relação ao julgamento solicitado.

A próxima tendência exposta aos participantes, era de dividir o dinheiro em “caixinhas” e evitar misturar recursos entre categorias, corroborando com o conceito de contabilidade mental proposto por Thaler (1999). Segundo o autor, essa categorização mental pode levar a decisões inconsistentes, como gastar em lazer mesmo estando endividado em outras áreas. No questionário, 30,9% dividem o dinheiro em “caixinhas” específicas e evitam misturá-las, enquanto outros 30,9% fazem isso em casos específicos, como viagens, mas em relação a evitar usar recursos de uma categoria para outra, mesmo tendo dinheiro disponível, os participantes tiveram uma média de 18,2% de resposta em 3 opções (1,2,4), evidenciando uma possível falta de clareza ou imparcialidade na resposta. Os dados coletados mostram que o comportamento de contabilidade mental está presente na amostra, reforçando a relevância do conceito para a compreensão da organização financeira dos indivíduos.

A influência de notícias recentes e relatos de prejuízo financeiro sobre as decisões dos participantes descreve a heurística da disponibilidade, conforme discutida por Tversky e Kahneman (1996). Os respondentes tendem a superestimar a importância de informações facilmente lembradas ou recentes, o que pode distorcer a avaliação de riscos e oportunidades. Por exemplo, 43,63% afirmam que informações recentes sobre economia influenciam diretamente suas decisões de compra, um dos pontos fortes que corrobora com a heurística estudada pelo autor. Já a opção de “ficar mais cautelosos ao ouvir sobre prejuízo financeiro de terceiros” e “notícias negativas me faz repensar decisões financeiras, mesmo que não me

afete diretamente", teve um resultado maior na opção de imparcialidade, 41,8% no primeiro e 47,3% no segundo.

A teoria da dissonância cognitiva sugere que pessoas tendem a justificar decisões financeiras equivocadas, buscando motivos para acreditar que fizeram a melhor escolha. Esse viés reduz o desconforto associado a escolhas mal-sucedidas, levando à rationalização de decisões erradas, conforme exemplificado por Lopes (2025). No entanto, os dados indicam que esse comportamento foi pouco frequente entre os participantes, já que apenas 10,90% justificaram compras que não valeram a pena, dizendo que foram necessárias. Ainda, 5,45% tentaram encontrar motivos para acreditar que uma decisão ruim foi a melhor escolha e 10,90% evitaram admitir que erraram, preferindo pensar que fizeram o melhor com as informações que tinham. Isso sugere que, no contexto analisado, essa rationalização de escolhas erradas não foi predominante.

A tendência de seguir comportamentos de amigos, familiares ou do grupo, especialmente em decisões de investimento, corrobora em partes com o efeito manada descrito por Banerjee (1992). O sentimento de segurança coletiva leva os indivíduos a adotar decisões do grupo, mesmo que isso contrarie análises racionais. Já no questionário, na primeira frase abordada, 69,09% declaram que não costumam seguir tendências de consumo que vêm entre amigos e familiares. Em contrapartida, 20% sentem mais segurança para investir quando muitas pessoas estão fazendo o mesmo.

A busca por informações que confirmem crenças prévias e a tendência de ignorar dados contrários ilustram o viés de confirmação, conforme descrito por Nickerson (1998). Esse viés compromete a objetividade na tomada de decisão, levando os indivíduos a reforçar suas convicções, mesmo diante de evidências opostas. Os dados do questionário mostram que 27,27% dão mais atenção a informações que reforçam o que já acreditam, 45,45% buscam argumentos que confirmem suas decisões financeiras antes de executá-las, já 72,72% dizem que não ignoram dados que contradizem sua opinião formada sobre um investimento, evidenciando que nem sempre o viés em questão se aplica em todas as variáveis.

Por fim, a preferência por evitar riscos financeiros, a manutenção de investimentos ruins para não realizar perdas e o medo de perder dinheiro, mais intenso do que a expectativa de ganhos, confirmam o conceito de aversão à perda proposto por Kahneman e Tversky (1979) e aprofundado por Rekenthaler (1998). Os

participantes demonstram sentir mais intensamente o impacto das perdas, o que influencia suas decisões, uma vez que 47,27% evitam correr riscos financeiros mesmo com possibilidade de ganho, 21,81% preferem manter um investimento ruim do que aceitar a perda e 50,90% afirmam que o medo de perder dinheiro influencia mais suas decisões do que a expectativa de ganhar.

Os resultados confirmam uma diferença entre preferências declaradas e os comportamentos efetivos dos participantes. Embora demonstrem conhecimento técnico e indiquem preferências alinhadas à racionalidade financeira, suas práticas cotidianas continuam fortemente influenciadas por heurísticas e vieses, como impulsividade, ancoragem, representatividade, excesso de confiança e aversão à perda. Essa constatação reforça a relevância das Finanças Comportamentais para compreender decisões financeiras no dia a dia, evidenciando que fatores psicológicos e emocionais exercem papel determinante na gestão individual. Diante disso, torna-se essencial desenvolver estratégias educativas que promovam maior consciência sobre esses mecanismos, favorecendo escolhas mais consistentes e sustentáveis, mesmo em contextos dinâmicos e desafiadores.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo analisar as influências comportamentais incorporadas à tomada de decisão em relação ao consumo e à organização financeira de indivíduos atuantes em instituições financeiras na região do Vale do Rio Pardo, no Rio Grande do Sul. Para isso, buscou-se responder à questão: quais fatores comportamentais influenciam as decisões financeiras cotidianas dos indivíduos e como esses fatores se manifestam no comportamento de consumo e organização financeira? Os objetivos específicos foram contemplados ao analisar os comportamentos, vieses e heurísticas sob a ótica da Economia Comportamental, compreender a relação entre finanças comportamentais, consumo e organização financeira, e identificar, a partir dos dados coletados, evidências práticas desses fenômenos.

O resultado mais expressivo do estudo foi a constatação de uma significativa discrepância entre as intenções declaradas pelos participantes e seus comportamentos efetivos. Embora muitos indivíduos demonstrem conhecimento técnico e manifestem preferências alinhadas a práticas financeiras racionais, suas

ações reais são frequentemente guiadas por impulsividade, busca por gratificação imediata e influência de fatores emocionais. Esse achado revela que, mesmo em ambientes profissionais, o comportamento financeiro é permeado por aspectos psicológicos e emocionais, como ancoragem, representatividade, aversão à perda e contabilidade mental. A análise dos dados mostrou que decisões cotidianas, como compras por impulso, adiamento de cuidados essenciais e priorização de desejos momentâneos, ocorrem mesmo entre aqueles que reconhecem a importância do planejamento e da racionalidade. Tal resultado reforça que a lógica racional, embora desejada, é constantemente desafiada por fatores comportamentais internos e externos, tornando a gestão financeira um processo complexo.

O desenvolvimento deste estudo contribui para a literatura ao evidenciar, com dados empíricos, a presença de vieses comportamentais mesmo em contextos de conhecimento técnico, além de ressaltar a importância do ambiente familiar e das experiências de infância na formação de hábitos financeiros. Entre as limitações do trabalho, destaca-se o tamanho da amostra, restrita a 55 participantes de uma região específica, o que pode limitar a generalização dos resultados. Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a amostra para diferentes regiões e perfis profissionais, bem como explorar outros comportamentos, heurísticas e vieses que possam afetar as finanças pessoais de cada indivíduo. Investigações comparativas entre profissionais do setor financeiro e de outros segmentos também podem enriquecer a compreensão sobre o impacto dos vieses comportamentais nas decisões econômicas, ampliando o alcance e a aplicabilidade dos resultados.

REFERÊNCIAS

- ANBIMA – Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais. *Raio X do investidor brasileiro*. 8^a edição. São Paulo: ANBIMA, 2023. Disponível em:
<https://www.anbima.com.br/data/files/AB/A3/C2/A8/88C76910FCADB769B82BA2A8/Raio-X-do-Investidor-Brasileiro-8-edicao.pdf>. Acesso em: 15 de outubro de 2025.
- BANERJEE, A. V. A simple model of herd behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, v. 107, n. 3, p. 797-817, 1992. Disponível em:
<https://economics.mit.edu/sites/default/files/publications/banerjee92herd.pdf>. Acesso em 03 de novembro de 2025.
- BENTHAM, Jeremy. *The Philosophy of Economic Science*. In: BENTHAM, Jeremy. Jeremy Bentham's economic writings. Ed. por W. Stark. London: Published for the

Royal Economic Society by Allen & Unwin, 1952-1954. v. 1. Disponível em: <[The Philosophy of Economics: An Anthology, Third Edition](#)>. Acesso em: 17 de setembro de 2025

BERNOULLI, D. *Specimen theoriae novae de mensura sortis. Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae*, v. 5, p. 175-192, 1738. *Expositions of a new theory on the measurement of risk*. *Econometrica*, v. 22, p. 23-36, 1954. Disponível em: <[Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk on JSTOR](#)>. Acesso em: 19 de setembro de 2025.

BIANCHI, Ana Maria; ÁVILA, Flávia (org.). *Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo, 2015. Disponível em: <[guia-economia-comportamental.pdf](#)>. Acesso em: 16 de outubro de 2025.

BOWEN, M. *De la familia al individuo: la diferenciación del si mismo en el sistema familiar*. Barcelona: Paidós, 1991. Disponível em <<https://www.amazon.com/-/es/familia-individuo-diferenciaci%C3%B3n-sistema-familiar/dp/8475097162>>. Acesso em: 19 de outubro de 2025.

DIEHL, Astor Antonio; TATIM, Denise Carvalho. *Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas*. São Paulo: Pearson Prentice Hall. 2004.

DOROW, Anderson; MACEDO JUNIOR, Jurandir Sell; NUNES, Patricia; MENEZES, Emilío Araújo. *Finanças Comportamentais: Uma análise estatística envolvendo os efeitos de certeza e reflexo*. Cadernos de Economia, Unochapecó. Disponível em: <<https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rce/article/download/569/351>>. Acesso em: 18 de setembro de 2025.

FRANCESCHINI, Carol. *Introdução a Finanças Comportamentais. Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo, 2015. Disponível em: <[guia-economia-comportamental.pdf](#)>. Acesso em: 27 de outubro de 2025.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas. 6ºed. 2012.

HAUBERT, Fabrício Luis Cognese; LIMA, Carlos Rogério Montenegro de; LIMA, Marcos Vinícius Andrade de. *Finanças Comportamentais: uma investigação com base na teoria do Prospecto e no perfil do investidor de estudantes de cursos stricto sensu portugueses*. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/2175-8077.2014v16n38p183>>. Acesso em: 28 de outubro de 2025..

HALONEN, Elina; CALDWELL, Leigh. *Como a Economia Comportamental pode fazer as pessoas felizes. Guia de Economia Comportamental e Experimental*. São Paulo, 2015. Disponível em: <[guia-economia-comportamental.pdf](#)>. Acesso em: 28 de outubro de 2025.

JEVONS, W. Stanley. (1871 [1996]). *The theory of political economy*. Versão traduzida: *A teoria da economia política*. São Paulo: Nova Cultural, 1996. Disponível

em: <[OS ECONOMISTAS - A teoria da Economia Política](#)>. Acesso em: 17 de setembro de 2025.

KAHNEMAN, Daniel, TVERSKY, Amos. *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk*. *Econometrica*, v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979. Acessado em 11 de setembro de 2025 <<https://www.jstor.org/stable/1914185?origin=crossref&seq=1>>

KAHNEMAN, D. & TVERSKY, A. *On the reality of cognitive illusions*. *Psychological Review*, v. 103, n. 3, p. 582-591, 1996. Disponível em: <<https://pages.ucsd.edu/~mckenzie/KahnemanTversky1996PsychRev.pdf>>. Acesso em: 13 de outubro de 2025.

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

KARSAKLIAN, Eliane. *Comportamento do consumidor*. 2. ed. 6. reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.

LEITE, F. F. *Finanças Comportamentais Aplicadas a Investidores de Alta Renda: Um Estudo Sobre Viés de Otimismo e Excesso de Confiança em Carteiras Privadas*. Disponível em: <<https://submissoesrevistarcmos.com.br/index.php/rcmos/article/download/1232/2900>>. Acesso em: 04 de novembro de 2025.

LOPES, D. C. *Dissonância Cognitiva e Tomada de Decisão: Uma Análise Teórica sobre Resistência à Evidência e Mudança de Crenças em Contextos Organizacionais*. *Revista Foco*, v. 18, n. 1, p. 45-62, 2025. Disponível em: <<https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/download/8852/6382/22260>>. Acesso em 04 de novembro de 2025.

MACHADO JR., Jurandir Sell. *Teoria do prospecto*. [S.I.]: Live Capital, 2023. Disponível em: <<https://www.livecapital.com.br/wp-content/uploads/2023/05/TEORIA-DO-PROSPECTO.pdf>>. Acesso em: 21 de setembro de 2025.

NICKERSON, R. S. *Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises*. *Review of General Psychology*, v. 2, n. 2, p. 175-220, 1998. Disponível em: <<http://psy2.ucsd.edu/~mckenzie/nickersonConfirmationBias.pdf>>. Acesso em 04 de novembro de 2025.

ODEAN, Terrance. *Why do investors trade too much?* Davis : University of California at Davis, 1998b. Artigo acadêmico. Disponível em: <<https://faculty.haas.berkeley.edu/odean/papers%20current%20versions/doinvestors.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2025.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. *Tratado de metodologia científica*. São Paulo: Pioneira. 2. Ed.1999.

PARETO, Vilfredo. (1906 [1996]). *Manual d'economia política*. Versão traduzida: *Manual de economia política*. São Paulo: Nova Cultural, 1996. Disponível em:

<[pareto \(1996\) manual de economia politica.pdf](#)>. Acesso em 18 de setembro de 2025.

PASSOS, J. C.; PEREIRA, V. S.; MARTINS, V. F. *Contextualizando a pesquisa em finanças comportamentais: uma análise das principais publicações nacionais e internacionais que abrange o período de 1997 a 2010*. RAGC, v. 1, n. 1, p. 38-60, 2012. Disponível em: <[CONTEXTUALIZANDO A PESQUISA EM FINANÇAS COMPORTAMENTAIS: UMA ANÁLISE DAS PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES NACIONAIS E INTERNACIONAIS QUE ABRANGE O PERÍODO DE 1997 A 2010 | RAGC](#)>. Acesso em: 08 de outubro de 2025.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. *Microeconomia*. 8. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013. Disponível em: <[Microeconomia, 8ª Edição por Pindyck & Rubinfeld](#)>. Acesso em: 10 de outubro de 2025.

SAMSON, A. (Ed.). *The Behavioral Economics Guide 2023*. Disponível em: <<https://www.behavioraleconomics.com/be-guide/>>. Acesso em: 03 de novembro de 2025.

SIMON, H. A. *A behavioral model of rationality choice*. Quarterly Journal of Economics, Cambridge, v. 69, n.1, p. 99-118, 1955. Disponível em: <[simon-herbert_a-behavioral-model-of-rational-choice-1955-feb.pdf](#)>. Acesso em: 07 de setembro de 2025.

SILVA, Maiqueli Severo da; PIENIZ, Luciana Paim. *Teoria da utilidade esperada e teoria do prospecto – uma análise empírica a partir do perfil do investidor de estudantes universitários*. Cruz Alta: Universidade de Cruz Alta, 2019. Disponível em: <<https://home.unicruz.edu.br/wp-content/uploads/2019/02/Teoria-da-Utilidade-Esperada-e-Teoria-do-Prospecto-%E2%80%93-Uma-An%C3%A1lise-Empirica-a-partir-do-Perfil-do-Investidor-de-Estudantes-Universit%C3%A1rios.pdf>>. Acesso em: 28 de outubro de 2025.

SKINNER, B. F. *Beyond freedom and dignity*. [S.I.]: B. F. Skinner Foundation, 2020. Edição original de 1971. Disponível em: <https://bfskinner.org/wp-content/uploads/2020/11/978_0_9964539_1_2.pdf>. Acesso em: 13 de outubro de 2025.

STATMAN, Meir. *Behavioral finance versus standard finance*. In: AIMR SEMINAR IMPROVING THE INVESTMENT DECISION-MAKING PROCESS: BEHAVIORAL FINANCE AND DECISION THEORY, 1995, p. 14-21. Behavioral finance and decision theory in investment management. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/247880912_Behavioral_Finance_versus_Standard_Finance>. Acesso em: 8 de outubro de 2025

THALER, Richard H. *Misbehaving: The making of behavioral economics*. New York: Norton, 2015. Disponível em: <[Misbehaving: The Making of Behavioral Economics](#)>. Acesso em: 09 de setembro de 2025.

THALER, Richard H. *Mental Accounting Matters*. Journal of Behavioral Decision Making, v. 12, n. 3, p. 183–206, 1999. Disponível em: <[Thaler-99.pdf](#)>. Acesso em: 28 de setembro de 2025.

THALER, R. *Mental Accounting and Consumer Choice*. Marketing Science, v. 4, n. 3, p. 199–214, 1985. Disponível em: <<https://bear.warrington.ufl.edu/brenner/mar7588/Papers/thaler-mktsci1985.pdf>> Acesso em: 07 de outubro de 2025.

TOLMAN, Edward Chace. *Purposive behavior in animals and men*. New York: Century Company, 1932. Disponível em: <https://ia804607.us.archive.org/7/items/in.ernet.dli.2015.138824/2015.138824.Purposive-Behavior-In-Animals-And-Men_text.pdf>. Acesso em: 15 de outubro de 2025.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel, . *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Science, vol. 185, no. 4157, 1974, pp. 1124–31. JSTOR. Acessado em 11 de setembro de 2025 <<http://www.jstor.org/stable/1738360>>.

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. *Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica*. São Paulo: E.P.U, 2001