



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

PAULO HENRIQUE PIMENTEL WANDERLEY NEVES

ECONOMIA COMPORTAMENTAL: EVOLUÇÃO NA HISTÓRIA DO PENSAMENTO  
ECONÔMICO E LIÇÕES CONTEMPORÂNEAS PARA A ÁREA DE FINANÇAS

RECIFE

2024

PAULO HENRIQUE PIMENTEL WANDERLEY NEVES

ECONOMIA COMPORTAMENTAL: EVOLUÇÃO NA HISTÓRIA DO  
PENSAMENTO ECONÔMICO E LIÇÕES CONTEMPORÂNEAS PARA A ÁREA DE  
FINANÇAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de  
Ciências Econômicas da Universidade Federal de  
Pernambuco, *Campus Recife*, como requisito parcial para  
obtenção do título de bacharel em Ciências Econômicas

Orientadora: Profa. Dra. Maria Fernanda Gatto

RECIFE

2024

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

Pimentel Wanderley Neves, Paulo Henrique .

Economia comportamental: Evolução na história do pensamento econômico e lições contemporâneas para a área de finanças / Paulo Henrique Pimentel Wanderley Neves. - Recife, 2024.

32 : il., tab.

Orientador(a): Maria Fernanda Gatto

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Ciências Econômicas - Bacharelado, 2024.

Inclui referências.

1. Economia comportamental. 2. Finanças pessoais. I. Gatto, Maria Fernanda

. (Orientação). II. Título.

330 CDD (22.ed.)

PAULO HENRIQUE PIMENTEL WANDERLEY  
NEVES

ECONOMIA COMPORTAMENTAL: EVOLUÇÃO NA HISTÓRIA DO  
PENSAMENTO ECONÔMICO E LIÇÕES CONTEMPORÂNEAS PARA A ÁREA  
DE FINANÇAS

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Ciências  
Econômicas da Universidade Federal de  
Pernambuco, como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em  
Ciências Econômicas.

Aprovado em: 17/10/2024

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Maria Fernanda Freire Gatto Padilha(Orientadora)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof. Dr. Paulo Glicio da Rocha (Examinador Interno)  
Universidade Federal de Pernambuco



## RESUMO

Essa pesquisa examina o desenvolvimento da economia comportamental, uma ciência que funde conceitos da psicologia e da economia para elucidar como aspectos sociais e emocionais impactam as decisões financeiras dos indivíduos. O trabalho discorre sobre as raízes e o desenvolvimento inicial da economia comportamental, acentuando o papel de autores como Daniel Kahneman, Herbert Simon e Richard Thaler. A pesquisa examina como a aversão à perda, as heurísticas e os vieses cognitivos moldam os comportamentos dos consumidores e o gerenciamento de finanças pessoais. Além disso, discorre-se sobre a intuição "nudge" e contabilidade mental, as quais oferecem lições práticas para embelezar o gerenciamento financeiro. Finalmente, realiza-se a argumentação que a economia comportamental é importante para desenvolver estratégias eficazes que assistam as pessoas a obter decisões mais racionais e refletivas, que correspondam a uma melhoria de tempos em seu bem-estar financeiro. Número de palavras 138

Palavras-chave Economia Comportamental; Vieses Cognitivos; Finanças Pessoais.

## ABSTRACT

This research examines the development of behavioral economics, a science that merges concepts from psychology and economics to elucidate how social and emotional aspects impact individuals' financial decisions. The work discusses the roots and initial development of behavioral economics, emphasizing the role of authors such as Daniel Kahneman, Herbert Simon, and Richard Thaler. The research explores how loss aversion, heuristics, and cognitive biases shape consumer behaviors and personal finance management. Additionally, we discuss the "nudge" intuition and mental accounting, which offer practical lessons for enhancing financial management. Finally, we argue that behavioral economics is essential for developing effective strategies that help individuals make more rational and reflective decisions, leading to improved financial well-being.

Key-Words: Behavioral Economics; Cognitive Biases; Personal Finance

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	6
2. HISTÓRIA .....	7
2.1 ORIGENS E DESENVOLVIMENTO INICIAL.....	7
2.2 PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES E TEMAS.....	7
2.3 LITERATURA BRASILEIRA.....	8
3. PRINCIPAIS PENSADORES .....	9
3.1 DANIEL KANEHMAN E AMOS TVERSKY.....	9
3.2 HEBERT SIMON.....	13
3.3 RICHARD THALER .....	15
4. ECONOMIA COMPORTAMENTAL NOS TEMPOS ATUAIS- CONSUMISMO .....	17
4.1 DEFINIÇÃO E ORIGEM DO CONSUMISMO.....	17
4.2 CONSUMISMO E ECONOMIA COMPORTAMENTAL.....	18
4.3 PUBLICIDADE E MANIPULAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.....	19
5. ECONOMIA COMPORTAMENTAL NAS FINANÇAS PESSOAIS .....	20
5.1 UMA INTRODUÇÃO A FINANÇAS PESSOAIS E SUA IMPORTÂNCIA.....	20
5.2 TOMADA DE DECISÕES FINANCEIRAS PELOS INDIVÍDUOS – UMA ANÁLISE COMPORTAMENTAL.....	21
5.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO E ORÇAMENTO.....	24
5.4 POUPANÇA E INVESTIMENTO.....	25
5.5 ENDIVIDAMENTO.....	26
5.6 ESTUDOS DE CASO E PESQUISAS EMPÍRICAS.....	27
6. CONCLUSÃO.....	29
7. REFERÊNCIAS.....	30

## INTRODUÇÃO

A princípio a economia comportamental é uma linha de investigação científica que segue os campos da Psicologia e da Economia, ou seja, estuda como fatores psicológico, sociais e emocionais interferem nas decisões econômicas dos indivíduos e instituições. (MENDES *ET AL.* 2024).

A economia tradicional se difere da comportamental pelos indivíduos utilizarem sempre seu lado racional frente ao emocional, pela busca de maximizar sua utilidade. Já a comportamental reconhece que os seres humanos são propensos a erros sistemáticos e previsíveis em seus processos de tomada de decisão. (MENDES *ET AL.* 2024).

Sendo o principal conceito que a economia comportamental aborda é o de “aversão às perdas”, ele elucida que as pessoas não têm aversão ao risco e sim à perda. As pessoas preferem não sofrer a dor da perda ao prazer de um ganho equivalente, na prática podemos supor que um investidor tenha dois fundos, um que está valorizando e outro desvalorizando, de acordo com a racionalidade econômica, o investidor deveria vender o fundo em queda para evitar perdas maiores. Porém, devido a aversão à perda, as pessoas tendem a preferir guardar o fundo que está desvalorizando, na esperança de que ele se recupere, enquanto vendem o fundo que está em valorização para garantir o ganho. (SILVA *ET AL.* 2007)

A partir da economia comportamental é possível observar explicações coesas de como as pessoas gerenciam suas finanças pessoais, frequentemente de maneiras que desafiam a lógica da economia tradicional. Esta área do conhecimento combina métodos empíricos, como experimentos controlados, observações de campo, para investigar como heurísticas e vieses cognitivos influenciam comportamentos econômicos em diversos contextos, desde o consumo até investimentos e poupança. (MENDES *ET AL.* 2024).

O presente trabalho tem como objetivo geral investigar a evolução da economia comportamental dentro da história do pensamento econômico, destacando seus principais pensadores, suas contribuições e aplicabilidades contemporâneas. Além disso, busca-se explorar como as teorias da economia comportamental podem fornecer lições práticas para a área de finanças, com foco em decisões financeiras pessoais. O trabalho visa, portanto, ampliar a compreensão sobre como fatores psicológicos influenciam as escolhas econômicas, desafiando a visão tradicional de racionalidade plena e contribuindo para o desenvolvimento de estratégias financeiras pessoais mais eficazes para os indivíduos.

Nos capítulos seguintes, este trabalho de conclusão de curso irá explorar inicialmente a história da economia comportamental e sua formação, destacando os principais marcos e desenvolvimentos dessa área. Em seguida, será abordado sobre as contribuições dos pensadores influentes como: Daniel Kahneman, Hebert Simon e Richard Thaler, cujas pesquisas fundamentaram os princípios dessa disciplina. Posteriormente, será analisado os impactos da economia comportamental quanto ao consumo, elucidando como os “insights” dessa área podem explicar e influenciar as escolhas dos consumidores. O capítulo seguinte irá ilustrar sobre finanças pessoais, examinando como os princípios comportamentais podem ajudar indivíduos a tomar decisões financeiras eficazes. Por fim, a conclusão sintetizará os principais pontos abordados, destacando a relevância da economia comportamental na compreensão e melhoria dos comportamentos econômicos cotidianos.

## 2.HISTÓRIA

### 2.1 Origens e Desenvolvimento Inicial

A economia do comportamento começou a ter reconhecimento na década de 1950, a partir dos trabalhos pioneiros de Hebert Simon, que introduziu o conceito de “racionalidade limitada”. Simon argumentou que, ao contrário da suposição de racionalidade completa dos modelos econômicos tradicionais, os indivíduos tomam decisões racionais apenas dentro dos limites de suas capacidades cognitivas e das informações disponíveis. (SIMON *ET AL.* 1955)

A partir da década de 1970 a economia comportamental teve uma colaboração importante entre os psicólogos Daniel Kahneman e Amos Tversky. Eles desenvolveram a Teoria da Perspectiva, que descreve como as pessoas realmente tomam decisões sob risco e incerteza. Mostrando que os indivíduos frequentemente violam os princípios da teoria da utilidade esperada, preferindo opções que parecem mais vantajosas em termos relativos, mesmo quando não são as mais racionais em termos absolutos (KAHNEMAN & TVERSKY, *et al.* 1979)

### 2.2 Principais Contribuições e Temas

Os psicólogos Kahneman e Tversky identificaram diversos vieses cognitivos e heurísticas que afetam a tomada de decisão. A título de exemplo temos o viés de ancoragem que ocorre quando as pessoas dependem muito da primeira informação oferecida, como se fosse a “âncora” ao tomar decisões subsequentes. Outro exemplo é a de heurística de representatividade, em que as pessoas julgam a probabilidade de um evento com base em sua

semelhança com o um protótipo, ignorando outras informações relevantes. (TVERSKY & KAHNEMAN, *et al.* 1974).

A economia comportamental também tem contribuído significativamente para a economia da felicidade, que estuda como diferentes fatores econômicos e não econômicos afetam o bem-estar subjetivo das pessoas. O pensador Richard Easterlin foi um dos primeiros a explorar essa área, descobrindo o “paradoxo de Easterlin”, que sugere que, embora a renda média de uma sociedade aumente ao longo do tempo, o nível médio de felicidade não necessariamente segue o mesmo ritmo. (EASTERLIN, *et al* 1974).

O pensador Richard Thaler também foi um dos principais expoentes da economia comportamental, a partir da introdução do conceito de “nudge” (empurrãozinho). A ideia infere que as pequenas intervenções no ambiente de escolha podem ajudar as pessoas a tomar decisões melhores sem restringir sua liberdade de escolha. Este conceito é parte do que eles chamaram de “paternalismo libertário”. (THALER & SUNSTEIN, *et al.* 2008).

### 2.3 LITERATURA BRASILEIRA

A introdução da economia comportamental no Brasil ocorreu principalmente a partir dos anos 2000, com a tradução e disseminação de obras clássicas de autores como Daniel Kahneman, Amos Tversky e Richard Thaler. Essas contribuições estimularam debates acadêmicos e pesquisas locais, que começaram a explorar como vieses cognitivos e heurísticas afetam o comportamento econômico no contexto brasileiro.

Um dos primeiros pensadores brasileiros a abordar a economia comportamental em nível acadêmico foi Antonio Delfim Netto, economista e professor, cuja trajetória acadêmica e política influenciou diversas gerações de economistas no Brasil. Embora Delfim Netto seja mais conhecido por suas contribuições à macroeconomia, em suas análises ele reconheceu o papel dos fatores psicológicos e sociais na economia, antecipando discussões que viriam a ser formalizadas pela economia comportamental (Netto, 1988).

Delfim Netto explorou a ideia de que as escolhas econômicas são frequentemente influenciadas por percepções subjetivas, como confiança no mercado e expectativas quanto ao futuro. Sua análise crítica sobre a racionalidade dos agentes econômicos em contextos de inflação e crise financeira, típicos da economia brasileira nas décadas de 1970 e 1980, ajudou a abrir espaço para o desenvolvimento de um campo interdisciplinar da economia comportamental a “moldes brasileiros”. (Netto, 1990).

Embora sua abordagem não tenha se configurado diretamente como "economia comportamental" nos moldes atuais, suas reflexões lançaram as bases para um debate que seria aprofundado por acadêmicos nas décadas seguintes.

E nos tempos atuais a economia comportamental vive seus expoentes máximos no Brasil, tendo como um de seus principais pesquisadores Wesley Mendes-Da-Silva, professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV). conhecido por seus estudos sobre como vieses cognitivos e heurísticas influenciam as decisões de investidores no mercado brasileiro. Ele explora fenômenos como: ancoragem, aversão à perda e excesso de confiança. (Mendes-Da-Silva & Viera, 2021).

Suas pesquisas utilizam abordagens empíricas e experimentais, frequentemente analisando dados de mercados financeiros brasileiros. Ele também colabora com estudiosos internacionais, o que posiciona a economia comportamental do Brasil em um de respeito e cenário global (Mendes-Da-Silva et al., 2018).

### 3. PRINCIPAIS PENSADORES

#### 3.1 DANIEL KANEHMAN E AMOS TVERSKY

O pensador Daniel Kanehman foi um psicólogo e economista israelense-americano notável por seu trabalho sobre a psicologia do julgamento e tomada de decisão. Ele é de imprescindível importância para a “economia comportamental”, em 2002, tornou-se o único psicólogo a receber o Prêmio Nobel de Economia, a partir disso a economia comportamental inspirada em Kanhehman e Tversky ascendeu rapidamente nas décadas de 1980-2000.

Amos Tversky foi um psicólogo cognitivo israelense que, junto com Daniel Kahneman, revolucionou o entendimento sobre o julgamento humano e a tomada de decisão, especialmente sob condições de incerteza. Sua colaboração seminal resultou na criação da Teoria do Prospecto, que descreve como as pessoas realmente tomam decisões, frequentemente de maneira irracional, desafiando os pressupostos clássicos da racionalidade econômica. Embora não tenha recebido o Prêmio Nobel devido ao seu falecimento em 1996, suas contribuições são amplamente reconhecidas como fundamentais para o surgimento e consolidação da economia comportamental, influenciando áreas como finanças, políticas públicas e medicina.

A pesquisa de Kahneman e Tversky introduziu a ideia de que, embora os indivíduos racionais devam aderir às teorias normativas da lógica, à atualização bayesiana e ao cálculo da utilidade esperada em sua tomada de decisão, os indivíduos, de fato, desviam-se sistematicamente e previsivelmente dessas normas.

O tema recorrente durante 1960 e em toda sua carreira foi de erros cognitivos. Em todas suas pesquisas ele aborda sobre os seres humanos cometem erros cognitivos, o quanto são graves esses erros, qual seria a explicação para esse erro e como ele pode afetar no futuro, ou seja, o trabalho dele teve ênfase na psicologia experimental em desvios do comportamento normal.

Sendo uma das teorias mais importantes a sua teoria das Heurísticas e Vieses, primeiramente intitulada como “juízo sob incerteza: Heurísticas e preconceitos”. Nesta teoria, as pessoas não utilizam as teorias normativas da probabilidade e da lógica para tomar decisões sob incerteza, contudo acreditam numa série de heurísticas, essas que por sua vez levam a desvios sistemáticos. Na definição frequentemente citada da teoria, heurísticas e preconceitos, aborda que as pessoas confiam num número limitado de princípios heurísticos que reduzem as tarefas complexas de avaliação de probabilidades e previsão de valores a operações de julgamentos mais simples. Em geral estas heurísticas são bastante úteis, mas por vezes conduzem a erros graves e sistemáticos. (TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. 1974)

O termo “heurística” apareceu inicialmente em 1971, e para abordagem de Kahneman a função da heurística era simplificar e reorganizar o problema de decisão de tal forma que fosse administrável para um tomador de decisão. Os objetivos da heurística eram aproximar o ótimo, dadas todas as informações relevantes e pleno conhecimento de estatística, lógica e teoria da utilidade esperada. A heurística não produziu a decisão, mas reorganizou o input informacional de tal forma que fosse possível um processo de tomada de decisão. Assim, no relato de Kahneman e Tversky, o indivíduo não poderia ajustar a sua heurística.

“O que talvez seja surpreendente é o fracasso das pessoas em inferir, a partir da experiência ao longo da vida, regras estatísticas fundamentais como a regressão à média [ . . . ] Os princípios estatísticos não são aprendidos com a experiência cotidiana. [ . . . ] as pessoas não aprendem a relação entre o tamanho da amostra e a variabilidade amostral, embora os dados para tal aprendizagem sejam abundantes”. (Tversky e Kahneman 1974: p 1130)

A partir disso, Kahneman com auxílio de Tversky identificou diversos tipos de heurísticas que analisam como as pessoas tomam decisões rápidas e simplificadas em situações de incerteza. Entre elas é possível destacar a heurística da representatividade que constitui a decisão com base na semelhança a outros eventos ou categorias conhecidas, em vez de considerar a probabilidade real, ou seja, a decisão é feita com base na comparação do evento com um protótipo ou um estereótipo. A heurística da disponibilidade que se refere à tendência de julgar a probabilidade ou a frequência de um evento de acordo com a facilidade com que os exemplos ou informações podem ser lembrados. Enquanto heurística da ancoragem acontece quando os indivíduos dependem de uma informação inicial para tomar uma decisão, redefinindo seus julgamentos a partir desse ponto de referência, mesmo que a informação seja irrelevante. Já heurística do afeto são decisões tomadas com base em emoções ou sentimentos, em vez de fatores racionais. Logo, existem diversos tipos de heurísticas relacionadas a diversos pressupostos.

Assim, na pesquisa de Kahneman e Tversky, assim como em outros trabalhos de Tversky, o homem ele é um estatístico intuitivo que irá agir para maximizar alguns critérios especificados enquanto opera com base em informações probabilísticas, além disso o indivíduo é visto como otimizador intuitivo de utilidade e um lógico intuitivo, embora imperfeito. Dessa maneira, o indivíduo utiliza os modelos normativos, mas somente depois que a heurística reorganizou a entrada.

A aplicação das heurísticas de Daniel Kahneman é empregada constantemente na atualidade, principalmente nos jogos de apostas e bancas de jogos, que estão em alta no mercado atual, pois revela como as decisões dos apostadores são frequentemente influenciadas por vieses cognitivos, levando a erros previsíveis e repetidos. A natureza das apostas, que envolve incerteza e risco, é um campo fértil para que heurísticas como a de representatividade, disponibilidade e ancoragem se manifestem.

Sendo a de representatividade quando o jogador confunde um padrão aleatório com algo significativo, como em jogos de roleta, pôquer ou apostas esportivas. Enquanto a de disponibilidade o jogador pode superestimar a probabilidade de um evento raro, mas memorável, apenas porque consegue recordar com facilidade, como testemunha ou ouvir de uma vitória ou sequência de sorte, influenciando a percepção que há uma probabilidade de vencer. Já a ancoragem um apostador pode ancorar suas decisões em valores vistos no início do jogo, como uma sequência de números ou valores de apostas. Por exemplo, se um jogador começa ganhando um valor alto, ele pode ancorar sua expectativa de ganhos futuros nesse valor

e continuar apostando agressivamente, mesmo quando as chances de ganhar diminuem.

(TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. 1974)

A teoria do prospecto, artigo famoso de 1979 de Kahneman e Tversky, retratou uma teoria descritiva mais completa da tomada de decisões sob incerteza, marcando uma mudança de ênfase dos problemas de decisão probabilísticos para uma investigação da capacidade das pessoas de se comportarem de acordo com a teoria normativa da teoria da utilidade esperada.

A teoria da perspectiva é abordada como uma versão estendida da teoria de heurística e vieses que se concentrava em decisões financeiras e na teoria da utilidade esperada. Essa continuidade entre Heurística e Vieses e a teoria da perspectiva é ilustrada pelas observações feitas na carta de Tversky a Krantz, 10 de abril de 1975. Nessa carta, Tversky, pela primeira vez, dedicou mais de uma linha ao seu trabalho científico com Kahneman e estava claramente entusiasmado com o projeto. A carta ilustra que o argumento básico da teoria da perspectiva

havia se cristalizado na primavera de 1975:

“Danny e eu estamos trabalhando principalmente na tomada de decisões e acreditamos pela primeira vez que entendemos os princípios básicos que regem as escolhas entre apostas. [. . .] Os elementos-chave na teoria que propomos são: 1) uma função de utilidade em forma de S definida em diferenças do status quo em vez da posição total de ativos e 2) pesos de incerteza (não confundir com probabilidade subjetiva) pelos quais as utilidades são ponderadas. Estamos coletando dados empíricos que parecem fornecer um suporte muito forte para este modelo. [. . .] Enviarei a você um rascunho do artigo em um futuro muito próximo.” (Carta de Tversky a Krantz, 10 de abril de 1975)

Sendo assim, a Teoria da Perspectiva, desenvolvida por Daniel Kahneman e Amos Tversky em 1979, revolucionou o entendimento sobre a tomada de decisão em situações de risco, desafiando o modelo tradicional da Teoria da Utilidade Esperada. Essa teoria propõe que as pessoas não avaliam ganhos e perdas de maneira linear ou puramente racional. Em vez disso, tendem a ser mais avessas a perdas do que motivadas por ganhos equivalentes, fenômeno conhecido como aversão à perda. Além disso, a avaliação de riscos e recompensas depende de um ponto de referência, geralmente o estado atual de riqueza ou situação pessoal. As pessoas se comportam de maneira diferente quando enfrentam possíveis ganhos ou perdas, sendo mais propensas a evitar riscos quando se trata de ganhos (preferindo uma recompensa garantida) e a assumir riscos elevados na tentativa de evitar perdas. Essa teoria trouxe uma nova perspectiva para entender decisões financeiras, políticas e comportamentais, mostrando que o comportamento humano é sistematicamente irracional em cenários de incerteza.

### 3.2 HEBERT SIMON

Herbert Alexander Simon (1916–2001) foi um pesquisador pioneiro em vários campos científicos e econômicos, incluindo economia, teoria organizacional e inteligência artificial. Após se formar na Universidade de Chicago, ele passou a maior parte de sua carreira lecionando no Carnegie Technical Institute nos departamentos de psicologia e ciência da computação.

As primeiras investigações de Simon em economia formam a base de grande parte do trabalho de sua vida, o que lhe rendeu o Prêmio Nobel de Economia de 1978 por sua pesquisa pioneira sobre o processo de tomada de decisão dentro de organizações econômicas. Sendo o conceito de “racionalidade limitada” um precursor de muitos dos conceitos posteriores em economia comportamental. Ele foi um dos primeiros cientistas a analisar a incerteza na tomada de decisão organizacional, concentrando-se em identificar as restrições sob as decisões que são tomadas. (SIMON,1955)

O conceito de racionalidade limitada é uma das contribuições mais significativas de Simon, ele argumentava que, ao contrário do que supõem os modelos econômicos tradicionais, os indivíduos não são capazes de tomar decisões perfeitamente racionais devido às limitações cognitivas e à falta de informações completas. Assim, as pessoas tomam decisões com base em uma racionalidade limitada, utilizando heurísticas (regras simples) e satisfações em vez de maximizações. Ou seja, elas optam por escolhas que são boas o suficiente em vez de ideais. (SIMON,1955)

Sendo o conceito aplicado em decisão de compras dos consumidores, como um indivíduo que procura um novo celular, em vez de analisar todas as opções do mercado para encontrar o melhor celular, o consumidor adota a estratégia simplificada. Ele define um conjunto básico de critérios (como preço, marca e funcionalidade) e busca um modelo que atenda a esses requisitos mínimos, optando pelo primeiro que satisfaça suas expectativas razoáveis. Esse comportamento reflete a racionalidade limitada: ao invés de buscar a solução ótima, o consumidor toma uma decisão satisfatória, poupando tempo e esforço cognitivo, mas ainda atingindo um resultado aceitável.

Além disso, Simon abordou sobre a tomada de decisões em ambientes complexos, ou seja, como as pessoas tomam decisões em ambientes com informação incompleta e incerta. Ele ressaltou que os indivíduos tendem a buscar soluções satisfatórias, especialmente em situações complexas onde calcular todas as opções seria impraticável. Isso contrasta fortemente com a

noção de que os indivíduos conseguem avaliar todas as alternativas possíveis para maximizar sua utilidade. (SIMON,1955)

Suas pesquisas também contribuíram para o estudo do comportamento nas organizações, recorrendo o conceito de racionalidade limitada para explicar a dinâmica de toma de decisões dentro das empresas. Ele sugeriu as decisões organizacionais são frequentemente o resultado de compromissos e satisfações entre diferentes interesses e informações limitadas, em vez de decisões perfeitas e racionais.

Simon foi um dos primeiros a integrar conceitos da psicologia cognitiva à economia. Ele reconheceu que as decisões econômicas não podem ser compreendidas apenas através de modelos matemáticos e lógicos, mas também requerem a compreensão do funcionamento mental e emocional das pessoas. Esse pensamento contribuiu para o desenvolvimento da economia comportamental moderna, que explora como fatores psicológicos influenciam decisões econômicas.

A partir dessa percepção, Simon utilizou descobertas da psicologia cognitiva para descrever como os indivíduos, de fato, tomam decisões. Ele rejeitou a ideia de que os indivíduos sempre tomam a melhor decisão possível (racionalidade plena), e propôs que eles adotam uma estratégia de "satisficing" (combinação de "satisfazer" e "suficiente"), na qual escolhem uma solução que seja satisfatória, em vez de ideal, devido a suas limitações cognitivas. Levando à ideia de que, no mundo real, as pessoas operam dentro de restrições cognitivas, informacionais e com vieses emocionais na tomada de decisão, algo fundamental para a economia comportamental.

Conclui-se que, Herbert Simon desafiou a visão neoclássica da racionalidade plena, propondo um modelo de comportamento econômico mais realista e enraizado nas limitações humanas. Suas ideias sobre racionalidade limitada e heurísticas continuam a influenciar economistas e psicólogos até hoje, sendo um dos precursores da economia comportamental moderna.

### 3.3 RICHARD THALER

Richard Thaler é um economista norte americano e um dos principais pensadores da economia comportamental, como abordado anteriormente um campo que combina economia tradicional com “insights” da psicologia para compreender como as pessoas realmente tomam decisões econômicas. Thaler, foi vencedor do Prêmio Nobel de economia em 2017, é conhecido por questionar a suposição de que os seres humanos são agentes perfeitamente racionais que maximizam suas utilidades.

Entre as principais contribuições de Thaler está o conceito de “nudge” (empurrãozinho), que foi desenvolvido em colaboração com Cass Sunstein e popularizado no livro *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness* (2008). Esse termo refere-se a intervenções que podem modificar o comportamento das pessoas sem restringir suas escolhas. Essas intervenções são de forma sutis e projetadas para auxiliar os indivíduos a tomarem decisões melhores ao estruturar o ambiente de escolha de uma maneira que leve a decisões mais racionais.

Diante disso, “nudge” são estratégias que podem ser usadas em áreas como saúde, finanças e sustentabilidade, buscando melhorar o bem-estar do individual e coletivo ao moldar o ambiente de decisão de maneira que favoreça a escolhas mais racionais e benéficas, como a inscrição automática em planos de aposentadoria, em que os funcionários são automaticamente cadastrados a menos que optem por sair, ou então a reorganização de alimentos saudáveis em posições mais visíveis em supermercados para incentivar escolhas melhores.

Thaler também contribuiu para a teoria da “Mental Accounting” (Contabilidade mental), que consiste em como os indivíduos categorizam, avaliam e controlam suas decisões financeiras. Ele propôs que as pessoas utilizam um processo psicológico de codificação de seus ativos que seriam similares à criação de uma série de “balanços” contábeis, que embora sejam recursos provenientes da mesma fonte (exemplo de renda salarial), não seriam transferíveis entre si, ou seja o dinheiro aplicado na conta “saídas de fim de semana” não seria transferível para cobrir “déficits” na conta mental “gastos com manutenção do veículo”, por exemplo. (Thaler. 1985)

Logo, em vez de tratar o dinheiro como “fungível” (renda mensal, por exemplo), os indivíduos tendem a criar diferentes “contas mentais” para diferentes propósitos. Isso desencadeia em comportamentos financeiros que podem não ser os mais racionais do ponto de

vista econômico, como gastar mais em certos itens apenas porque estão em uma categoria mental diferente. ( Thaler. 1985).

O conceito de “Loss Aversion” (aversão à perda) foi endossado pelo pensador Thaler, que sugere uma maior tendência das pessoas de evitar perdas do que a de obter ganhos equivalentes. Isso significa que o impacto psicológico de perder R\$ 100 é maior que o contentamento de ganhar a mesma quantia. Esta convenção ajuda a explicar por que é que as pessoas muitas vezes relutam em fazer investimentos de risco, mesmo quando os retornos esperados são positivos. Essa predisposição faz com que os indivíduos possuam decisões mais conservadoras em investimentos, seguros ou apostas. Diante disso, a aversão à perda também pode influenciar comportamentos cotidianos, como o medo da mudança ou a resistência à venda de ativos depreciados, preferindo manter a ilusão de valor para evitar o desconforto emocional das perdas. Este fenômeno desafia a lógica da maximização da utilidade econômica tradicional e destaca como os factores emocionais influenciam as nossas decisões financeiras. (THALER, et al. 1991).

O “endowment effect” (efeito dotação) proposto por Thaler refere-se à tendência dos indivíduos em atribuírem mais valor a um bem quando o possuem, do que o valor do mesmo bem se ele pertencesse a outra pessoa. Esse fenômeno, está intimamente conectado à aversão à perda, pois as pessoas possuem uma forte aversão à ideia de se desfazerem de algo que já possuem, ainda que o item seja de pouco valor objetivo. Ele em seus primeiros trabalhos identificou essa discrepância ao estudar como as pessoas valorizam a vida e o risco. Quando questionadas quanto pagariam para eliminar um pequeno risco de morte, as respostas eram significativamente menores do que quando perguntadas sobre quanto aceitariam receber para assumir o mesmo risco. Essa assimetria não se explica pela teoria econômica tradicional, que assume que as preferências deveriam ser estáveis e coerentes. (THALER, et al. 1991)

A pesquisa sobre o efeito dotação possui importantes aplicações na economia e em outros campos. Ela auxilia a explicar, por exemplo, a resistência das pessoas a mudanças que alterem o status quo, uma tendência que se manifesta na aversão a vender um ativo, mesmo quando isso seria economicamente racional. Também explica sobre a rigidez dos salários durante crises econômicas, em que empregados resistem a cortes salariais. Portanto, ao valorizar mais o que já possuem, os indivíduos revelam um comportamento menos racional e mais emocional, o que desafia a visão clássica de que decisões econômicas são feitas com base em lógica e maximização de benefícios. (THALER, et al.1991)

Richard Thaler foi de grande importância para desafiar e expandir as fronteiras da economia tradicional, ao relacionar a importância da psicologia e dos comportamentos reais das pessoas no estudo econômico. Seu trabalho ressaltou que as decisões humanas, mesmo em contextos econômicos, são frequentemente impulsionadas por fatores emocionais e cognitivos que a teoria tradicional não leva em consideração. Suas contribuições continuam a influenciar tanto a academia quanto a formulação de políticas públicas, com o potencial de melhorar os resultados sociais e econômicos por meio de pequenas intervenções.

#### 4- ECONOMIA COMPORTAMENTAL NOS TEMPOS ATUAIS - CONSUMISMO

##### 4.1 DEFINIÇÃO E ORIGEM DO CONSUMISMO

O consumismo pode ser definido como um padrão comportamental caracterizado pela aquisição excessiva e constante de bens e serviços, geralmente impulsionada mais por desejos do que por necessidades básicas. Esse fenômeno é alimentado por uma lógica social e econômica que incentiva o consumo contínuo como símbolo de status, identidade e sucesso pessoal. Ao longo do século XX, o consumismo emergiu como um dos principais motores das economias capitalistas, especialmente após a Revolução Industrial, que aumentou significativamente a capacidade produtiva e tornou produtos antes considerados luxos acessíveis às massas. Os industriais e comerciantes buscando vender seus produtos em maior quantidade, viram que uma outra maneira de aumentar a demanda por seus produtos, além de buscar novos mercados, era aumentar o consumo por habitante. (Baudrillard, 1998).

A origem do consumismo moderno pode ser traçada até o final do século XIX e início do século XX, quando a produção em massa e o desenvolvimento de mercados de consumo globalizados passaram a criar uma nova dinâmica entre produtores e consumidores. Durante esse período, práticas de publicidade começaram a ser sistematicamente utilizadas para gerar demanda, moldando o desejo dos consumidores e impulsionando o consumo de mercadorias além das necessidades básicas. Nos anos após a Segunda Guerra Mundial, especialmente nos Estados Unidos, o consumismo atingiu um novo auge com o crescimento da classe média, a expansão do crédito ao consumidor e a massificação dos meios de comunicação de massa (Schor, 1999).

A sociologia também contribui para a compreensão do consumismo. Jean Baudrillard sugere que, no contexto contemporâneo, o consumo é impulsionado por uma lógica simbólica, em que os produtos não são comprados apenas por sua utilidade, mas pelos significados sociais

que carregam, “Não se compra o produto, mas sim a marca a ele relacionado”. Assim, o consumismo se torna uma forma de as pessoas se expressarem, estabelecerem identidade e se posicionarem na sociedade, reforçando uma cultura onde "ter" prevalece sobre "ser" (Baudrillard, 1998).

#### 4.2 CONSUMISMO E ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Uma outra visão de como o consumismo pode ser analisado é a partir da ciência da economia comportamental. A obra de Thaler e Sunstein (2008) “Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness” oferece “insights” valiosos sobre como pequenos empurrões, ou como é citado no livro “nudges”, podem influenciar as escolhas dos consumidores de forma mais alinhada com seus interesses de longo prazo. Uma prova disso é que o consumismo é constantemente moldado por vieses cognitivos e heurísticas que influenciam os indivíduos a seguirem um padrão de consumo, que pode ser dito como irracional, elevado ou que não condiz com seu padrão de vida. (Thaler; Sunstein, 2008).

“Excesso de confiança” e “preguiça cognitiva” são dois vieses comportamentais que influenciam a tomada de decisão do indivíduo.

O excesso de confiança ocorre quando, na visão financeira, os indivíduos subestimam o risco envolvido e superestimam o retorno que o ativo pode ter, o que pode acarretar em perdas financeiras. (Thaler; Sunstein, 2008). Um exemplo desse conceito é o caso de casinos online no Brasil, conforme estudo do Itaú:

“Às análises indicam que o mercado de apostas online no Brasil movimentou cerca de R\$ 112,5 bilhões em transações internacionais, com apostadores recebendo R\$ 44,3 bilhões em prêmios, enquanto o gasto líquido foi de R\$ 23,9 bilhões. No longo prazo, as casas de apostas têm uma vantagem estrutural, e em 2024, as plataformas lucraram até R\$ 20 bilhões, enquanto os brasileiros enfrentaram perdas de cerca de R\$ 23 bilhões.” (CHERMAN; DUARTE, 2024)

Quando o cidadão realiza a aposta no cassino ele acaba superestimando o retorno, ou o prêmio da aposta, acreditando que irá ficar rico rápido e que a sorte está do lado dele e subestimando a chance de perder o valor da aposta. As casas de apostas online ainda contam com instrumentos psicológicos, ou gatilhos mentais, utilizados no marketing e na publicidade afim de buscar essas fraquezas mentais e comportamentais, como o excesso de confiança e a preguiça cognitiva, para impulsionar esse uso:

“Muitas pessoas cometem erros sistemáticos porque o ambiente de escolha foi projetado de maneira que explora suas fraquezas cognitivas” (Thaler; Sunstein, 2008, p. 105)

O conceito de preguiça cognitiva (ou status quo bias), refere-se à tendência de os indivíduos permanecerem ou manterem comportamentos padrões. Isso ocorre pelo fato, de acordo com Thaler, de que tomar decisões pode vir a ser mentalmente ou cognitivamente desgastante, caso a decisão não incomode ou traga malefícios diretos na visão do indivíduo. Mesmo quando a escolha existente não maximiza seu bem-estar, eles tendem a manter o que já está é padrão nas suas mentes, seja por falta de informação, por sobrecarga de opções, ou simplesmente pela preguiça de refletir sobre alternativas.

Esse comportamento é particularmente importante na questão do consumo exacerbado, com esse viés cognitivo sendo explorado pelas corporações, utilizando produtos ou serviços que necessitam de medidas ativas para cancelá-los ou trocá-los. Sendo um exemplo, os serviços de assinatura que renovam automaticamente e que para cancelar essa assinatura é necessário realizar um cancelamento de conta muitas vezes demorado ou um pouco complicado, feito de maneira intencional dessa forma. (Thaler; Sunstein, 2008).

#### 4.3 PUBLICIDADE E MANIPULAÇÃO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

As corporações buscando maneiras mais eficientes de realizar a publicidade dos seus produtos começaram a utilizar estratégias para influenciar o comportamento do seu consumidor, moldando decisões de consumo através de estímulos psicológico ou utilizando vieses comportamentais da economia comportamental.

Âncoras cognitivas são uma das principais ferramentas que o setor de publicidade utiliza para manipular, ou tendenciar, o consumidor ao consumo de certo produto. Utilizando um exemplo da venda de uma obra de arte hipotética, um vendedor realiza a apresentação da obra para seus possíveis clientes e informa que obras do mesmo artista custam em torno de R\$ 10.000. Com essa informação, o vendedor pergunta a seus clientes quanto pagariam pela obra e as respostas são que entre R\$ 8.000 – R\$ 12.000, utilizando inconscientemente a primeira informação recebida apoiando-se no fato de que as pessoas não possuem uma base clara de comparação para o produto, realizando assim a ancoragem do preço mesmo que esse tenha um valor elevado. (Ariely, 2008).

O uso da relatividade nas campanhas de marketing, pelas empresas, estrutura frequentemente suas ofertas de modo que o consumidor busque comparar produtos de uma mesma categoria, favorecendo o que parece ser a melhor escolha em relação às outras opções apresentadas. Assim como Dan Ariely cita no livro “Predictably Irrational”:

"A relatividade é (relativamente) fácil de entender. Mas há um aspecto da relatividade que constantemente nos confunde. É o seguinte: nós não apenas tendemos a comparar coisas entre si, mas também nos concentramos em comparar coisas que são facilmente comparáveis — e evitamos comparar coisas que não podem ser comparadas facilmente."

Esse princípio é amplamente explorado em estratégias de precificação, como quando uma empresa oferece três versões de um produto – um barato (pequeno), um intermediário (médio) e um caro (grande), sabendo que a maioria dos consumidores optará pela versão intermediária, que parece ser o "melhor custo-benefício" (Ariely, 2008).

Além disso, nos tempos modernos a publicidade se utiliza de heurísticas, ou vieses comportamentais, usados pelos consumidores para tomada de decisão. A heurística da popularidade, a mais comumente utilizada, é feita a partir da criação de slogans (“o mais vendido” ou “produto da moda”) ou da ideia que aquele produto é somente para aqueles com status social elevado. Sendo projetados para criar uma pressão social implícita para que o consumidor tenda a comprar para ser incluso no seu grupo social, ou ser visto de certa maneira pela sociedade, sem avaliar se aquela escolha é de fato a melhor para ele tanto na questão custo-benefício como na financeira. (Ariely, 2008).

## 5 – ECONOMIA COMPORTAMENTAL – NAS FINANÇAS PESSOAIS

### 5.1 UMA INTRODUÇÃO A FINANÇAS PESSOAS E SUA IMPORTÂNCIA

Qual a importância do controle das finanças pessoais para o indivíduo e o que é? De uma forma simplificada, o cidadão deve manter o controle das suas receitas (salário, aluguéis de imóveis, proventos e entre outros), das despesas e do quanto irá poupar o futuro, sendo o ideal gastar menos do que ganha e poupar. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em agosto de 2023, 78,7% das famílias brasileiras estavam endividadas, sendo este um dos níveis mais altos já registrados. Entre as principais modalidades de dívida, destaca-se o cartão de crédito, que representa 88,5% do total, seguido pelo crédito

pessoal e o financiamento de automóveis. Além disso, 29,6% das famílias estavam com dívidas em atraso, e 10,5% afirmaram não ter condições de quitá-las (CNC, 2023).

De acordo com Annamaria Lusardi o indivíduo hoje deve ter um maior controle sobre suas finanças mais do que nunca. O motivo acaba sendo pelo aumento da expectativa de vida da população e a baixa natalidade, fazendo com que os sistemas tradicionais de segurança social ou previdência pública sejam uma bomba relógio prestes a explodir, tendo isso em mente em muitos países já se pode ver o aumento da contribuição de um percentual da renda sendo direcionado para a previdência privada transferindo a responsabilidade para o indivíduo. Simultaneamente o sistema financeiro está mudando, trazendo novos produtos e serviços que não existiam no passado, como cartão de crédito, novos tipos de fundos de investimento, PIX, entre outra gama gigante de produtos e o aumento da tecnologia acaba por aumentar a eficiência de vários processos do sistema. Esses fatores são positivos para o consumidor no final, dando um maior leque de produtos e diminuindo custos, contudo acaba também por mudar o comportamento do sujeito afetando diretamente o bem-estar do indivíduo (Lusardi et al, 2019).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), contempla um indicador que visa averiguar o quanto as pessoas são capazes de realizar uma decisão financeira racionalmente, literacia financeira. Para isso, é analisado o nível de conhecimento e compreensão financeiro, mas também é levado em conta como esse conhecimento é aplicado em diversas situações e em diferentes contextos financeiros, como poderíamos chamar de situações do cotidiano (Lusardi et al, 2019).

Com isso, podemos ver que o controle das finanças pessoais é muito mais que simplesmente conhecimento sendo também crucial o comportamento e controle emocional, o que acaba entrando na área de economia comportamental e como os seus comportamentos afetam suas finanças.

## 5.2 TOMADA DE DECISÕES FINANCEIRAS PELOS INDIVÍDUOS – UMA ANÁLISE COMPORTAMENTAL

A abordagem de como o indivíduo como gere suas finanças pessoais, passa pelo o entendimento de como das suas decisões financeiras. Dois estudos que trazem ideias ou clareza de como ocorre o processo de decisão são o de Richard Thaler (1985), sobre contabilidade mental, e o de Daniel Kahneman e Amos Tversky (1979), sobre a teoria da perspectiva. A diferença sobre essas duas teorias para a da economia tradicional é que elas levam em consideração que o indivíduo não é 100% racional e muitas vezes toma decisões irracionais e muito ligadas ao psicológico/emocional.

### Estrutura da Contabilidade Mental:

A contabilidade mental, conforme delineada por Thaler (1985), é um sistema psicológico através do qual os indivíduos categorizam, avaliam e acompanham suas transações financeiras. Esse processo mental pode ser dividido em três componentes principais:

1-Codificação: Este componente refere-se à forma como os indivíduos percebem e classificam os resultados financeiros. Por exemplo, ganhar R\$ 100 pode ser percebido de maneira diferente se for um prêmio de loteria, um reembolso de imposto ou um bônus salarial. Enquanto esses ganhos podem ser caracterizados como um bônus, o estudo mostra que a inclinação para gastar esse dinheiro quando tem esse referencial mental de 'extra' do que se esse dinheiro fosse apenas uma parte do salário mensal do indivíduo.

2-Agrupamento: Os indivíduos agrupam suas transações em diferentes contas mentais, como despesas diárias, poupança para férias, fundo de emergência, entre outros. Essa prática permite uma maior organização e controle, mas também pode levar a uma fragmentação que dificulta a visão global das finanças pessoais.

3-Acompanhamento: A forma como as pessoas monitoram suas finanças pessoais pode influenciar decisões de consumo. Por exemplo, acompanhar despesas em tempo real pode levar a um controle mais rigoroso dos gastos, enquanto a falta de monitoramento pode resultar em gastos excessivos. Um outro bom exemplo do cotidiano é uma pessoa que usa o cartão de crédito sem manter o acompanhamento dos seus gastos e no fim do mês acaba por se assustar com a fatura no valor alto e enquanto uma pessoa que paga tudo no débito ou dinheiro físico acabar por acompanhar os seus gastos melhores, porque está vendo o dinheiro saindo e o saldo que ainda resta.

Outro ponto importante de se citar sobre a contabilidade mental são os vieses comportamentais e como eles afetam a escolha do consumidor, uma ferramenta muito utilizada pela área de marketing das grandes empresas, são esses os principais vieses:

1-Efeito da Fonte do Dinheiro: As pessoas tendem a gastar dinheiro de diferentes fontes de maneiras distintas. Por exemplo, um bônus de fim de ano pode ser gasto em itens de luxo ou experiências, enquanto o salário regular é destinado a necessidades básicas e despesas fixas. Esse fenômeno reflete a não fungibilidade, ou a codificação, do dinheiro na mente dos consumidores.

2-Efeito de Enquadramento: A forma como uma transação é enquadrada pode influenciar a decisão. Por exemplo, um desconto de R\$ 50 em uma compra de R\$ 500 pode ser percebido de forma mais significativa do que um desconto de R\$ 50 em uma compra de R\$ 5.000, mesmo que o valor absoluto do desconto seja o mesmo.

3-Efeito de Categorias de Orçamento: Criar categorias de orçamento específicas pode ajudar no controle de gastos, mas também pode levar a uma rigidez excessiva. Por exemplo, uma pessoa pode evitar gastar dinheiro de sua conta de poupança para emergências, mesmo em situações que justificariam o uso desses fundos, devido à categorização mental rígida.

### Estrutura da Teoria do Prospecto

Tradicionalmente, a Teoria da Utilidade Esperada foi utilizada como base para explicar o comportamento dos indivíduos ao tomarem decisões sobre risco. Segundo essa teoria, as pessoas tomam suas decisões ponderando as utilidades esperadas de diferentes resultados, multiplicando as probabilidades associadas pelos valores monetários. No entanto, os economistas comportamentais Daniel Kahneman e Amos Tversky(1979) , apresentaram a Teoria do Prospecto, propondo uma nova abordagem que explica melhor os desvios observados no comportamento real dos indivíduos em situações de risco, desafiando a lógica da utilidade esperada, mostrando que as decisões humanas são frequentemente influenciadas por fatores cognitivos e psicológicos.

Tendo como um dos pilares da Teoria do Prospecto é o chamado efeito da certeza, que descreve a tendência das pessoas em preferir ganhos certos a ganhos incertos, mesmo quando o ganho incerto pode ter um valor esperado maior. Por exemplo, se for oferecido a um indivíduo a escolha entre ganhar R\$ 450 com certeza ou ter 50% de chance de ganhar R\$ 1000, a maioria das pessoas optará pelo ganho certo, mesmo que o valor esperado da segunda opção seja superior (R\$500). Isso se dá porque as pessoas tendem a atribuir um peso excessivo a resultados certos em detrimento de resultados probabilísticos, subestimando as chances de ganho incerto. Adicionalmente outro conceito importante é o efeito de isolação, no qual as pessoas tendem a eliminar ou ignorar aspectos comuns entre as opções disponíveis, concentrando-se apenas nos pontos que diferenciam as alternativas. Esse processo de simplificação realizado pelo indivíduo pode resultar em preferências inconsistentes, ou quando o mesmo problema é apresentado de maneira diferentes, dependendo de como as informações são organizadas ou destacadas, pode levar a preferências inconsistentes ou a escolhas diferentes.

Dentro da teoria do prospecto, os indivíduos avaliam as opções em termos de ganhos e perdas relativos a um ponto de referência, que geralmente é o status quo ou a situação atual da pessoa. Kahneman e Tversky introduziram a ideia de uma função de valor que substituiu a tradicional função de utilidade da teoria da utilidade esperada de Daniel Bernoulli, da qual permite avaliar a probabilidade dos resultados de uma decisão e, com base nisso, estabelecer a preferência entre as decisões. A teoria implica na racionalidade do homem, que seria capaz de maximizar a sua utilidade (1938 apud CUSINATO, 2003, p. 20).

Contrariando a teoria da utilidade esperada a função de valor é côncava para ganhos e convexa para perdas, o que implica que as pessoas são avessas ao risco quando se trata de ganhos, mas podem aceitar mais risco em situações de perda. A fórmula que expressa essa avaliação é apresentada a seguir:

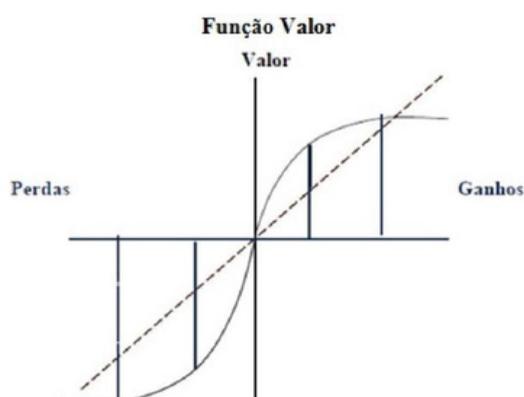
$$V = \sum \pi(p_i) \cdot v(x_i)$$

Onde:

- V representa o valor subjetivo da opção;
- $\pi(p_i)$  é a ponderação da probabilidade  $p_i$ ;

- $v(x_i)$  é o valor subjetivo associado ao resultado  $x_i$ .

Além disso, a função é assimétrica, sendo mais íngreme para perdas do que para ganhos, refletindo o fenômeno conhecido como aversão à perda. Conforme os autores destacam, "a função de valor é normalmente côncava para ganhos, comumente convexa para perdas, e é geralmente mais íngreme para perdas do que para ganhos" (Kahneman, D., & Tversky, A. et al, 1979). Esse comportamento explica por que a dor de perder uma quantia de dinheiro é psicologicamente mais intensa do que o prazer de ganhar a mesma quantia. Conforme gráfico a seguir:



Fonte: Função valor. Adaptado de Kahneman, D., & Tversky, A. (1979).

Logo, a teoria do prospecto oferece uma perspectiva psicológica para entender decisões financeiras pessoais, especialmente em contextos de investimentos. Compreender que as pessoas sobvalorizam certezas e têm uma aversão desproporcional a perdas pode ajudar na elaboração de estratégias de educação financeira que visem melhorar a tomada de decisão para planejamento financeiro de curto prazo e longo prazo.

### 5.3 PLANEJAMENTO FINANCEIRO E ORÇAMENTO

Para estabelecer como a economia comportamental influencia no planejamento financeiro ou orçamento dos indivíduos, primeiro é necessário entender mais profundamente o que é planejamento financeiro. De acordo com Louis Frankenberg, no seu livro "Seu futuro Financeiro" planejamento financeiro é:

"Planejamento financeiro pessoal significa estabelecer e seguir uma estratégia precisa, deliberada e dirigida para a acumulação de bens e valores que irão formar o patrimônio de uma pessoa e de sua família. Essa estratégia pode estar voltada para curto, médio ou longo prazo, e não é uma tarefa simples."

Outro ponto de vista da definição citada pelo autor seria que o planejamento financeiro é o controle estabelecido sobre as entradas e saídas de valor monetário sobre as finanças pessoais, buscando sempre manter o valor de entradas maiores do que o de saída, obtendo assim, uma poupança para acumulação de patrimônio. Se conhecer e conhecer a seus vieses comportamentais influencia na sua tomada de decisão, tanto sobre como gastar e como economizar. Além disso, também é importante saber como economizar e investir da melhor maneira possível buscando maximizar seu retorno, contudo nem sempre a maneira de investir mais rentável será para a melhor para a pessoa. Considerando o efeito certeza, de acordo com Daniel Kahneman e Amos Tversky (1979), o indivíduo pode não estar disposto a correr o risco de ganhar mais caso já tenha um valor já garantido, mesmo que estaticamente o retorno da outra opção seja maior.

#### 5.4 POUPANÇA E INVESTIMENTO

Ao longo da vida toda pessoa tem metas e sonhos a serem realizados, financeiros ou não financeiros, e com isso vem o planejamento necessário para a realização desses sonhos. E acumular dinheiro muitas vezes acaba sendo necessário para ajudar a alcançar esses objetivos, logo poupar, ter uma reserva de emergência e investir bem são pontos cruciais.

Antes de buscar economizar dinheiro e investir visando à acumulação de patrimônio para uma estabilidade financeira, é importante fazer uma poupança destinada a emergências, ou, como é popularmente conhecida, a reserva de emergência. Planejamentos financeiros podem parecer complexos à primeira vista, mas todos se resumem aos mesmos dois ideais: estar preparado para emergências e buscar uma vida financeiramente tranquila no longo prazo (Frankenberg, L. et al., 1999). Tendo isso em vista, o primeiro passo para um bom planejamento financeiro de curto, médio e longo prazo é estar pronto para imprevistos que possam desviá-lo do caminho do segundo ideal.

Por exemplo, um cidadão que vem acumulando e investindo dinheiro há mais de 10 anos em dois tipos de produtos de investimento, contudo, não conta com uma reserva de emergência. Caso ocorra um imprevisto, como perda de renda ou a necessidade de um gasto financeiro elevado (exemplo: perda de emprego ou acidente de automóvel), será necessário que o indivíduo realize o resgate de suas aplicações. No entanto, pode acontecer de suas aplicações não poderem ser resgatadas, pois muitas só podem ser retiradas ao final do prazo determinado, ou ser resgatadas com um desconto financeiro considerável. Sendo assim, necessário recorrer a empréstimos com juros altos para contornar esse imprevisto.

Com uma reserva de emergência, com possibilidade de resgate a qualquer momento e com um valor considerável para imprevistos, de acordo com Robert Kiyosaki, autor do livro "Pai Rico, Pai Pobre":

"Uma reserva de emergência é um dos pilares fundamentais de uma vida financeira saudável. Ela serve como um colchão de segurança para imprevistos, como perda de emprego, despesas médicas inesperadas ou reparos urgentes em casa. A recomendação mais comum entre especialistas é que essa reserva cubra entre 3 a 6 meses das suas despesas mensais. Esse valor pode variar de acordo com sua estabilidade financeira e situação profissional. Profissionais autônomos, por exemplo, podem se beneficiar de reservas maiores, algo entre 6 a 12 meses de despesas."

Contudo, não é necessário só poupar como também conseguir investir de forma inteligente e eficaz. Mas, o que seria investir de forma inteligente? Investir de forma inteligente é conseguir ponderar qual o risco o investidor quer tomar e o quanto de risco ele aguenta passar, com o objetivo de obter retorno real e superar a inflação. De acordo com Harry Markowitz, economista e criador da moderna teoria de portfólios, introduziu a noção de que o risco e o retorno são conceitos inseparáveis no investimento. Ele argumenta que, ao investir, o retorno esperado deve ser sempre ponderado pelo risco associado (Markowitz, 1952).

Saber o perfil emocional e psicológico adequado para cada tipo de investidor para conseguir definir que tipo de risco é possível tomar. De acordo com o economista comportamental Daniel Kahneman, o comportamento dos investidores está frequentemente ligado a aspectos emocionais e psicológicos. Ele argumenta que a inteligência emocional é crucial no processo de tomada de decisões financeiras, pois ajuda os investidores a lidar com o medo, a ansiedade e o excesso de confiança, que são barreiras comuns à obtenção de retornos consistentes. Kahneman destaca que, em vez de confiar apenas em análises racionais, os indivíduos frequentemente tomam decisões de investimento com base em impulsos emocionais, o que pode prejudicar a construção de uma carteira equilibrada e aumentar o risco de perdas financeiras (Kahneman, 2011).

Como citado anteriormente, o objetivo do investidor é obter o máximo de retorno real acima da inflação ajustado pelo quanto de risco ele aceite correr, considerando os vieses comportamentais próprios ao decorrer do investimento. Mas, afinal o porquê é importante superar a inflação? Segundo Ludwig von Mises, a inflação afeta diretamente a capacidade das pessoas de acumular riqueza ao distorcer os preços e os sinais do mercado. Ele argumenta que, em períodos inflacionários, o dinheiro perde valor rapidamente, o que desestimula a poupança e incentiva o consumo imediato, prejudicando a acumulação de capital a longo prazo. Além disso, Mises aponta que a inflação redistribui a riqueza de maneira injusta, beneficiando aqueles que têm acesso ao crédito inflacionado e penalizando os poupadores, cujos ativos perdem valor real (Mises, 1949).

## 5.5 ENVIDAMENTO

Um ponto que tem que ser devidamente mencionado o tão conhecido endividamento exagerado. Thomas J. Stanley, em seus estudos sobre comportamento financeiro, alerta sobre os perigos do endividamento excessivo para famílias e indivíduos. Ele argumenta que o uso descontrolado de crédito, principalmente para consumo, pode levar à fragilidade financeira, onde os rendimentos são insuficientes para cobrir as despesas e os pagamentos de dívidas. Stanley destaca que o endividamento excessivo impede a formação de riqueza a longo prazo, pois grande parte dos recursos é destinada ao pagamento de juros, em vez de ser investida ou poupada. Esse ciclo pode comprometer a estabilidade financeira e dificultar a acumulação de patrimônio ao longo da vida (Stanley & Danko, 1996).

Conforme comentando por Dave Ramsey:

"A dívida é uma forma de escravidão, que nos prende a obrigações financeiras que muitas vezes nos impedem de alcançar nossos objetivos e viver plenamente. Para conquistar a liberdade financeira, é fundamental evitar dívidas desnecessárias e focar em investimentos que gerem riqueza." (Ramsey, 2011, p. 25).

Contudo, é importante diferenciar o endividamento positivo do endividamento negativo. O endividamento positivo tem como objetivo a aquisição de ativos ou o aprimoramento do conhecimento, ambos voltados para o aumento da renda. Por exemplo, a compra de um imóvel com a finalidade de alugá-lo para gerar receita, ou a obtenção de um empréstimo para realizar uma graduação em uma faculdade, visando um futuro emprego com melhor remuneração. Por outro lado, o endividamento negativo está quase sempre relacionado ao consumo e se caracteriza pelo gasto superior à renda, na aquisição de bens ou serviços que não têm como finalidade o aumento da renda. Por exemplo, o gasto no cartão de crédito sendo maior do que o indivíduo tem condições de pagar, conseqüente gerando uma dívida sobre o mesmo (Ramsey, 2011).

Na perspectiva da economia comportamental, Richard Thaler argumenta que muitos indivíduos tomam decisões financeiras impulsivas e não racionais devido a heurísticas, vieses cognitivos e falta de autocontrole, fatores que podem levar ao endividamento negativo. Por exemplo, o "viés de presente" faz com que priorizem gastos imediatos para consumo, sem considerar como serão pagos (Thaler, 2015). Além disso, o viés de urgência, frequentemente utilizado por empresas em propagandas como "Últimos dias da promoção" ou "Venha antes que acabe", gera uma sensação de consumo rápido, fazendo os consumidores acreditar que não haverá outra oportunidade com condições iguais para a compra de bens ou serviços. Isso, por sua vez, intensifica a tendência ao consumo descontrolado e resulta em decisões financeiras impulsivas (Cialdini, 2009).

## 5.6 ESTUDOS DE CASO E PESQUISAS EMPÍRICAS

1-A obra de Bruna Soares da Gama e Marcos Vasconcelos Correia, "Planejamento financeiro pessoal e a importância da gestão dos próprios recursos", serve como um estudo de caso relevante, especialmente ao abordar como os estudantes de Administração da Faculdade Paraíso do Ceará (FAP CE) gerenciam suas finanças. (Gama,2012)

Os autores destacam que muitos alunos enfrentam dificuldades em administrar seus recursos, refletindo um fenômeno comum na população jovem, onde a falta de experiência e conhecimento financeiro pode levar a decisões errôneas ou equivocadas. Conforme os dados demonstrados a seguir:

Tabela 1- Renda Mensal e Aplicações.

Variáveis	Alternativas	Até R\$ 545,00	Frequência	Percentual	
Renda Mensal	Entre R\$ 546,00 e R\$ 1.090,00		12,50%	15	
	Entre R\$ 1.091,00 e R\$ 2.725,00		30,83%	37	
	Entre R\$ 2.726,00 e R\$ 5.450,00			62	
	cima de R\$ 5.450,00			51,67%	
	Não faz			4	3,33%
	Até 05% do salário			2	1,67%
Aplicação Financeira (Poupança, previdência privada, outro tipo de investimento)	Entre 06% e 10% do salário			17	14,17%
	Entre 11% e 20% do salário			45	37,50%
	Acima de 21% do salário			12	10,00%
	Não sabe ao certo			38	31,67%
				2	1,67%
				6	5,00%

Porcentagem do salário comprometida com os parcelamentos, financiamentos ou empréstimos	Até 05% do salário Entre	12	10,00%
	06% e 10% do salário Entre	57	47,50%
	11% e 20% do salário Entre	36	30,00%
	21% e 30% do salário Acima	10	8,33%
	de 30% do salário	5	4,17%

Tabela 2- Controle Financeiro

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Possui algum tipo de controle financeiro?	Não	15	12,50%
	Caderno de anotações	37	30,83%
	Programas como Excel	62	51,67%
	Software Financeiro	4	3,33%
Possui algum empréstimo, parcelamento ou financiamento?	Não	17	14,17%
	De 01 a 02	45	37,50%
	De 02 a 03	12	10,00%
	De 03 a 04	38	31,67%
	Acima de 04	2	1,67%

Conforme a pesquisa informa: Os entrevistados, na sua maioria (22,76%), declaram, ainda que, sabem ao certo quanto pagam a mais que o valor a vista quando incidem os juros das vendas parceladas, empréstimos e financiamentos. Ainda no mesmo questionário, informaram ter incentivo para o planejamento financeiro, na maioria das repostas (56%), com a família.

Essa constatação ecoa com os achados de outras pesquisas, que sugerem que a juventude tende a ser mais vulnerável a vieses comportamentais, como o viés presente (Thaler, 2015) e o viés de urgência (Cialdini, 2009).

Além disso, o estudo revela que muitos estudantes não possuem uma compreensão clara sobre os princípios de investimento e poupança. Essa limitação é consistente com a pesquisa da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) que apontou que em agosto de 2023 78,7% das famílias brasileiras estavam endividadas. Os resultados indicam que a falta de conhecimento é um fator crítico que contribui para a dificuldade em adotar práticas financeiras saudáveis, reforçando a necessidade de programas educativos que integrem conceitos da economia comportamental.

Ademais, Gama e Correia mencionam a importância de estratégias como o "nudge" (THALER & SUNSTEIN, *et al.* 2008) para formação de hábitos financeiros. Essa abordagem é corroborada por estudos que demonstram que pequenas mudanças no ambiente de tomada de decisão podem resultar em melhorias significativas no comportamento financeiro dos indivíduos. A pesquisa sugere que, ao introduzir "nudges", como o planejamento automático de poupança, é possível incentivar escolhas financeiras mais favoráveis.

Por fim, a investigação ressalta que a conscientização sobre os vieses comportamentais e educação financeira são essenciais para que os indivíduos consigam desenvolver um planejamento financeiro eficaz. Os dados obtidos pelos autores mostram que muitos

estudantes subestimam a importância do planejamento a curto prazo e a longo prazo, um comportamento que está intimamente ligado à dificuldade em resistir a gastos impulsivos. Esta ligação entre comportamento e decisões financeiras destaca a relevância de abordagens integradas que considerem não apenas os aspectos técnicos, mas também os psicológicos que influenciam as finanças pessoais. (Gama,2012)

2- A pesquisa, “O comportamento Financeiro de Estudantes Universitários no Uso de Cartão de Crédito”, conduzida por Mendes da Silva, Nakamura e Moraes (2012) analisou o comportamento de risco relacionado ao uso de cartões de crédito entre estudantes universitários no Brasil. Foram entrevistados 769 estudantes de seis instituições de ensino superior de São Paulo, incluindo FGV, USP e FAAP. O estudo identificou comportamentos financeiros considerados arriscados, como: saldo elevado no cartão ( $\geq$  R\$ 1.000), atrasos no pagamento de faturas por mais de 60 dias, uso do limite total do cartão nos últimos dois anos e o pagamento parcial ou mínimo das faturas.

Cerca de 35% dos participantes apresentaram ao menos um comportamento de risco financeiro, e quase um terço desses apresentou dois ou mais. Observou-se que o uso do cartão de crédito frequentemente estava relacionado à busca por status social e aceitação em grupos, características que refletem decisões financeiras influenciadas por fatores emocionais, ao invés de critérios racionais.

O estudo destacou a necessidade de maior conscientização sobre os riscos do uso de crédito e de inclusão de programas de educação financeira nos currículos universitários. Este trabalho demonstra como o comportamento financeiro dos jovens está profundamente influenciado por fatores psicológicos e sociais, alinhando-se aos fundamentos da economia comportamental.

## 6. Conclusão

A economia comportamental, ao contestar a compreensão convencional de escolha racional em economia, suscitou um novo entendimento acerca da tomada de decisão econômica. Com a consideração do impacto de fatores psicológicos, sociais e emocionais, autores como Daniel Kahneman, Richard Thaler e Herbert Simon transformaram a concepção acerca do comportamento dos indivíduos sob incerteza, e também sob risco. Essas contribuições trazem à luz os vieses cognitivos e as heurísticas como diretrizes às decisões de consumo e financeiras, superando a suposição do raciocínio racional e matemático que gerava expectativas mais elevadas.

Este trabalho demonstrou que as aplicações dos ensinamentos da economia comportamental são efetivamente traduzidas na prática financeira dos consumidores. Teorias como a do “nudge” e da aversão à perda elucidaram como simples modificações no ambiente de decisão podem ter um impacto relevante sobre o bem-estar financeiro dos indivíduos.

Ademais, ao considerar as limitações cognitivas e emocionais que afetam as decisões dos indivíduos, possibilidades são abertas para a construção de estratégias que incentivam o comportamento mais racional e consciente.

Dessa forma, a economia comportamental agrega, portanto, ao campo das teorias econômicas, assim como polivalente para o desenvolvimento de políticas públicas e de programas de Educação Financeira, que incentivem as melhores decisões em finanças pessoais. Ao olhar as falhas e limites da racionalidade humana, este campo nos fornece novas maneiras de maneira de compreender e, fundamentalmente, aprimorar os comportamentos econômicos, com desdobramentos diretos sobre a qualidade de vida.

Por fim, este trabalho reuniu um arcabouço teórico para a compreensão da importância da economia comportamental para as finanças pessoais dos indivíduos. Então, sugere-se que outros artigos e trabalhos explorem essa temática utilizando outros métodos, especialmente o empírico, para uma compreensão sobre possíveis novas variáveis, ou vieses comportamentais, que estão surgindo no contexto contemporâneo com o aumento do consumo digital através da influência das redes sociais ou outros possíveis temas derivados desse assunto.

## 6. Referências

ARIELY, Dan. Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions. HarperCollins, 2008.

BAUDRILLARD, Jean. Consumer Society: Myths and Structures. London: Sage Publications, 1998.

CHERMAN, L.; DUARTE, P. Itaú Unibanco: Relatório sobre movimentações financeiras com apostas online. 2024. Disponível em: Inteligência Financeira. Acesso em: 07 out. 2024.

CIALDINI, R. B. Influence: The Psychology of Persuasion. Harper Business, 2009.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) – agosto de 2023. Disponível em: <https://www.cnc.org.br>. Acesso em: 22 set. 2024.

CUSINATO, Rafael Tiecher. A teoria da decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada: conceitos analíticos e paradoxos. 2003. 181 f. Dissertação (Mestre em Economia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2003. Disponível em: Acesso em: maio 2018.

FRANKENBERG, Louis. Seu futuro financeiro. 8. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

GAMA, Bruna Soares da; CORREIA, Marcos Vasconcelos. Planejamento financeiro pessoal e a importância da gestão dos próprios recursos – Um estudo de caso com os estudantes de Administração da Faculdade Paraíso do Ceará – FAP CE. 2012.

- HEUKELOM, Floris. Three explanations for the Kahneman-Tversky Programme of the 1970s. *The European Journal of the History of Economic Thought*, v. 19, n. 5, p. 797-828, 2012.
- KAHNEMAN, Daniel; KNETSCH, Jack L.; THALER, Richard H. Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic Perspectives*, v. 5, n. 1, p. 193-206, 1991.
- KAHNEMAN, D. *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux, 2011.
- KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. "Prospect theory: An analysis of decision under risk." *Econometrica*, 47(2), 263-291, 1979.
- KIYOSAKI, Robert T.; LECHTER, Sharon L. *Pai Rico, Pai Pobre: O que os ricos ensinam a seus filhos sobre dinheiro*. 22. ed. São Paulo: Alta Books, 2017.
- LUSARDI, A. "Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications." *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8, 2019.
- MARKOWITZ, H. "Portfolio Selection." *The Journal of Finance*, 7(1), 77-91, 1952.
- MENDES DA SILVA, W.; NAKAMURA, W. T.; MORAES, D. C. Credit Card Risk Behavior on College Campuses: Evidence from Brazil. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo: FGV EAESP, 2012.
- MENDES-DA-SILVA, W. *Behavioral interventions in financial decisions: Lessons from the Brazilian context*. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2019.
- MISES, L. von. *Human Action: A Treatise on Economics*. Yale University Press, 1949.
- NETTO, A. D. Expectativas e decisões econômicas: Uma visão comportamental. *Economia Aplicada*, 4(2), 35-52, 1990.
- OECD. *PISA 2015 results (Volume IV): students financial literacy*. Paris: PISA, OECD Publishing, 2017. <https://doi.org/10.1787/9789264270282-en>
- RAMSEY, D. *The Total Money Makeover: A Proven Plan for Financial Fitness*. Nashville: Thomas Nelson, 2011.
- SCHOR, Juliet B. "The New Politics of Consumption: Why Americans Want So Much More Than They Need." *Boston Review*, 1999.
- SIMON, Herbert A. A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, p. 99-118, 1955.
- THALER, R. H. "Mental accounting and consumer choice." *Marketing Science*, 4(3), 199-214, 1985.
- THALER, Richard. "Toward a positive theory of consumer choice." *Journal of Economic Behavior & Organization*, Elsevier, vol. 1(1), 1980.
- TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. *Psychological Review*, v. 90, n. 4, p. 293, 1983.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974.