



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

RODOLFO LEONEL SOBREIRA

**A INFLUÊNCIA DAS HEURÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
NA TOMADA DE DECISÃO**

**CAMPINA GRANDE - PB
2021**

RODOLFO LEONEL SOBREIRA

**A INFLUÊNCIA DAS HEURÍSTICAS COMPORTAMENTAIS
NA TOMADA DE DECISÃO**

**Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo) apresentado ao Curso de
Administração do Centro de
Humanidades da Universidade Federal
de Campina Grande, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Administração.**

Orientadora: Professora Mestra Marizelma Patriota Lineira.

**CAMPINA GRANDE - PB
2021**



S677i Sobreira, Rodolfo Leonel.

A influência das heurísticas comportamentais na tomada de decisão. / Rodolfo Leonel Sobreira. - 2021.

24 f.

Orientadora: Professora Mestra Marizelma Patriota Lineira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) - Universidade Federal de Campina Grande; Centro de Humanidades; Curso de Bacharelado em Administração.

1. Tomada de decisão. 2. Heurísticas. 3. Finanças comportamentais. 4. Agentes econômicos - decisão. 5. Processo de decisão. I. Limeira, Marizelma Patriota. II. Título.

CDU: 658 (045)

Elaboração da Ficha Catalográfica:

Johnny Rodrigues Barbosa
Bibliotecário-Documentalista
CRB-15/626

RODOLFO LEONEL SOBREIRA

**A INFLUÊNCIA DAS HEURISTICAS COMPORTAMENTAIS
NA TOMADA DE DECISÃO**

**Trabalho de Conclusão de Curso
(Artigo) apresentado ao Curso de
Administração do Centro de
Humanidades da Universidade Federal
de Campina Grande, como requisito
parcial para obtenção do título de
Bacharel em Administração.**

BANCA EXAMINADORA:

**Professora Mestra Marizelma Patriota Limeira
Orientadora – UAAC/CH/UFCG**

**Mestra Laura Maria Aguiar Costa.
Examinadora I – Doutoranda em Administração UFPB**

**Professor Mestre José Sebastião Rocha.
Examinador II – UAAC/CH/UFCG**

Trabalho aprovado em: 2021.

CAMPINA GRANDE - PB

A INFLUÊNCIA DAS HEURÍSTICAS COMPORTAMENTAIS NA TOMADA DE DECISÃO

RESUMO

As finanças comportamentais buscam entender o processo de decisão dos agentes econômicos atrelando questões psicológicas como barreiras de racionalidade, que são caracterizadas como heurísticas comportamentais. Essas heurísticas funcionam como atalhos mentais responsáveis normalmente pela limitação da racionalidade na tomada de decisão, uma vez que tornam menos complexa a situação levando à melhor decisão, mas não à decisão ótima esperada. Dessa forma, como os profissionais de instituições financeiras atuam no intermédio de decisão de investimentos de outros agentes econômicos, justifica-se como objetivo deste trabalho identificar qual o principal viés comportamental no processo de decisão em investimentos por profissionais de uma instituição financeira cooperativa. Com natureza de pesquisa aplicada e metodologia quantitativa e descritiva, foi elaborado um questionário embasado em estudos de autores da área para levantamento de dados com os participantes da amostra evidenciada. Os resultados mostraram que se “ancorar” em um dado passado para tomar uma decisão tende a estar presente em 7 a cada 10 profissionais da área.

PALAVRAS-CHAVE: Finanças comportamentais. Heurísticas. Viés. Tomada de decisão.

THE INFLUENCE OF BEHAVIORAL HEURISTICS ON DECISION-MAKING

ABSTRACT

Behavioral finance seeks to understand the decision-making process of economic agents by linking psychological issues such as barriers of rationality that are characterized as behavioral heuristics that function as mental shortcuts usually responsible for irrationality in decision making as they make the situation less complex and lead to better decision making. , but not the expected optimal decision, as financial institution professionals act in the middle of investment decisions of other economic agents, the objective of this article is to understand what is the main behavioral bias in the decision making process of investments by financial institution professionals. cooperative finance. With nature of applied research and quantitative descriptive methodology will be elaborated questionnaires based on studies of authors of the area in search to reach the objective of the study and make it intelligible not only the academy, as well as the whole society. The results showed that “anchoring” in a given past to make a decision tends to be present in 7 out of 10 professionals in the field.

KEYWORDS: Behavioral finance. Heuristics. Bias. Decision making.

1 Introdução

O campo de estudo das Finanças Comportamentais foi inaugurado por dois psicólogos israelenses, Daniel Kahneman e Amos Tversky, em 1979. Esses autores dedicaram parte de seus trabalhos para análises do comportamento dos investidores, os quais servem de alicerce para os estudos realizados até os dias atuais. Segundo Costa *et al.* (2009 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016), as finanças comportamentais são uma ramificação da psicologia econômica que visa estudar as decisões do mercado financeiro, incluindo aspectos psicológicos.

No escopo desse campo de estudos, é sabido que tomar decisões na busca da solução ótima no dia a dia é caracterizado pelo senso comum como simples, mas o ser humano tem limitações próprias de natureza que o impedem de realizar decisões com plena consciência. Tais limitações faz com que as decisões sejam operadas dentro de parâmetros limitados pelo seu próprio raciocínio (SILVA MACEDO *et al.*, 2007).

As formulações teóricas de tomada de decisão definidas por Bazerman (1994), por exemplo, demonstram que os tomadores de decisão deveriam ser capazes de definir com perfeição o problema em situação de escolha, a fim de chegar ao melhor resultado possível em um processo decisório. Simon (1997), por sua vez, retrata a racionalidade limitada de percepção e de reter informações dos indivíduos, o que diminui o poder decisório com base nas informações disponíveis.

Em uma situação racional, o processo decisório do indivíduo, de acordo com os estudos de Kahneman e Tversky (1979 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016), ocorre de forma diferente de uma situação em que os atalhos mentais são ativados, tendo suas decisões influenciadas por emoções. As emoções das pessoas têm relação com a sua realidade de vida e, segundo Oliveira (2016), as suas práticas emocionais são produções socioculturais.

Segundo o Banco Central (2019) no Brasil, existem milhares de profissionais atuando em instituições financeiras que, são especializadas em intermediar o dinheiro entre poupadores e aqueles que precisam de empréstimos. Além de custodiar (guardar) dinheiro, essas instituições providenciam serviços financeiros para os seus clientes (saques, empréstimos, investimentos, entre outros).

Dessa forma, contemplando a oferta de serviços de investimento nas instituições financeiras e os estudos que incidem sobre a escolha e a tomada de decisão, questiona-se: como acontece essa racionalidade limitada por meio da influência das heurísticas nos profissionais que atuam na área comercial de uma instituição financeira cooperativa na região de Campina

Grande? A partir de tal questionamento, definiu-se por objetivo no presente estudo: identificar qual a heurística/viés comportamental que predomina nesses profissionais.

A pesquisa considera as heurísticas da ancoragem, disponibilidade e representatividade, conforme estudos de Daniel Kahneman e Amos Tversky (*apud* SBICCA, 2014). Essas heurísticas, por um lado, têm relevância acadêmica, por proporcionar base teórica para o assunto tratado. Por outro lado, apresentam relevância social, pois proporcionam informações que podem resultar em projetos que levem as instituições financeiras a ofertar treinamentos com foco em melhorar o desempenho decisório de seus funcionários, responsáveis, inclusive, em intermediar a tomada de decisão dos clientes externos da organização.

Considerando o exposto, este trabalho é organizado da seguinte maneira: após esta introdução, são discutidos os principais aportes teóricos que subsidiam a nossa pesquisa; em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados; após, são analisados os dados obtidos através da aplicação de questionário com profissionais que atendem ao perfil definido; por fim, são expostas algumas conclusões, seguidas da lista de referências.

2 Fundamentação teórica

2.1 Contextualização da Teoria Financeira

Antes dos anos de 1950, grande parte da literatura da Teoria Financeira era descritiva e apenas detalhava um conteúdo institucional. A partir de tal período, mudanças fundamentais começaram a aparecer, contribuindo para o desenvolvimento teórico formalizado nessa área (IQUIAPAZA *et al.*, 2009). Também começa a ser desenvolvida a teoria acadêmica de mercados financeiros que, em primeiro momento, parecia estranha e pouco atrativa, além de abstrata e de difícil entendimento (BERNSTEIN 1992 *apud* IQUIAPAZA *et al.*, 2009 *apud* BERNSTEIN 1992).

A partir dos anos de 1980, com a importação dos estudos de Kahneman e Tversky (1979), compostos de numerosos experimentos psicológicos para caracterizar escolhas, nasce uma nova abordagem na área da Teoria Financeira chamada de finanças comportamentais, que particularmente nos interessa neste trabalho. Segundo Ramos (2007 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016), a abordagem das finanças comportamentais é responsável pela identificação de vieses comportamentais no âmbito da tomada de decisão do campo financeiro, conforme discussão a seguir.

2.2 Finanças Comportamentais

De acordo com Costa *et al.* (2009), o campo das finanças comportamentais considera que:

[...] que alguns fenômenos financeiros são mais bem entendidos, usando modelos nos quais os agentes não são completamente racionais, e seus estudos têm se concentrado na compreensão das ilusões cognitivas e de suas implicações no comportamento dos tomadores de decisão. Assim como, em identificar como tais ilusões cognitivas podem influenciar o mercado financeiro. (COSTA *et al.*, 2009, p. 6).

Ainda segundo os autores, esse campo pode ser definido como:

[...] uma ramificação da psicologia econômica e da economia comportamental que visa estudar o comportamento dos mercados financeiros de modo a incluir aspectos psicológicos em suas análises, sem, contudo, abandonar os pressupostos da teoria econômica tradicional. (COSTA *et al.*, 2009, p. 6).

Dessa forma, a Teoria de Finanças Comportamentais propõe um olhar diferente ao comportamento de investidores, considerando-o como não totalmente racional por incorporar variáveis psicológicas e por poder variar de indivíduo para indivíduo (ALBERTON; PORTO JR., 2013 *apud* LEAL; CAMPOS, 2015). Além disso, segundo Costa *et al.* (2009), há presença de ilusões cognitivas que refletem na tomada de decisão dos investidores.

Acerca de investidores que possuem a característica comum de trabalharem em instituição financeira, estes podem ser classificados da seguinte forma:

[...] os investidores possuem comportamentos únicos, que integram um conjunto amplo influenciado por âncoras psicológicas que direcionam a decisão para aspectos quantitativos ou culturais. A natureza quantitativa da decisão é utilizada como indicador do nível dos preços e para definir o momento de compra ou venda. Do aspecto cultural é retirada a força ou fragilidade dos argumentos de compra ou venda e os motivos pelos quais cotejam os diferentes usos a dar ao seu dinheiro, comparando-os de forma intuitiva ou emocional com os mercados, com seu patrimônio e com a necessidade de consumir ou poupar, como decisão final do processo. (BORSATO, PIMENTA e RIBEIRO, 2009, p. 7 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016, p. 3).

Definidas as discussões sobre as finanças comportamentais e os investidores, seguimos para o tratamento das heurísticas/vieses comportamentais adotadas na presente pesquisa.

2.3 Heurísticas

2.3.1 Representatividade

A heurística da representatividade pode ser assemelhada à ação do ser humano de construir estereótipos a respeito das coisas e pessoas que normalmente apoiam julgamentos cotidianos realizados. Nessa direção, de acordo com Bazerman (2004 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016), no julgamento sobre algo (indivíduo, objeto ou evento), as pessoas tendem a procurar peculiaridades que correspondam a estereótipos anteriormente formados.

Podendo ser classificada como irracional e até moralmente repreensível, Kahneman (2011) propõe o seguinte modelo para explicar a representatividade:

Qual é a probabilidade de que o objeto A pertença à classe B? Qual é a probabilidade de que o evento A se origine do processo B? Qual é a probabilidade de que o processo B venha a produzir o evento A? Ao responder a tais questões, as pessoas normalmente se apoiam na heurística da representatividade, em que as probabilidades são avaliadas segundo o grau em que A é representativo de B, ou seja, segundo o grau em que A se assemelha a B. Por exemplo, quando A é altamente representativo de B, a probabilidade de que A se origine de B é julgada alta. Por outro lado, se A não é similar a B, a probabilidade de que A se origine de B é julgada baixa. (KAHNEMAN, 2011, p. 432).

2.3.2 Disponibilidade

A heurística da disponibilidade está ligada à quantidade de informação com característica semelhante que é disponível ao investidor durante a sua vivência. Sendo assim, para Bazerman (2004, p. 9 *apud* MATSUMOTO *et al.*, 2016, p. 4), a heurística da disponibilidade rememora eventos do indivíduo, sendo que “um evento que evoque emoções e que seja vivido, fácil de imaginar e específico estará mais disponível do que um evento que é de natureza não emocional, difícil de imaginar ou vago.”

Além disso, Kahneman e Tversky (1974, p. 1127) apontam que:

A disponibilidade é uma pista útil para estimar a frequência ou probabilidade, pois ocorrências de classes amplas são geralmente recordadas melhor e mais rapidamente do que ocorrências de classes menos frequentes. Porém, a disponibilidade é afetada por outros fatores além da frequência e da probabilidade. Conseqüentemente, a confiança na disponibilidade leva a vieses previsíveis. (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974, p. 1124).

2.3.3 Ancoragem

A heurística da ancoragem está relacionada à consideração das pessoas a informações e valores anteriormente obtidos para uma decisão atual. Contudo, para Tversky e Kahneman

(1974), ajustar valores partindo de ancoras iniciais são tipicamente insuficientes e levam a vieses das estimativas de valor. Como exemplo, pode-se imaginar a seguinte situação: ao determinar se vai ou não investir em um ativo X, o investidor se baseia no valor mais baixo que seu histórico de cotações já alcançou. Nessa situação, o investidor pode perder uma oportunidade de ganho por ser influenciado pela heurística da ancoragem, visto que sua decisão está atrelada a um valor estabelecido anteriormente.

As heurísticas contextualizadas são consideradas neste trabalho, a fim de identificar sua participação no processo de decisão dos profissionais de uma instituição financeira. Concluída tal discussão, passamos a discorrer sobre o processo de tomada de decisão.

2.4 Tomada de Decisão Intuitiva

De acordo com Carter, Kaufmann e Wagner (2017 *apud* SINCORÁ, 2018), a configuração deste tipo de decisão processa-se baseada: na experiência, na emoção e no processamento automático, conforme discutido a seguir

2.4.1 *Experiência*

[...] quando baseado na experiência, os tomadores de decisão comumente reconhecem paralelos entre as decisões tomadas no passado com a atual, e assim, decidem em conformidade. Isso acontece, pois, situações passadas fornecem sugestões que dão o acesso especializado à informação armazenada na memória. (CARTER; KAUFMANN; WAGNER, 2017 *apud* SINCORÁ, 2018).

2.4.2 *Emocional*

Neste caso, a tomada de decisão baseia-se em aspectos emocionais e afetivos. Acontece com maior frequência em situações consideradas incertas, nas quais tais sensações afetam a configuração do processo de decisão das pessoas (CARTER; KAUFMANN; WAGNER, 2017 *apud* SINCORÁ, 2018).

2.4.3 *Processamento Automático*

[...] os julgamentos intuitivos do tomador de decisão são descritos como um processo rápido, automático e quase sem esforço, ou seja, com pouca consciência consciente ou emprego de pensamento racional. Nele incorporam-se pensamentos e preferências rapidamente, sem muita reflexão ou conhecimento prévio de regras específicas

relativas às decisões. (CARTER; KAUFMANN; WAGNER, 2017 *apud* SINCORÁ, 2018).

Dessa forma, para Matsumoto *et al.* (2016), no processo de tomar a decisão, os indivíduos identificam o problema coletando características simplificadas. Com isso, submetem o problema a uma análise rápida e pouco detalhada em busca de uma alternativa suficientemente boa, ao invés de ir à procura da melhor decisão.

Ao finalizarmos as discussões levantadas nesta seção, que correspondem aos aportes teóricos necessários ao desenvolvimento do presente trabalho, passamos à descrição dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa.

3 Material e Métodos

O trabalho foi desenvolvido a partir de uma natureza aplicada, considerando a predisposição de “gerar conhecimentos para aplicação prática dirigida à solução de problemas específicos” (TAFNER; SILVA, 2010, p. 8). Além disso, contou com abordagem quantitativa, a fim de tornar mais fácil o entendimento a partir da coleta, classificação e análise dos números obtidos com foco na clareza e inteligibilidade do material. Para Richardson (2008), uma pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo:

emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão, etc. (RICHARDSON, 2008, p. 70).

Como a finalidade do estudo considera as características de determinado grupo a partir da aplicação de questionários para identificar a heurística/viés comportamental que predomina de profissionais de uma instituição financeira cooperativa no momento da tomada de decisão, o método utilizado foi o levantamento, que se caracteriza, conforme Gil (2002),

pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados. (GIL, 2002, p. 51).

O questionário adotado para levantamento dos dados compôs-se de quinze (15) questões de múltipla escolha, que foram embasadas nos estudos de autores relacionados ao tema, dando maior importância para Kahneman e Tversky (1972, 1974, 1979). A primeira parte do

questionário (as cinco primeiras perguntas) destinava-se à caracterização dos participantes, considerando aspectos como idade, experiência de investimento e sexo. As quatro perguntas seguintes (sexta, sétima, oitava e nona perguntas) buscaram identificar a presença da heurística da ancoragem a partir de situações cotidianas. As perguntas décima, décima primeira e décima segunda buscaram expor se os respondentes estão ou não enviesados pela heurística da representatividade. As demais questões (décima terceira, décima quarta e décima quinta) abordaram o viés da disponibilidade, problematizando se os indivíduos tomariam ou não determinadas decisões.

O público-alvo da pesquisa constituiu-se de profissionais de uma instituição financeira cooperativa da cidade de Campina Grande, no Estado da Paraíba, por serem estes intermediadores de transações do sistema financeiro nacional, de modo a prestarem consultoria personalizada para os clientes sem vieses. Os colaboradores e a empresa estão cientes do sigilo ético da pesquisa, de maneira que as suas identificações foram preservadas.

Foram obtidas dez (10) respostas ao questionário, em um universo de dezesseis (16) indivíduos da população levantada (público-alvo da pesquisa), representando 62,5% do total. A aplicação do questionário foi realizada de forma *on-line*, via *Google Forms*, cujo *link* foi enviado para os participantes através do aplicativo de mensagens *WhatsApp*, no período de 01 a 10/08/2021. Os participantes não tiveram conhecimento inicial sobre o objetivo da pesquisa, tendo em vista que, se soubessem que estava sendo avaliada a presença de vieses comportamentais, os respondentes poderiam ser levados a manipular os resultados.

Vale ressaltar ainda que, por se tratar de pesquisa quantitativa, serão utilizados métodos estatísticos para analisar as respostas ao questionário e mensurar todas as informações coletadas a partir dos quatro grupos de questões que o compõem.

4 Resultados e discussão

4.1 Análise da amostra: de acordo com nacionalidade, sexo e idade.

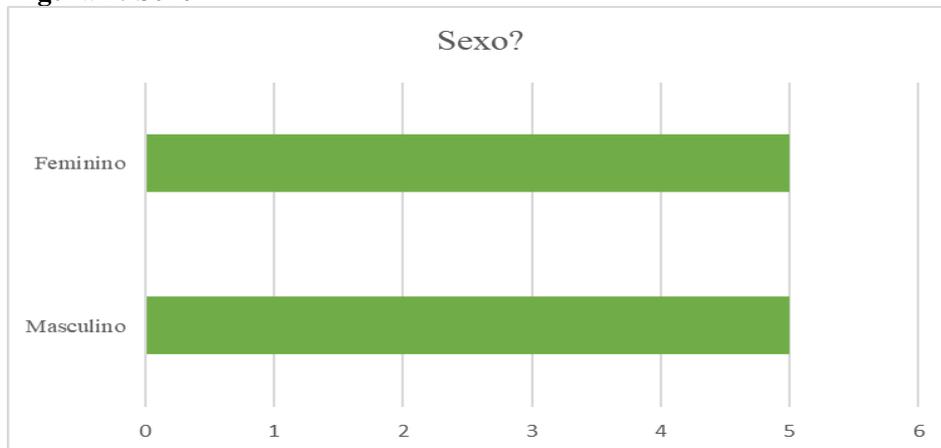
Após fazer o levantamento das respostas ao questionário, foi possível verificar que 100% da amostra é brasileira, como mostra a Figura 1:

Figura 1: Nacionalidade

Fonte: dados da pesquisa.

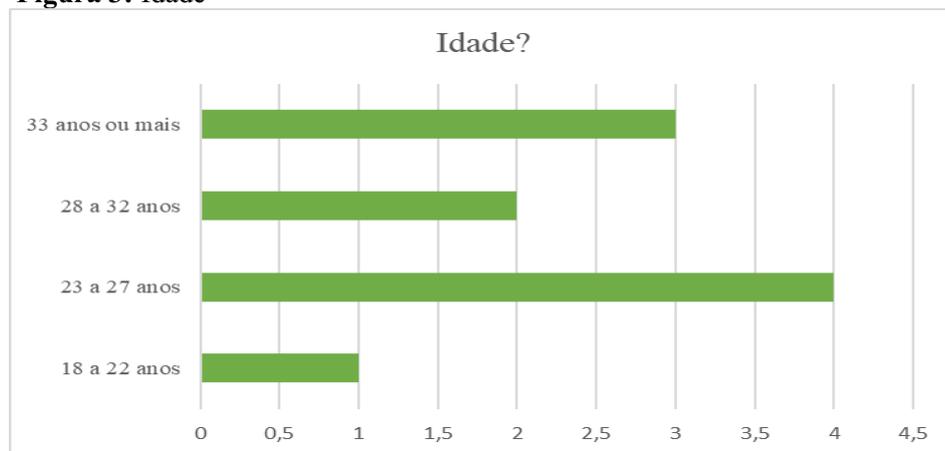
Entendendo que 100% da amostra pesquisada é brasileira, como mostra a figura 1, sabemos que, no contexto macroeconômico, todos os participantes ficaram expostos a questões políticas e econômicas do contexto nacional, tendendo a expressar uma singularidade nos vieses.

A figura 2 demonstra o sexo dos participantes:

Figura 2: Sexo

Fonte: dados da pesquisa.

Na figura 2, observamos que a amostra está dividida entre igualmente entre homens (50%) e mulheres (50%). Quanto à idade, a maioria dos participantes tem acima de 23 anos (90%), como representado na Figura 3.

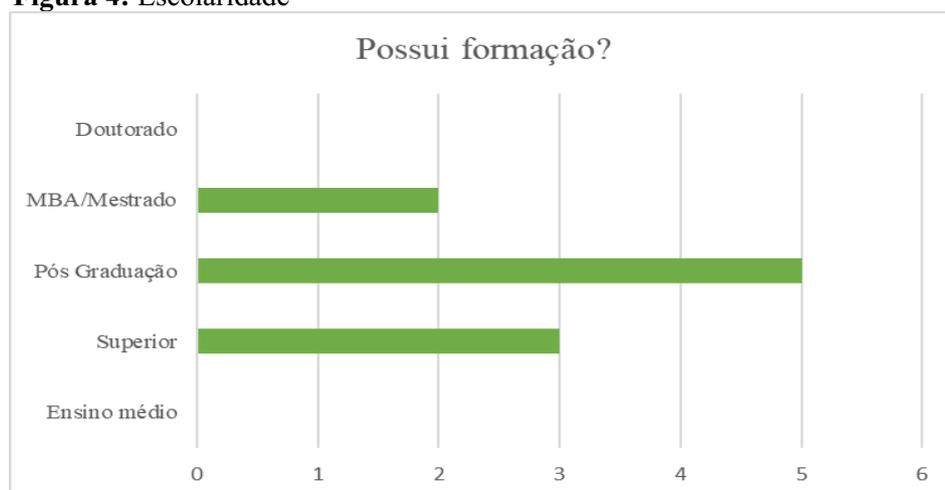
Figura 3: Idade

Fonte: dados da pesquisa.

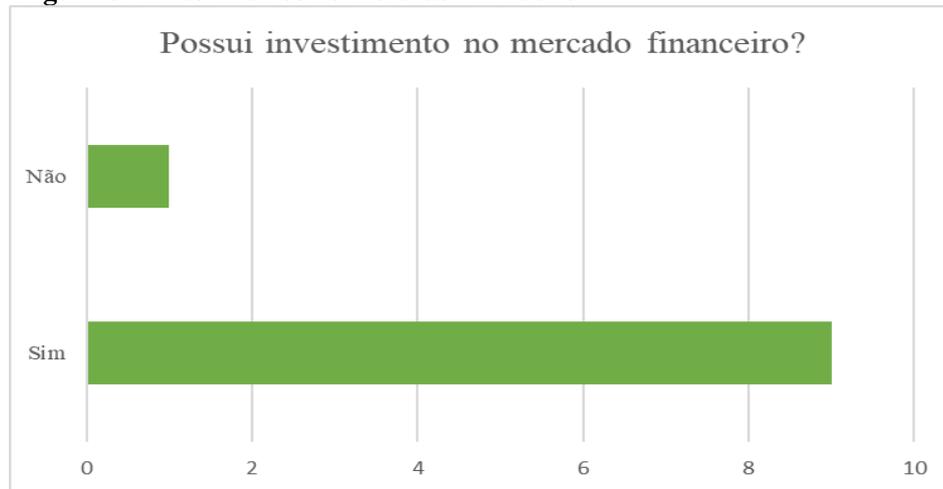
Consideradas tais características dos participantes, passamos à análise das amostras de acordo com escolaridade e experiência no mercado financeiro.

4.2 Análise da amostra: de acordo com escolaridade e experiência no mercado financeiro.

As respostas ao questionário revelam que 100% dos respondentes possuem, no mínimo, Ensino Superior. Desses, 50% têm Pós-Graduação e 20% têm MBA ou Mestrado. Em relação à experiência com investimentos no mercado financeiro, 90% apontaram utilizar algum produto, como podemos verificar nas Figura 4 e Figura 5.

Figura 4: Escolaridade

Fonte: dados da pesquisa.

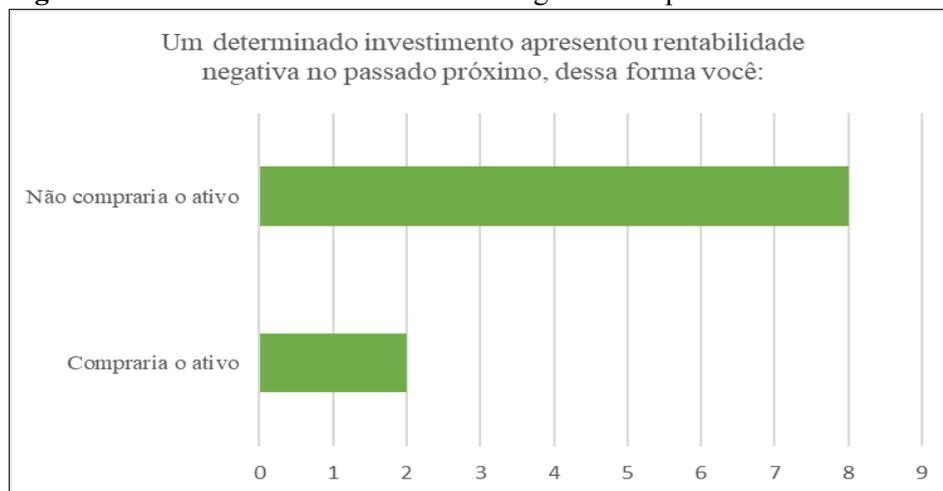
Figura 5: Investimentos no mercado financeiro

Fonte: dados da pesquisa.

A seguir, analisamos os dados de acordo com a heurística da ancoragem.

4.3 Análise da amostra: de acordo com a heurística da ancoragem.

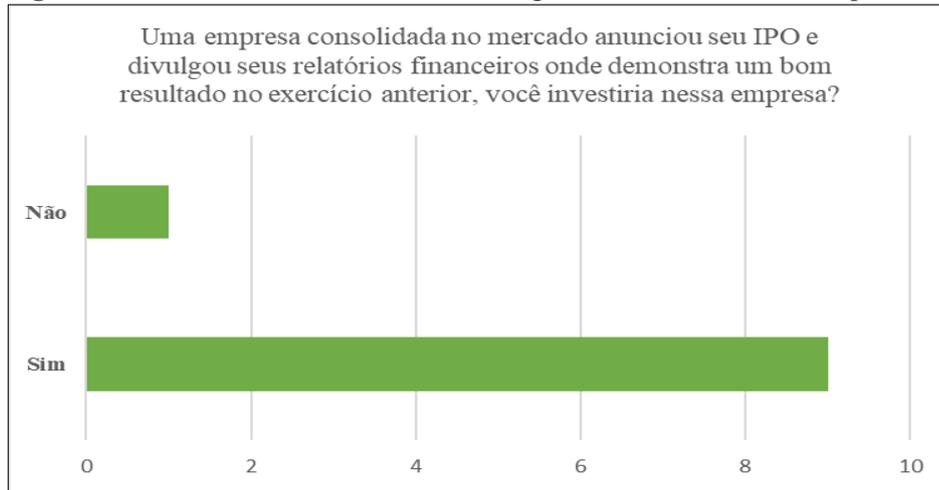
De acordo do Kahnemen e Tversky (1979), o viés da ancoragem faz com que o indivíduo se prenda a um valor ou dado passado e o utilize como referência para sua tomada de decisão. Nesse sentido, a partir da análise das respostas ao questionário – composto por um bloco de quatro (4) perguntas sobre a referida heurística – é possível identificar que, em três (3) das questões, a maioria dos respondentes apresentou o viés de ancoragem, como mostram as Figura 6, Figura 7, Figura 8 e Figura 9.

Figura 6: Análise sob a heurística da ancoragem – compra de ativo

Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 6, podemos observar que 80% dos respondentes informaram que não comprariam o ativo apenas pela informação que “no passado próximo” houve rentabilidade negativa. Esse resultado demonstra um o viés da ancoragem, em que os respondentes se ancoraram no dado da informação passada e tomaram a decisão.

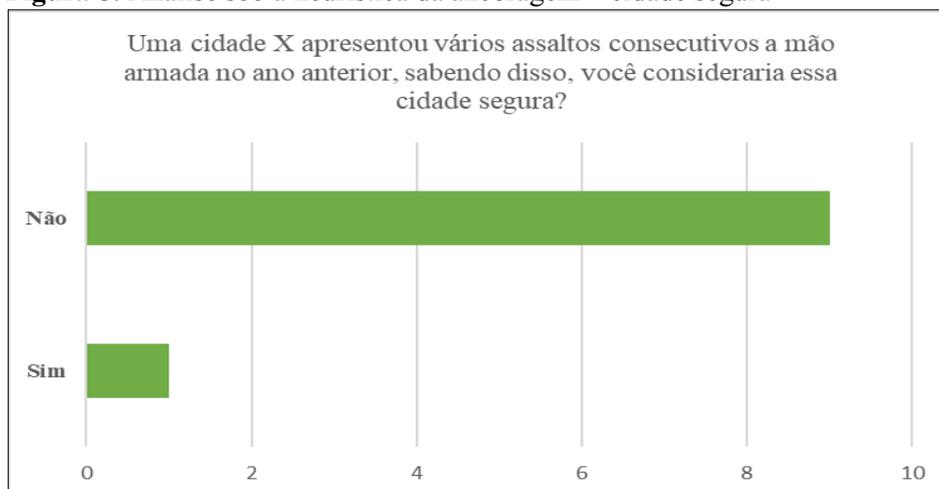
Figura 7: Análise sob a heurística da ancoragem – investimento em empresa



Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 7, os respondentes são expostos a uma situação em que uma empresa teve bons resultados no exercício anterior e, logo em seguida, questiona-se aos participantes se eles investiriam na empresa. Os resultados demonstram que 90% dos respondentes investiriam com base na informação passada, o que projeta na prática o viés da ancoragem.

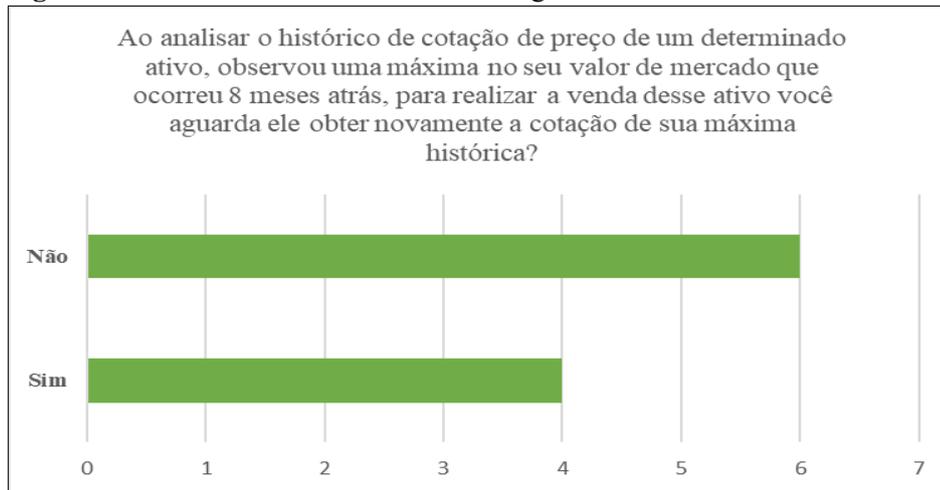
Figura 8: Análise sob a heurística da ancoragem – cidade segura



Fonte: dados da pesquisa.

A Figura 8 expressa a situação de que uma cidade X passou por vários assaltos a mão armada. A partir de tal situação, a amostra foi questionada sobre essa cidade ser segura ou não. Novamente, foi expressa a heurística da ancoragem, em que os respondentes se basearam na informação isolada e 90% consideraram a cidade como não segura.

Figura 9: Análise sob a heurística da ancoragem – venda de ativo



Fonte: dados da pesquisa.

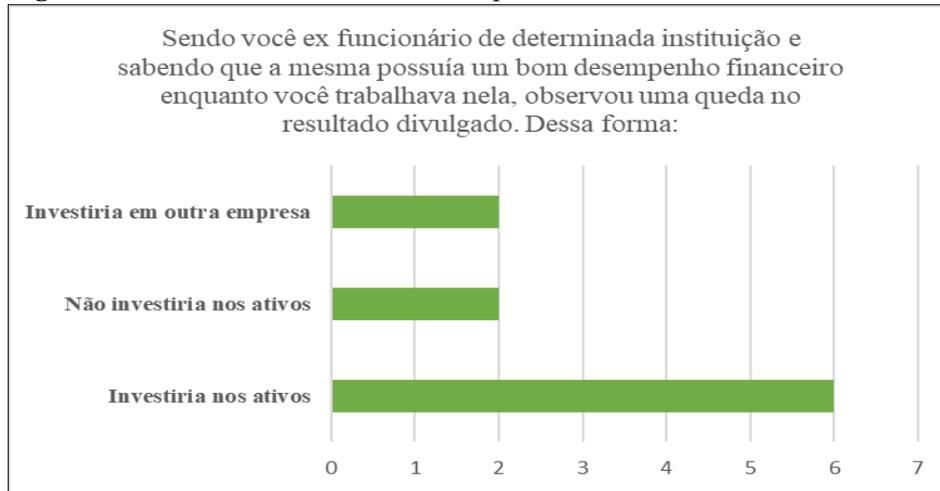
Neste questionamento, foi apresentada a situação de que, há oito (8) meses, um dado ativo obteve uma máxima no valor de mercado. Com base nessa situação, os participantes tiveram de responder se aguardariam o ativo retornar ao valor máximo atingido ou não para realizarem a venda. As respostas demonstraram, conforme a Figura 9, que 60% não aguardariam, enquanto que 40% aguardariam, representando a ancoragem na informação.

Feitas as análises com base na heurística da ancoragem, passamos à heurística da representatividade.

4.4 Análise da amostra: de acordo com a heurística da representatividade

Para Kahneman e Tversky (1979), a representatividade expõe-se em viés quando o indivíduo utiliza de sua experiência de vida como fator determinante de sua decisão, pois acredita estar tomando a melhor atitude. A partir das Figura 10, Figura 11 e Figura 12, são analisadas a presença desse viés por meio de situações simples expressas em questionamentos.

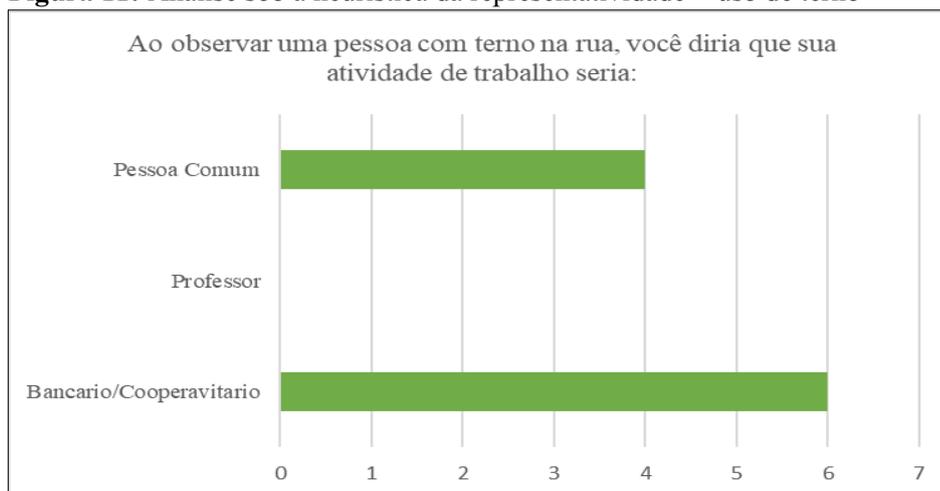
Figura 10: Análise sob a heurística da representatividade – investimento em empresa



Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 10, um ex-funcionário teve a experiência de, no seu período de trabalho, a empresa apresentar bons resultados. No entanto, atualmente os resultados dessa instituição apresentaram uma queda. Com base nesse cenário, foi questionada aos participantes sobre a possibilidade de investir nos ativos da empresa. As respostas demonstram que 60% apresentaram o viés, afirmando que investiriam nos ativos mesmo com resultados negativos pois acreditam no bom resultado da companhia.

Figura 11: Análise sob a heurística da representatividade – uso de terno

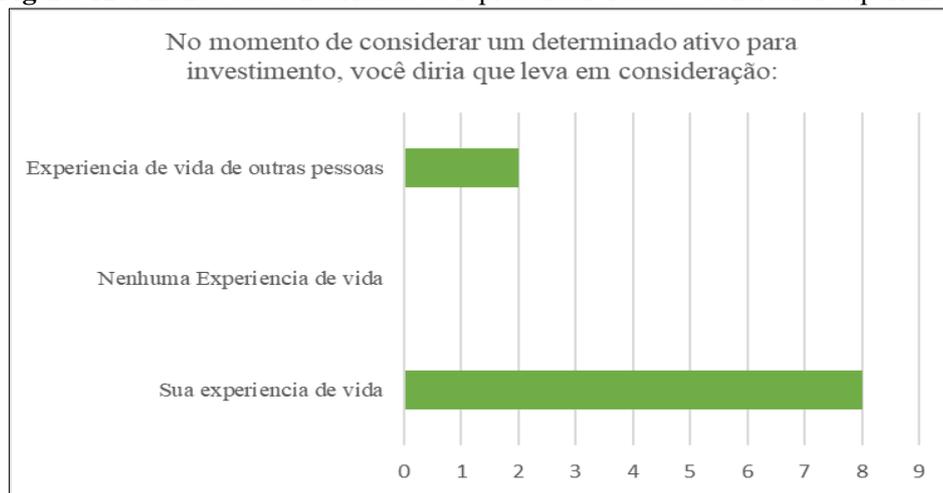


Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 11, podemos observar um questionamento bem simples: uma pessoa com terno na rua é um bancário, um professor um cidadão comum? Estatisticamente, existem mais

cidadãos comuns e professores do que bancários em uma sociedade. No entanto, como há o estereótipo sobre a vestimenta do profissional do mercado financeiro, 60% da amostra apresentou a heurística da representatividade, afirmando que a pessoa de terno seria um bancário/cooperavitário.

Figura 12: Análise sob a heurística da representatividade – considerar experiência



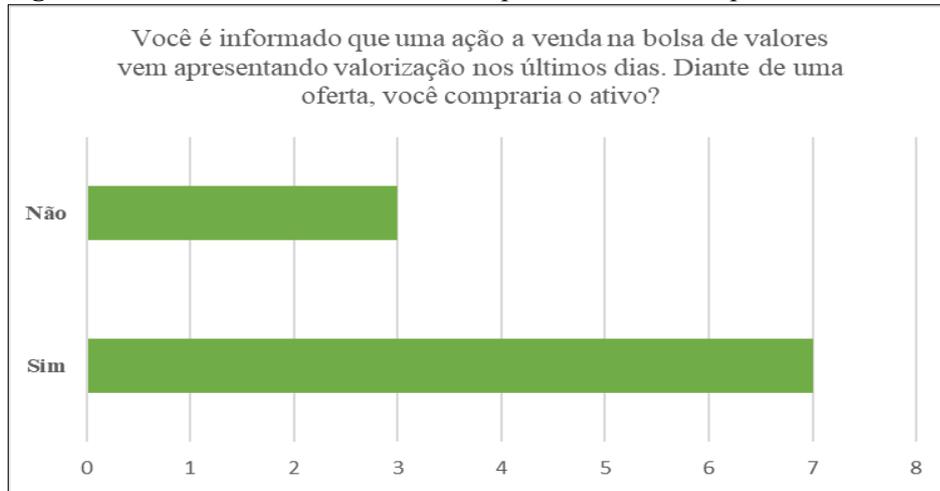
Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 12, podemos observar um questionamento direto aos participantes no quesito experiência de vida, sobre o que determina sua decisão para um investimento. Os resultados demonstraram que, para 80% dos respondentes, a sua própria história determina a decisão e, para 20%, a experiência de terceiros é considerada.

4.5 Análise da amostra: de acordo com a heurística da disponibilidade

O viés da disponibilidade, para Kahneman e Tversky (1979), propõe que o investidor tende a se basear em informações recentemente disponibilizadas para determinar sua tomada de decisão. Nessa direção, as Figura 13, Figura 14 e Figura 15 expõem situações em que foram disponibilizadas informações para os respondentes, buscando identificar a presença da heurística da disponibilidade.

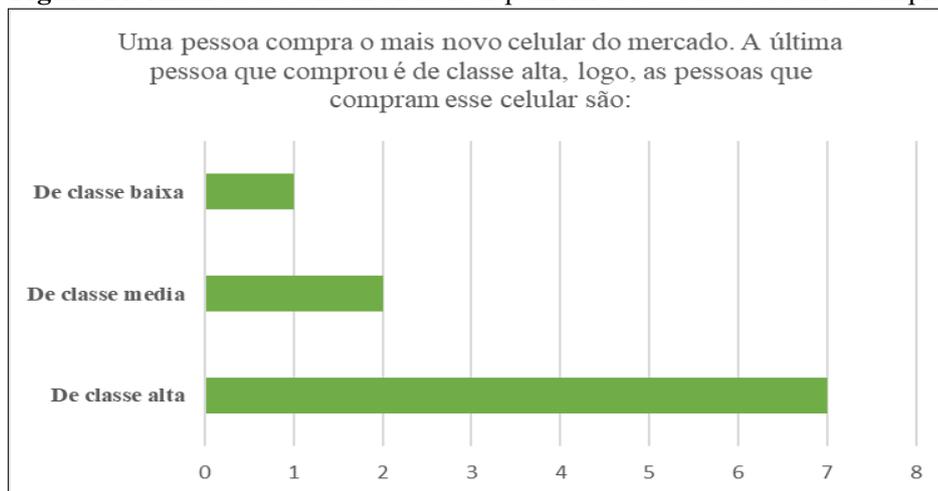
Figura 13: Análise sob a heurística da disponibilidade – compra de ativo



Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 13, é exposta a seguinte situação: nos últimos dias, uma ação na bolsa de valores vem se valorizando. Diante da situação, é questionado aos participantes se eles comprariam esse ativo. São evidenciados que 70% dos respondentes afirmaram comprar com base na informação recente da valorização, contra 30% que não comprariam.

Figura 14: Análise sob a heurística da disponibilidade – classe social e compra de celular

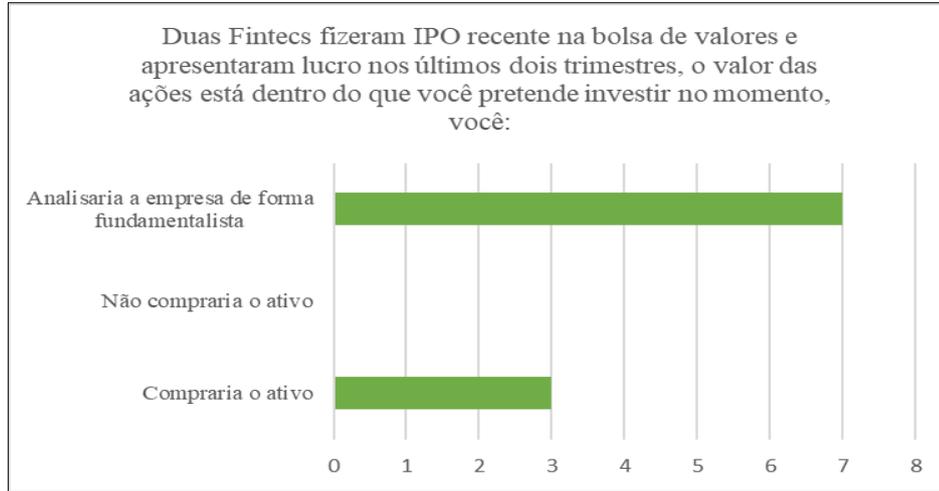


Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 14, é apresentada a situação de uma pessoa de classe alta que comprou o mais novo modelo de um celular. Em seguida, é questionado se as pessoas que compram esse mesmo aparelho também fazem parte da classe alta da sociedade. Com base nessa situação, 70% dos respondentes afirmaram que sim, mesmo que estatisticamente a maior parte da população não

seja de classe alta e sem ser descrito características do aparelho, expondo a presença do viés da disponibilidade.

Figura 15: análise sob a heurística da disponibilidade – compra de ativo de Fintecs



Fonte: dados da pesquisa.

Na Figura 15, duas empresas fizeram o processo de oferta pública inicial de ações na bolsa de valores e apresentaram resultados positivo nos últimos trimestres, diferente do comportamento apresentado nas duas questões anteriores. Dessa vez, apenas 30% da amostra demonstrou a presença da heurística da disponibilidade, enquanto 70% dos respondentes analisariam melhor a situação antes do investimento.

Finalizada a análise da amostra, dirigimo-nos para a elaboração de algumas conclusões.

5 Conclusão

Com base nos estudos das finanças comportamentais, este trabalho buscou identificar a principal heurística presente em profissionais da área comercial de uma instituição financeira de Campina Grande, na Paraíba. A amostra foi composta por 10 profissionais, correspondentes a 62,5% do total de 16 trabalhadores da instituição, que foram expostos a situações fictícias em questões presentes em um questionário que buscava identificar a presença dos vieses comportamentais.

A partir dos resultados apresentados, foi identificado que, em média, 66% dos profissionais apresentam um comportamento que remete a uma das heurísticas consideradas neste trabalho, conforme expresso na Tabela 1. Como os resultados apontam que a amostra está dividida entre 50% homens e 50% mulheres, conforme Figura 2, não foi possível determinar em qual sexo os vieses estão mais presentes. No entanto, é possível perceber que a instrução

acadêmica não anula a presença das heurísticas, já que, conforme a Figura 4, os participantes possuem no mínimo Ensino Superior.

Tabela 1 Média da presença de vieses comportamentais na tomada de decisão

Ancoragem	75%
Representatividade	67%
Disponibilidade	57%
Média geral	66%

O fator experiência no mercado financeiro, que poderia ser considerada uma forma de diminuir a presença das heurísticas na tomada de decisão dos investidores, também não teve relevância já que, conforme a Figura 5, 9 em cada 10 entrevistados, o que representa 90% da amostra, possui investimentos no mercado financeiro, atrelado à experiência diária de trabalhar com o intermédio de produtos e serviços financeiros, uma vez que, como expresso anteriormente, os participantes da pesquisa atuam em uma instituição financeira.

Na heurística da ancoragem, foi identificado que, em média, 75% dos profissionais estudados apresentam algum comportamento enviesado na sua tomada de decisão. conforme Tabela 2. Esse viés foi analisado a partir das questões 6 a 9. Nas perguntas 6, 7 e 8, no mínimo 80% apresentaram viés na tomada de decisão e apenas na pergunta 9 o resultado inferior, sendo 40%. Dessa forma, se “ancorar” em um dado passado para tomar uma decisão tende a estar presente em 7 a cada 10 profissionais.

Tabela 2 Média da presença do vies da ancoragem na tomada de decisão

Pergunta 6	80%
Pergunta 7	90%
Pergunta 8	90%
Pergunta 9	40%
Média Geral	75%

A presença do viés da representatividade nos participantes foi avaliada pelas perguntas 10, 11 e 12 e trouxe que 67% dos respondentes apresentam esse viés quando vão tomar uma decisão, conforme Tabela 3. A representatividade expressa principalmente pela experiência de vida do indivíduo tende a fazê-lo acreditar que está tomando a melhor decisão, quando na

verdade está sendo influenciado por suas emoções. De acordo com nossos resultados, 6 a cada 10 participantes apresentaram esse comportamento.

Tabela 3 Média da presença do vies da representatividade na tomada de decisão

Pergunta 10	60%
Pergunta 11	60%
Pergunta 12	80%
Média Geral	67%

Nas perguntas 13, 14 e 15, foram elaboradas situações que buscaram identificar a presença da heurística da disponibilidade. De acordo com a Tabela 4, podemos observar que, em média, tal heurística teve menos influência na tomada de decisão dos participantes, considerando que apenas 57% dos profissionais se basearam em dados disponibilizados recentemente para determinar sua decisão. Nesse sentido, o viés da disponibilidade se fez presente em 5 a cada 10 profissionais.

Tabela 4 Média da presença do vies da disponibilidade na tomada de decisão

Pergunta 13	70%
Pergunta 14	70%
Pergunta 15	30%
Média Geral	57%

Dessa forma, a racionalidade limitada causada pelo viés da ancoragem, em que os investidores se prendem a informações passadas para determinar a decisão futura, normalmente esperando que tal evento ocorra novamente, se fez presente em média em 75% dos participantes. Assim, podemos concluir que a maioria dos profissionais tendem a ser influenciados em sua tomada de decisão pela heurística da ancoragem.

No entanto, ainda há muito o que se explorar nas finanças comportamentais, tendo esta pesquisa o papel de direcionar a novos estudos na área para melhor compreensão acadêmica e profissional do comportamento dos investidores, como nas alternativas para reduzir a influência das heurísticas na tomada de decisão.

Referências

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **O que é banco (instituição financeira)**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/bancoscaixaseconomicas/> Acesso em: 08 de set. 2019.

BAZERMAN, M. H. **Processo Decisório**: para cursos de administração e economia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CARTER, C. R.; KAUFMANN, L.; WAGNER, C. M. Reconceptualizing Intuition in Supply Chain Management. **Journal of Business Logistics**, 38(2), p. 80-95, 2017.

COSTA, R. B. da; PIMENTA, D. P.; BORSATO, J. M. L. S.; RIBEIRO, K. C. de S. Otimismo e excesso de confiança: um estudo do perfil comportamental dos indivíduos à luz das finanças comportamentais. *In*: Seminários em Administração, XII, 2009. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2009. p. 1-16. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/678.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, 2002.

IQUIAPAZA, R. A.; BRESSAN, H. F. A. A. A. Evolução da pesquisa em finanças: epistemologia, paradigma e críticas. **Organizações & Sociedade**, v. 16, p. 351–370, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/osoc/a/fLmkMngbwqnRcCFQFzKYzFj/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

LEAL, D.; CAMPOS, G. F. Finanças Comportamentais: análise da influência da educação financeira formal sobre vieses heurísticos. *In*: Seminários em Administração, XVIII, 2015. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2015. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/18semead/resultado/trabalhosPDF/279.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

MATSUMOTO *et al.*, Finanças comportamentais: A Influência de Heurísticas. *In*: Seminários em Administração, XIX, 2016. **Anais [...]**. São Paulo: USP, nov. 2016. p. 90-105. Disponível em: <https://login.semead.com.br/19semead/anais/arquivos/84.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

OLIVEIRA, J. S. Práticas Organizativas e Emoções: Contribuições para as Pesquisas sobre Organizações Culturais. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 5, n. 2, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/12481>. Acesso em: 12 set. 2021.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SBICCA, A. Heurísticas no estudo das decisões econômicas: Contribuições de Herbert Simon, Daniel Kahneman e Amos Tversky. **Estudos Econômicos**, v. 44, n. 3, p. 579–603, 2014. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ee/a/KLdVTnmf6jmwKm7JRJqdFbz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 12 set. 2021.

SILVA MACEDO, M. *et al.* Processo decisório gerencial: um estudo do modelo descritivo de tomada de decisão aplicado a pequenos empreendedores. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 1, n. 1, p. 24–37, 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/762/76219797008.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

SINCORÁ, L. A. Processo decisório gerencial: compreendendo como diferentes comportamentos decisórios determinam o custo total da decisão. *In: XXI SEMEAD Seminários em Administração*, XXI, 2018. Anais [...]. São Paulo: USP, 2018. p. 325-337. Disponível em: <https://login.semead.com.br/21semead/anais/arquivos/1878.pdf>. Acesso em: 12 set. 2021.

TAFNER, E. P.; SILVA, R. **Apostila de metodologia científica**. Associação educacional, 2010

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Subjective probability: A judgment of representativeness. **Cognitive Psychology**, n. 3, pp. 430-454, 1972. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0010028572900163#:~:text=Subjective%20probability%3A%20A%20judgment%20of%20representativeness%E2%98%86&text=This%20prediction%20is%20confirmed%20in,the%20size%20of%20the%20sample>. Acesso em: 12 set. 2021.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974. Disponível em: <https://www.science.org/lookup/doi/10.1126/science.185.4157.1124>. Acesso em: 12 set. 2021.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Prospect Theory: An analysis of decision under risk. **Econometrica**, n. 47, p. 263-291, 1979. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1914185>. Acesso em: 12 set. 2021.

Questionário

Agradeço desde já a sua participação, ao responder as perguntas abaixo, pois ela é de extremo valor. As questões apresentadas não possuem uma resposta correta. Portanto sugiro que não se preocupe em “acertar”, e que procure ser o mais fiel à sua forma de avaliar e/ou decidir.

1-Você é brasileiro?

() Sim () Não

2-Sexo: () Masculino () Feminino

3-Qual a sua idade aproximadamente?

() 18 a 22 anos () 23 a 27 anos () 28 a 32 anos () 33 anos ou mais

4-Qual sua formação?

() Ensino Médio () Superior () Pós Graduação () MBA/Mestrado () Doutorado

5-Você possui algum investimento no mercado financeiro?

() Sim () Não

6-Um determinado investimento apresentou rentabilidade negativa no passado próximo, dessa forma você:

() Compraria o ativo

() Não compraria o ativo

7-Uma empresa consolidada no mercado anunciou seu IPO e divulgou seus relatórios financeiros onde demonstra um bom resultado no exercício anterior, você investiria nessa empresa?

() Sim

() Não

8-Uma cidade X apresentou vários assaltos consecutivos a mão armada no ano anterior, sabendo disso, você consideraria essa cidade segura?

() Sim

() Não

9-Ao analisar o histórico de cotação de preço de um determinado ativo, observou uma máxima no seu valor de mercado que ocorreu 8 meses atrás, para realizar a venda desse ativo você aguarda ele obter novamente a cotação de sua máxima histórica?

() Sim

() Não

10-Sendo você ex funcionário de determinada instituição e sabendo que a mesma possuía um bom desempenho financeiro enquanto você trabalhava nela, observou uma queda no resultado divulgado. Dessa forma:

() Investiria nos ativos da empresa

() Não investiria nos ativos da empresa

() Procuraria investir em uma outra empresa

11-Ao observar uma pessoa com terno na rua, você diria que sua atividade de trabalho seria:

- Professor
- Bancário/Cooperavitário
- Pessoa comum

12-No momento de considerar um determinado ativo para investimento, você diria que leva em consideração:

- Sua experiência de vida
- Nenhuma experiência de vida
- A experiência de vida de outras pessoas

13-Você é informado que uma ação a venda na bolsa de valores vem apresentando valorização nos últimos dias. Diante de uma oferta, você compraria o ativo?

- Sim
- Não

14-Uma pessoa compra o mais novo celular do mercado. A última pessoa que comprou é de classe alta, logo, as pessoas que compram esse celular são:

- De classe alta
- De classe média
- De classe baixa

15-Duas Fintecs fizeram IPO recente na bolsa de valores e apresentaram lucro nos últimos dois trimestres, o valor das ações está dentro do que você pretende investir no momento, você:

- Compraria o ativo
- Não compraria o ativo
- Analisaria de forma fundamentalista e empresa