

#Educação Financeira



A contribuição da Economia Comportamental na construção da educação financeira das famílias brasileiras.

A economia comportamental tem ganhado destaque nos últimos anos como uma ferramenta poderosa para entender como as pessoas tomam decisões financeiras. No Brasil, a aplicação da economia comportamental na educação financeira pode ter um impacto significativo nas famílias, ajudando a promover comportamentos financeiros mais saudáveis e responsáveis.

A Economia Comportamental e a Educação Financeira

A economia comportamental estuda como as pessoas tomam decisões financeiras, considerando fatores como emoções, vieses cognitivos e influências sociais. Ao entender esses fatores, é possível criar programas de educação financeira mais eficazes, que levem em conta as necessidades e limitações das famílias brasileiras.

Mas de fato, como podemos entender a economia comportamental? Trata-se de um campo de estudo que busca entender como as pessoas tomam decisões financeiras e de consumo. Ela identifica vários fatores que influenciam o comportamento de consumo, incluindo:

- **A influência Social:** A cultura brasileira pode influenciar o comportamento de consumo, com a família e os amigos desempenhando um papel importante nas decisões de compra.

- **Identificação dos vieses cognitivos:** A economia comportamental pode ajudar a identificar vieses cognitivos que influenciam o comportamento de consumo, como o viés de confirmação ou o efeito de ancoragem.

Viés de Confirmação e Efeito de Ancoragem: Entendendo os Conceitos

- **Viés de Confirmação:** é a tendência de buscar, interpretar e lembrar informações que confirmem nossas crenças ou hipóteses existentes, enquanto ignoramos ou descartamos informações que as contradizem. Isso pode levar a uma visão distorcida da realidade e influenciar nossas decisões.

Exemplo: Se você acredita que um determinado produto é o melhor, você pode buscar apenas reviews e opiniões que confirmem essa crença, ignorando críticas ou opiniões contrárias.



- **Efeito de Ancoragem:** é a tendência de se basear em uma informação inicial (a "âncora") para tomar decisões subsequentes, mesmo que essa informação não seja relevante ou precisa. Isso pode levar a julgamentos e decisões influenciados por informações arbitrárias ou irrelevantes.

Exemplos: se você está comprando um produto e vê um preço inicial de R\$ 100, mas ele está em promoção por R\$ 80, você pode perceber o preço de R\$ 80 como um bom negócio, mesmo que o preço normal seja mais alto do que o valor real do produto.

Em síntese, tanto o meio social que vivemos, o viés de confirmação quanto o efeito de ancoragem podem influenciar nossas decisões e julgamentos, levando a escolhas sub ótimas ou irracionais. Ao entender esses conceitos, podemos tomar medidas para mitigar seus efeitos e tomar decisões mais informadas.

Conclusão

A economia comportamental é um campo de estudo importante para entender o comportamento de consumo das famílias brasileiras. Ao identificar os fatores que influenciam o comportamento de consumo e aplicar a economia comportamental, é possível promover comportamentos financeiros mais saudáveis e melhorar a tomada de decisões.



Helder Cavalcanti Vieira,
Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do RN, Especialista em
Gestão Empresarial e Gestão Estratégica de Comunicação Empresarial, pela universidade Potiguar;



heldercavalcantirn@gmail.com



(84) 98120-3366



heldercavalcantirn

