



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO**

GABRIELA BORDALO FERREIRA SCHEER

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VIESES COGNITIVOS NO PERFIL DOS
MICROEMPREENDEDORES NA PANDEMIA DO CORONA VÍRUS**

RIO DE JANEIRO – RJ

2021

GABRIELA BORDALO FERREIRA SCHEER

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VIESES COGNITIVOS NO PERFIL DOS
MICROEMPREENDEDORES NA PANDEMIA DO CORONA VÍRUS**

Monografia apresentada como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em Administração à
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da
Universidade Federal do Rio de Janeiro
(FACC/UFRJ).

Orientador (a): Carlos Navarro Fontanillas

RIO DE JANEIRO – RJ

2021

GABRIELA BORDALO FERREIRA SCHEER

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DOS VIESES COGNITIVOS NO PERFIL DOS
MICROEMPREENDEDORES NA PANDEMIA DO CORONA VÍRUS**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (FACC/UFRJ) aprovada pela seguinte banca examinadora:

**NOME DO MEMBRO DA BANCA, TITULAÇÃO E INSTITUIÇÃO A QUE
PERTENCE**

**NOME DO MEMBRO DA BANCA, TITULAÇÃO E INSTITUIÇÃO A QUE
PERTENCE**

RIO DE JANEIRO – RJ

2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente ao meu pai, por todos os seus esforços durante toda minha vida para que hoje eu pudesse estar finalizando esta graduação. Seu apoio incondicional e carinho nos momentos bons e ruins foram fundamentais para chegar até aqui. Obrigada por todo amor e por ser meu maior exemplo.

Agradeço também à minha mãe, pela inspiração e por ser exemplo de força e determinação. Obrigada por sempre acreditar em mim, vibrar em todas as minhas vitórias e me incentivar ao máximo.

Agradeço ao Lucas, o melhor amigo que a universidade poderia me dar. Obrigada por todos os momentos de parceria na correria do dia a dia, pelas risadas que aliviaram os momentos difíceis, pelo altruísmo de sempre e por ter me dado aquele bolo de cenoura que iniciou nossa amizade.

Agradeço a todos os amigos que fiz durante esta trajetória, em especial ao Jefferson, Daminiqi, Léo e Blenda. Vocês foram essenciais para tornar isso possível. Desejo todo sucesso do mundo à cada um de vocês!

Agradeço ao corpo docente do curso de Administração da UFRJ, por todos os ensinamentos e esforços, que mesmo em condições adversas, encontravam uma forma de passar seus conhecimentos e experiências.

Agradeço, principalmente, ao meu orientador, Carlos Navarro, pela paciência, compreensão e cuidado comigo durante esta pesquisa, e por me dar autonomia durante a execução da mesma, confiando no meu potencial.

Por fim, agradeço ao Daniel, meu amor que me acompanhou durante estes quatro anos de graduação. Obrigada por nunca deixar que faltasse amor, paciência e compreensão entre nós e por fazer parte da minha vida.

RESUMO

A pandemia do Coronavírus teve como uma de suas principais consequências a instabilidade econômica, fazendo com que a taxa de desemprego no Rio de Janeiro alcançasse o patamar de 14,5%, uma das maiores da história. Diante do desemprego, muitos recorreram ao micro empreendedorismo, mesmo sem experiência ou conhecimento em como gerir um negócio, tendo sua residência como local de produção. Visto que muitos não possuem conhecimentos de finanças ou ferramentas para gestão de negócios, existe a maior possibilidade de que incorram em heurísticas ou vieses para tomar decisões gerenciais. O presente artigo busca identificar a presença de quatro vieses cognitivos no perfil destes microempreendedores: Aversão à Perda, Falácia do Planejamento, Viés do Otimismo e Excesso de Confiança. Após aplicação de questionário e participação de 60 pessoas, foram identificados a forte influência do viés da Aversão À Perda no perfil dos participantes, enquanto o Excesso de Confiança e o Viés do Otimismo demonstraram presença acima da média da população geral. Quanto à Falácia do Planejamento, este se mostrou presente apenas em pequena parte da amostra, sendo o viés que menos influencia negativamente às decisões gerenciais. Além disso, esse artigo poderá servir como consulta para futuros microempreendedores e contribuir com a literatura nacional de economia comportamental.

Palavras-Chave: Vieses Cognitivos, Finanças Comportamentais, Microempreendedorismo, Processo Decisório.

ABSTRACT

One of the main consequences of the Coronavirus pandemic was the economic instability, leading the unemployment rate to reach the level of 14.5% in Rio de Janeiro, one of the highest in history. Faced with unemployment, many resorted to entrepreneurship, even without experience or knowledge of how to run a business, having their home as the main place of production. Since many lack knowledge of finances or business management techniques, there is a considerable possibility that they will incur in heuristics or biases to make management decisions. This article seeks to identify the presence of four cognitive biases in the profile of these small business owners: Loss Aversion, Planning Fallacy, Optimism Bias and Overconfidence. After the application of a questionnaire to 60 people, a strong influence of the Loss Aversion bias in the profile of the participants was identified, while the Overconfidence and Optimism Bias are more present in the participants of this research than the average of the general population. As for the Planning Fallacy, it was present only in a small part of the sample, being the bias that has the least negative influence on managerial decisions. Besides that, this article serves as a reference material for future entrepreneurs and contribute to the Brazilian literature on behavioral economics.

Key Words: Cognitive Biases, Behavioral Finance, Entrepreneurship, Decision Making.

SUMÁRIO

1. PROBLEMA DE PESQUISA	12
1.1 Introdução	12
1.2 Suposição	13
1.3 Objetivos do estudo	13
1.3.1 Objetivo Geral	13
1.3.2 Objetivos Específicos	14
1.4 Delimitação do estudo	14
1.5 Relevância do estudo	14
2. METODOLOGIA	16
2.1 Tipo de Pesquisa	16
2.1.1. Quanto aos fins	16
2.1.2. Quanto aos meios	16
2.2 Universo e Amostra	16
2.3 Coleta de Dados	17
2.4 Tratamento dos Dados	18
2.5 Limitações da Metodologia	20
3. REFERENCIAL TEÓRICO	21
3.1 Crise Econômica x Covid-19	21
3.2 Microempreendedores no Brasil	23
3.3 Tomada de Decisão	24
3.4 Decisões Racionais e Não-Racionais	25
3.4.1 Excesso de Confiança	26
3.4.2 Aversão à Perda	27
3.4.3 Falácia do Planejamento	28
3.4.4 Viés do Otimismo	29
4. METODOLOGIA DE PESQUISA DE CAMPO	31
4.1 Características da Amostra	31
4.2 Viés da Aversão à Perda	34
4.3 Viés da Falácia do Planejamento	38
4.4 Viés do Otimismo	38
4.5 Viés do Excesso de Confiança	40

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS	42
6. CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

MEI - Microempreendedor Individual

TOV-R – Teste de Orientação da Vida Revisado

TUE – Teoria da Utilidade Esperada

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – VIÉS DO OTIMISMO: VALORES POR AFIRMATIVA_____	20
QUADRO 2 – EXCESSO DE CONFIANÇA: PONTOS POR NÚMERO DE ACERTOS_____	20
QUADRO 3 – EXCESSO DE CONFIANÇA: PONTOS POR NÍVEL DE CONFIANÇA_____	21
QUADRO 4 – DADOS DEMOGRÁFICOS_____	32
QUADRO 5 – AVERSÃO À PERDA: RESPOSTAS DA PERGUNTA 1_____	35
QUADRO 6 – AVERSÃO À PERDA: PREFERÊNCIA DOS PARTICIPANTES NAS OPÇÕES A OU B_____	36
QUADRO 7 – VIÉS DO OTIMISMO: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS_____	41
QUADRO 8 – VIÉS DO EXCESSO DE CONFIANÇA: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS_____	42

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – GÊNERO DOS PARTICIPANTES (%)	32
FIGURA 2 – FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES (%)	32
FIGURA 3 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE: ENSINO MÉDIO COMPLETO POR PARTICIPANTE (%)	33
FIGURA 4 – TIPO DE EMPREENHIMENTO POR PARTICIPANTE (%)	33
FIGURA 5 – JOGO DE CARA OU COROA: RESULTADOS (%)	34
FIGURA 6 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 1 (%)	35
FIGURA 7 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 2 (%)	36
FIGURA 8 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 3 (%)	37
FIGURA 9 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 4 (%)	37
FIGURA 10 – FALÁCIA DO PLANEJAMENTO: RESULTADOS (%)	38
FIGURA 11 – VIÉS DO OTIMISMO: RESULTADOS (%)	39
FIGURA 12 – VIÉS DO EXCESSO DE CONFIANÇA: RESULTADOS (%)	41

1. PROBLEMA DE PESQUISA

1.1. Introdução

Ainda recuperando-se de uma das piores recessões da história, o Brasil foi atingido por uma nova crise econômica no início de 2020 por conta da pandemia do Sars-Cov-2. A pandemia, que impactou financeiramente a maioria dos países no mundo, trouxe consequências maiores do que as crises de 1929 e 2008 juntas, batendo recorde de desemprego no Ocidente e dizimando setores inteiros da Indústria (COUTINHO, 2020).

Com um cenário de desemprego em massa e a diminuição da renda das famílias, muitos brasileiros passam a investir em micro negócios próprios. Alguns para complementar a renda e outros por necessidade de sobrevivência (NERI; FONTES, 2010).

Na crise da corona vírus não foi diferente, a taxa de desemprego chegou a 14,5% durante no município do Rio de Janeiro, passando de 915 mil desempregados no final de 2019 para 969 mil em maio de 2020 (IBGE, 2020). Assim, pessoas que nunca tiveram um negócio próprio não viram outra alternativa diante do desestímulo do mercado de trabalho e das projeções negativas para o futuro, se não tentar obter uma renda gerindo seu próprio negócio.

O número de pessoas registradas como MEI (Microempreendedor Individual) aumentou em 327 mil durante as primeiras 15 semanas de pandemia da corona vírus no Brasil, sendo mais de 26 mil somente no município do Rio de Janeiro (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2020). Diante da inevitabilidade da quarentena, os microempreendimentos passaram a funcionar, em grande maioria, nas próprias casas dos cidadãos, com a venda de marmitas, doces caseiros, máscaras de rosto e outros.

Neste novo cenário, cada decisão tomada afeta diretamente a renda das pessoas, e assim como nas empresas, qualquer pessoa corre o risco de tomar decisões influenciado por emoções e erros cognitivos (CANTO; TRETER; CAVALLI, 2017). A chance desse erro se agrava, inclusive, quando os empreendedores não planejam seus negócios e possuem conhecimentos rasos de gestão financeira, desconhecendo de recursos contábeis para registrar lucros e perdas que facilitariam uma tomada de decisão mais racional (RIBAS; FRANCO; ANDRADE, 2013). Assim, muitos correm mais riscos de cometer erros ao recorrer à intuição e sentimentos, mesmo que a influência destes estejam longe de sua percepção.

Estes erros, também chamados de vieses cognitivos, são o resultado de um julgamento baseado em heurísticas, atalhos mentais que poupam o tempo do tomador de decisão (BAZERMAN; MOORE, 2009). A partir da percepção da existência de inúmeros vieses que cercam as tomadas de decisões, como o excesso de confiança, a ancoragem, otimismo, representatividade e outros (NUNES; FLORES; SILVA, 2018), entende-se que estes podem gerar diferentes efeitos no contexto de um empreendimento.

No caso de empreendedores que estão criando seus primeiros negócios durante a pandemia, com a urgência de recuperar a renda, há uma grande quantidade de escolhas que se faz para iniciar e manter o negócio, sem tempo para ponderar, definir critérios e chegar à opção mais racional; assim, muitos podem fazer uso de crenças, padrões de experiências passadas ou a própria intuição para tomar as decisões. Portando a pergunta que norteia esta pesquisa é: **os vieses cognitivos estão presentes no perfil dos microempreendedores surgidos durante a pandemia do Corona vírus?**

1.2. Suposição

Considerando o universo de pessoas sem experiência prévia de gestão de negócios, supõe-se que a influência dos vieses cognitivos no perfil dos empreendedores e, conseqüentemente, nas suas tomadas de decisão, seja significativa, e presentes na maioria dos perfis analisados. Dentre os quatro vieses propostos a serem estudados: aversão à perda, falácia do planejamento, excesso de confiança e viés do otimismo, espera-se que o excesso de confiança seja o mais presente, visto que um dos mais presentes na sociedade em geral. Porém, supõe-se que os vieses não estarão presentes em maior proporção na amostra estudada do que na população em geral estudada por outros autores.

1.3. Objetivos do Estudo

A seguir serão apresentados o objetivo geral deste estudo, assim como os objetivos específicos que a pesquisa pretende esclarecer.

1.3.1. Objetivo Geral

Analisar a presença dos principais vieses cognitivos presentes no perfil de microempreendedores durante a pandemia do Corona vírus e sua possível influência na gestão do negócio.

1.3.2. Objetivos Específicos

- i. Identificar se há presença dos vieses cognitivos: excesso de confiança, otimismo, falácia do planejamento e aversão à perda, no perfil dos tomadores de decisão dos empreendimentos criados durante a pandemia do Corona Vírus.
- ii. Diagnosticar o grau de influência do excesso de confiança, aversão a perda, viés do otimismo e falácia do planejamento no perfil dos tomadores de decisão.
- iii. Argumentar a possível influência de cada viés identificado de acordo com análise da literatura.

1.4. Delimitação do Estudo

Esta pesquisa se propõe a estudar o perfil de empreendedores, à luz dos estudos dos vieses comportamentais, durante o período de pandemia, a partir do momento em que ela foi declarada pela OMS, em 12 de março de 2020, até o momento final da pesquisa. Portanto, trata-se de um estudo de corte transversal, visto que pretende analisar uma população durante determinado período de tempo sem intervir no funcionamento da mesma. Outra delimitação consiste em estudar somente aquelas pessoas que recorreram à venda de negócios caseiros por necessidade de suprir ou complementar a renda, e não inclui aqueles que simplesmente identificaram na pandemia uma oportunidade inovadora de negócio lucrativo.

1.5. Relevância do Estudo

De acordo com Feitosa, Rogers e Rogers (2014), os estudos na área de processo decisório só tomaram espaço a partir do século XX, sendo ainda majoritariamente baseados em questões vivenciadas por estudantes universitários e pouco abrangente para outros ambientes. Porém estes estudos vêm se intensificando e aprimorando (BARRETO JUNIOR, 2007), e, portanto, torna-se relevante abordar práticas de tomadas de decisão de investimentos em diferentes ambientes que não recaiam somente aos alunos de graduação. Visto o escasso número de estudos acerca do comportamento dos gestores de negócios caseiros, especialmente durante um cenário único, o diferencial deste estudo está em propor a análise do processo de tomada de decisão de micro empreendimentos surgidos durante a pandemia do Corona Vírus.

Com o recente momento de instabilidade econômica que a pandemia trouxe, e com este o crescente número de pessoas investindo em negócios caseiros, o acesso à esta pesquisa serve como fonte de conhecimento para atuais e futuros gestores de micro empreendimentos, sendo uma fonte onde possam reconhecer e desenvolver uma visão crítica acerca dos vieses e comportamentos comuns presentes nas tomadas de decisão, obtendo assim mais embasamento para antecipar comportamentos cognitivos, proteger o seu negócio e diminuir a margem de erro.

2. METODOLOGIA

2.1. Tipo de Pesquisa

Foi adotada uma abordagem com enfoque quantitativo, visto que esse método tem por característica o estudo de fenômenos visíveis ou concretos (MINAYO, 2003). Utilizou-se a técnica *survey*, através de um questionário, que consiste em requisitar informações de uma amostra significativa acerca da questão a ser investigada (GIL, 2008). Quanto à classificação do tipo de pesquisa, esta baseia-se na taxionomia proposta por Vergara (1991), onde a destrincha em duas vertentes: quanto aos fins e quanto aos meios.

2.1.1. Quanto aos fins

Quanto aos fins, trata-se de uma pesquisa descritiva. É descritiva, pois, conforme Freitas et al., (2000), uma pesquisa descritiva estuda e descreve características de uma população, e esta visa descrever e analisar os vieses cognitivos identificados e como eles influenciam as decisões dos gestores, sem interferência do autor da pesquisa.

2.1.2. Quanto aos meios

Quanto aos meios, este estudo faz uso de conhecimentos científicos encontrados em publicações de fácil acesso como livros, artigos científicos revisados por pares, matérias eletrônicas e dissertações, configurando uma investigação bibliográfica. Trata-se também de uma pesquisa de campo, visto que conduz uma investigação empírica. De acordo com Rodrigues (2007), a pesquisa de campo propõe que se investigue os fatos como eles são, sem interferência e controle das variáveis estudadas, cabe-se apenas analisar o que foi identificado e relacionar com o estudo.

2.2. Universo e Amostra

Escolheu-se utilizar uma amostragem por conveniência, onde a população amostral foi escolhida pela facilidade de acesso (FREITAS, et al., 2000). A amostra é composta pelo seguinte perfil: pessoas que decidiram investir em um negócio próprio, tendo sua própria residência como local de produção, como forma de suprir uma renda perdida ou de complementá-la, no período de março de 2020 até o final da quarentena. A pesquisa se limita ao estado do Rio de Janeiro. O questionário obteve 67 respostas, dentre as quais 60 se encaixam no perfil acima e se consideram o principal tomador de decisões dentro do

empreendimento. As demais 7 respostas foram descartadas por um dos seguintes motivos: o micro empreendimento não funcionava no Rio de Janeiro ou não era o primeiro empreendimento gerido pela pessoa.

2.3. Coleta de Dados

Foi aplicado um questionário fechado e estruturado, conforme o Apêndice I consistido em um total de 28 questões, divididas em seis partes: Critérios para participação, Dados demográficos, Aversão à perda, Falácia do Planejamento, Viés do Otimismo e Excesso de Confiança.

A primeira sessão conta com 3 perguntas sobre com o propósito de confirmar que o respondente se configura como público alvo da pesquisa, confirmando se atua no Rio de Janeiro, se é seu primeiro negócio próprio e o tipo do negócio; a segunda sessão contém 3 questões para obter os dados demográficos: gênero, faixa etária e se possui ensino médio completo.

A terceira sessão visa avaliar o viés da aversão à perda foi baseada nos estudos de Kahneman e Tversky (1979), contendo 5 perguntas onde o participante deve escolher entre duas opções aquela que ele prefere, envolvendo probabilidades de ganhos e perdas. A quarta sessão avalia a falácia do planejamento através de uma única pergunta, conforme sugerido nos estudos de Klein (2007).

Na quinta sessão, há 6 afirmações onde o respondente diz seu grau de concordância com cada uma, buscando identificar se há o viés do otimismo, conforme a metodologia adotada pelo Teste de Orientação da Vida (TOV-R) validado por Bandeira *et al.* (2012), onde as três primeiras afirmações são otimistas em relação à vida e as três últimas são pessimistas.

A última sessão busca avaliar o viés do excesso de confiança, dispondo de 5 questões, sendo perguntas de conhecimentos gerais com apenas duas opções de resposta. Após escolher a resposta de cada pergunta, o participante deve marcar o seu nível de confiança na resposta anterior, entre 50% a 100% de confiança, sendo 50% considerado uma suposição e 100% uma certeza, assim totalizando 10 questões na sessão.

O questionário foi baseado em questionários já existentes, utilizados em demais estudos sobre vieses cognitivos, e foi preenchido através da plataforma online Google Forms, e o link para o seu preenchimento foi enviado para os respondentes individualmente por meio

do e-mail, Instagram, Facebook ou WhatsApp. No início do questionário foi explicado aos respondentes o objetivo e a justificativa da pesquisa, assim como o compromisso com o sigilo das respostas enviadas.

2.4. Tratamento dos Dados

Em função do método quantitativo de análise desta pesquisa e de acordo com os objetivos estabelecidos, os dados obtidos serão tratados por meio de estatísticas descritivas para identificar quais tipos de vieses cognitivos estão mais, ou menos, presentes no comportamento dos empreendedores. Estes resultados serão cruzados com dados analisados na literatura para avaliar a influência dos vieses nos negócios.

O viés da aversão à perda foi avaliado através do cálculo das porcentagens referentes à cada opção de resposta, analisadas conforme proposto Kahneman e Tversky (1979) e comparando com os resultados alcançados por eles. Para avaliar se há a presença da falácia do planejamento ou não, o valor dos dados foi verificado matematicamente e analisado de acordo com o pré-mortem proposto por Klein (2007), porém de forma individual e não coletiva conforme feito em seu estudo. Conforme Klein (2007), para identificar o viés da falácia do planejamento, deve-se perguntar se o respondente consegue identificar possíveis fraquezas que levariam a empresa a insucessos, no planejamento de longo prazo. Uma resposta negativa significa que há a presença do viés, pois neste caso a pessoa deixou de levar em considerações fatores que poderiam interferir no sucesso do negócio, a longo prazo; enquanto uma resposta positiva nega a presença da falácia do planejamento (KLEIN, 2007).

O viés do otimismo foi avaliado através de uma adaptação do Teste de Orientação da Vida Revisado (TOV-R), a versão brasileira do Teste de Orientação da Vida (TOV), estudada por Bandeira et al. (2002). De acordo com Bandeira et al. (2002), o TOV-R visa medir se o indivíduo é mais ou menos otimista em relação à vida, a partir da verificação das perspectivas em relação ao futuro. Para cada uma das 6 afirmativas, haviam 3 opções de resposta: [Concordo], [Não Concordo, Nem Discordo] e [Discordo]. Para cada afirmativa marcada, soma-se o valor numérico referente a cada um, com gradações de 0 a 4.

Visto que as três primeiras afirmativas são consideradas otimistas em relação à vida, a contagem segue o padrão [Concordo = 4], [Não Concordo, Nem Discordo = 2] e [Discordo = 0]. Nas 3 últimas afirmativas, por serem consideradas negativas e, portanto,

indicarem uma perspectiva menos otimista à vida, para calcular as estatísticas a pontuação deve ser invertida, sendo considerados: [Concordo = 0], [Não Concordo, Nem Discordo = 2] e [Discordo = 4], conforme no Quadro 1 abaixo.

QUADRO 1 – VIÉS DO OTIMISMO: VALORES POR AFIRMATIVA

Afirmção:	Discordo	Não Concordo, Nem Discordo	Concordo
1. Eu sou otimista em relação ao meu futuro	0	2	4
2. De maneira geral, eu espero que me aconteçam mais coisas boas do que ruins	0	2	4
3. Nos momentos de incerteza, geralmente eu espero que aconteça o melhor	0	2	4
4. Raramente eu espero que coisas boas aconteçam como eu desejaria	4	2	0
5. Quase nunca eu espero que as coisas funcionem como eu desejaria	4	2	0
6. Se algo coisa ruim pode acontecer comigo, vai acontecer	4	2	0

Fonte: Próprio autor.

Para verificar o viés do excesso de confiança, foi calculado o Índice de Acertos (IA), representado pela soma do número de pontos de cada acerto, onde cada acerto vale 2 pontos, conforme o Quadro 2, totalizando assim um máximo de 10 pontos, visto que o questionário possui 5 questões. Portanto, aquele que acertar 3 questões de 5, terá um índice de acerto igual a seis (IA = 6).

QUADRO 2 – EXCESSO DE CONFIANÇA: PONTOS POR NÚMERO DE ACERTOS

Pontos por Número de Acertos	
0 Acertos	0
1 Acerto	2
2 Acertos	4
3 Acertos	6
4 Acertos	8
5 Acertos	10

Fonte: Próprio autor.

Após responder cada questão, o participante informou seu nível de confiança referente ao acerto, classificados em sete níveis: [50%], [60%], [70%], [80%], [90%] e [100%]. Os níveis foram convertidos em valores números pré-determinados conforme o Quadro 3. A média dos pontos obtidos durante as cinco perguntas é chamado de Média de Confiança, representado pela sigla NC, e representa o nível de confiança geral nas 5 questões.

QUADRO 3 – EXCESSO DE CONFIANÇA: PONTOS POR NÍVEL DE CONFIANÇA

Pontos por Nível de Confiança%	
50% (Suposição)	5,5
60%	6,45
70%	7,45
80%	8,45
90%	9,45
100% (Certeza)	10

Fonte: Próprio autor.

Conforme afirmam Gigerenzer, Hoffrage e Kleinbölting (1991), o excesso de confiança está presente quando o NC é maior que o IA. Portanto, se o indivíduo apresentou um IA = 6 e um NC = 7,45, a diferença de 1,45 entre os valores diagnostica a presença de excesso de confiança, ou seja 14,5% de confiança a mais do que a realidade apresenta. Caso NC seja menor do que o IA, não há excesso de confiança.

2.5. Limitação do Método

O método proposto apresenta certas limitações. O questionário pode ser considerado extenso, pois leva entre 5 minutos e 10 minutos a ser preenchido, podendo causar desistência de alguns respondentes no meio do questionário ou perda na qualidade das respostas. Outra limitação inclui a falta de acesso aos meios de responder a pesquisa, visto que muitos microempreendedores são pessoas de baixa renda com escasso acesso à meios eletrônicos e falta de familiarização com questionários e formulários, sendo alguns, inclusive, semianalfabetos ou com escolaridade baixa e sem possibilidades de responder certas perguntas sobre conhecimentos gerais que buscam identificar características comportamentais, assim diminuindo a abrangência da amostra alcançada.

A última limitação a ser mencionada, se deve ao fato de que o Viés do Planejamento foi avaliado através de apenas uma pergunta no questionário, suficiente para indicar a presença do viés mas não confirma-la. Para isso, seria necessário um questionário mais extenso. O fato de a pandemia ser um assunto recente e da dissertação ser escrita durante este período também se configura como uma limitação, visto que a literatura sobre o empreendedorismo neste recente cenário é quase escassa.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O levantamento bibliográfico foi feito através de pesquisas no Portal Capes e nos sistemas Scielo e Spell, com as palavras e termos chave “microempreendedorismo”, “tomada de decisão”, “processo decisório”, “vieses cognitivos”, dentre outros. A busca foi feita priorizando as produções publicadas nos últimos seis anos, porém, devido ao tema de processo decisório, optou-se por apresentar também alguns conceitos encontrados em clássicos originais, que surgiram na segunda metade do século XX.

3.1. O Corona Vírus e a Crise Econômica

Em toda a história, as sociedades lidaram com diversas crises que abalaram seu sistema econômico, algumas por conta de guerras, e outras, de caráter sanitário e de saúde pública (SILVA; SILVA, 2020), e estas impulsionam a alteração da forma de organização da sociedade no longo prazo. Em um mundo globalizado e interconectado como o atual, a epidemia da Covid-19, vírus mortal identificado pela primeira vez na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019, em poucos meses se espalhou por todo o globo, atingindo 150 países. No Brasil, o primeiro caso foi registrado em fevereiro de 2020 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020), e a partir de então, se agravou causando milhares de mortes e trazendo muitas incertezas e impactos negativos tanto na esfera da saúde, social quanto na econômica.

Diferente de outras grandes crises mundiais, onde fatores econômicos levaram à diminuição da produção das empresas, como a crise de 2008 e a crise de dívida da América Latina na década de 1980, a crise econômica do Corona Vírus se inicia com a desaceleração da produção, e dela se espera consequências ainda maiores (World Bank, 2020).

Antes mesmo da confirmação do vírus em território nacional, já ocorria o agravamento do vírus na China e seu surgimento em países europeus, alguns dos principais parceiros comerciais do Brasil, e este cenário de incerteza mundial rapidamente impactou o fluxo de exportações e importações, os preços de alguns insumos, os investimentos e o consumo (SILVA; SILVA, 2020). Porém, até então não se esperava a chegada do vírus do Brasil de forma intensa e a economia seguiu funcionando com perspectivas positivas.

Porém, o Coronavírus chegou em um período de recuperação econômica, após o Brasil ter sido atingido por uma de suas maiores recessões econômicas, entre os anos de 2014 e 2017, que, mesmo com um alto número de desempregados ainda, estava demonstrando bons sinais de retomada do ritmo econômico. Entretanto, com a declaração do início do isolamento social no Brasil e a oficialização da pandemia mundial em março de 2020, a crise na saúde que se estabeleceu estaria inevitavelmente atrelada à uma crise econômica (GONÇALVEZ, p.113, 2020).

No decorrer da pandemia, com o intuito de conter a disseminação da doença, foram implantadas algumas medidas que influenciaram diretamente nas formas de trabalho, no número de empregos, na renda da população e no consumo, atingindo primeiramente os grandes centros urbanos. A circulação de pessoas reduziu drasticamente junto com o consumo, ao passo que centros comerciais, micro e pequenas empresas fecharam suas portas sob risco de multa e empresas correram para se adaptar rapidamente para introduzir o home office na rotina de milhões de brasileiros.

A incerteza em relação ao futuro, o baixo volume de vendas e a dificuldade de obter empréstimos se tornou insustentável para diversos empreendimentos, levando empresas à falência e atingindo uma taxa de 15% de desemprego nos quatro primeiros meses no estado do Rio de Janeiro (PNAD-IBGE, 2020).

Não só a demanda foi bruscamente afetada, mas também a oferta em alguns setores da economia, visto que para seguir as regras de isolamento social, alguns setores tiveram seus custos de insumos aumentado, pararam de operar ou tiveram queda de produtividade ao modificarem as formas de trabalho (MELLO, *et al.*, 2020). Além disso, à medida que uma crise sanitária de tamanho potencial avança, ocorre o aumento dos gastos com o sistema de saúde e tecnologia de pesquisa, de afastamentos do trabalho e das mortes que pode vir a faturar o sistema funerário, permite analisar a conexão entre crise econômica e crise na saúde (GONÇALVES, 2020).

A redução da atividade econômica, o aumento do desemprego e da pobreza, ao considerar uma sociedade com tamanha desigualdade social e com forte presença da informalidade como a brasileira torna difícil medir o tamanho da gravidade e do impacto econômico desta crise, e todos estes fatores abordados levam economistas a esperar que o impacto seja de longo prazo, levando o Brasil à uma recessão profunda e diferente das outras (MELLO, *et al.*, 2020).

3.2. Microempreendedorismo no Brasil

A palavra “empreendedorismo” é uma adaptação palavra inglesa “*entrepreneur*” para o português, que tem origem na palavra francesa “*entreprendre*”. O termo trata-se de uma junção de duas palavras em latim: *inter* (*entre*), que significa reciprocidade, e *prehendere* (*preneur*), que significa comprador (DEGEN, 2009). Portanto o empreendedor é aquele que assume um papel de intermediário, aquele que dita o caminho que leva o produto ao comprador.

No Brasil, a presença do empreendedorismo é significativa. De acordo com a pesquisa anual da GEM (2019), o país apresenta a 4ª maior Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) do mundo e a maior entre os BRICS, totalizando um TTE de 38,7%, sendo que 23,3% estão na fase inicial do empreendedorismo (até 3,5 anos). Demograficamente, a maioria consiste em mulheres e negros entre 34 e 55 anos, grupos que mais sofrem com o desemprego estrutural, e 90% do total afirma empreender por necessidade de sobrevivência (GEM, 2019).

Isto contraria a antiga crença de que o empreendedorismo é gerado em grande parte pela oportunidade, onde o indivíduo possui um desejo por inovar e transformar a sociedade. Na verdade, as transformações sociais e econômicas são as que modificam as formas de trabalho e fazem com que muitos recorram ao empreendedorismo através do trabalho autônomo (AGAPITO; IRIGOYEN, 2017).

Para Bertonecello e Teixeira (2020), quando o empreendedorismo é debatido no Brasil, geralmente a discussão é pautada no estímulo à criatividade e no potencial de geração de renda da atividade, porém sua existência e sobrevivência estão ligadas à diversos fatores, dentre eles, a crise econômica. De acordo com Vale, Corrêa e Reis, no mundo atual, a crescente dificuldade de se inserir de maneira adequada no mercado de trabalho formal, leva ao crescimento de um empreendedorismo movido pela necessidade, e não pela oportunidade.

Em 2020 isto se tornou evidente. Com o avanço da crise do Coronavírus e a alta taxa de desemprego, muitos recorrem ao empreendedorismo como alternativa de renda. A GEM (2019) estima que a taxa de empreendedorismo inicial, ou seja, empreendimentos de até 3,5 anos, chegará a 25,0% em 2020 no Brasil, uma projeção que indica o alcance de um recorde histórico.

Trabalhar por conta própria, tendo sua própria residência como local de trabalho apresentam algumas desvantagens. Existem muitos riscos ao entrar em um novo negócio, principalmente sem conhecimento prévio. Além da imprevisibilidade da renda ao final do mês pelo fato de não existir um piso salarial como no trabalho formal, e de estarem vulneráveis à sazonalidade, o indivíduo não tem direito a seguridade social e se o seu negócio falir, ele pode se endividar (NERI; FONTES, 2010).

Uma opção criada pelo governo em 2008 para evitar algumas desvantagens do trabalho formal, foi a possibilidade de o indivíduo registrar-se como MEI (Microempreendedor Individual), assim tendo direito ao auxílio maternidade, auxílio por acidente de trabalho e aposentadoria (FARIAS, *et al.*, 2015).

3.3. Tomada de Decisão

Decisões são tomadas a todo momento e nem sempre são o resultado da racionalidade, porém seu objetivo final está atrelado à necessidade de atingir um objetivo, suprir uma vontade ou alcançar uma mudança (CRUZ; BARRETO; FONTANILLAS, 2014). Nas empresas, o administrador é aquele que toma decisões a fim de atingir alguma meta ou objetivo, que pode ser desde algo trivial até uma expansão de mercado, uma mudança de estratégia ou um lançamento de novo produto, e Machline (1977) afirma que essa atividade é bastante complexa, pois pode ser fruto tanto de uma análise longa quanto de um impulso ou uma imposição.

Como o processo de decisão é feito por pessoas, elas estão sujeitas à sua cultura, crenças pessoais, experiências passadas, vontades e percepções. Para Machline (1977) o processo de decisão está submetido aos nossos valores, como por exemplo a aspiração ao lucro, aversão ao risco e a realização do potencial criativo, porém cada empresa e cada indivíduo possui um diferente perfil de valores e ao mesmo problema podem ser apresentadas diversas linhas de ação para resolvê-lo.

A maioria das pequenas decisões tomadas diariamente podem não ser tão relevantes individualmente, mas o conjunto delas afeta diretamente o futuro da organização, principalmente ao englobar questões estratégicas como por exemplo a qualidade do produto, relacionamento com o cliente, redução de custos, ambiente de trabalho ou

qualquer outro fator que altere a produtividade e o faturamento, (MACHLINE, 1977).

Paralelamente, o autor Kazmier (1975) afirma que:

A habilidade em tomar decisões é a chave para o planejamento bem-sucedido em todos os níveis da gestão. Isto envolve mais que uma simples seleção de planos de ação que assume pelo menos três fases: diagnóstico, descobertas de alternativas e análises.

Para o autor, a primeira etapa da tomada de decisão inclui a descoberta de um problema a ser resolvido, depois faz-se o levantamento de informações e possíveis soluções para este problema, e somente depois, uma análise comparativa entre as opções para chegar na decisão ótima.

Contudo, a maioria das decisões humanas é contemplada por fatores não racionais; mesmo se o administrador em questão estiver comprometido a tomar uma decisão puramente lógica e racional, estes fatores podem influenciar a decisão final (CRUZ; BARRETO; FONTANILLAS, 2014).

3.4. Decisões Racionais e Não-Racionais

Os seres humanos se diferenciam dos animais por serem seres racionais, porém historicamente, a humanidade nem sempre teve seu o processo de tomada de decisão pautado na lógica e na racionalidade, muitas vezes e até hoje em dia, ela é resultado da aposta, especulação, confiança em deuses, oráculos, vontades humanas e divinas, e outras vezes, pautado na lógica, na estratégia e na organização racional das ideias (CRUZ; BARRETO; FONTANILLAS, 2014).

De acordo com Bazerman e Moore (2009), para um processo decisório ser considerado racional, entende-se que ele passa por seis etapas: definição do problema, identificação de critérios relevantes, distribuição do peso de cada critério, geração de alternativas, ranqueamento de cada uma e a escolha da alternativa ótima. Para Cruz, Barreto e Fontanillas (2014), uma decisão racional segue o pressuposto da racionalidade quanto aos fins, e por isso, consiste na escolha do melhor caminho para alcançar o objetivo; sendo um processo que se dá por quatro etapas: identificação de um problema, estabelecimento de alternativas, avaliação das consequências de cada uma, e por fim, a escolha da melhor.

Contudo, não é possível afirmar que as pessoas, até mesmo nas organizações tomem decisões dessa forma, seguindo diferentes etapas e um processo racional e lógico. De

acordo com Stanovich e West (2000) isto pode ser interpretado como uma irracionalidade sistemática no cognitivo humano, e por isso afirmam a existência de dois sistemas cognitivos: o Sistema 1, que está ligado ao lado intuitivo do cognitivo, e normalmente responde de forma rápida, emocional e sem esforços; e o Sistema 2 que se refere à um processo mais lento, lógico e que exige algum esforço.

O sistema 1 é o mais utilizado, inclusive quando se trata de decisões dentro de uma empresa, onde espera-se que as decisões sejam tomadas pelo Sistema 2. De acordo com Bazerman e Moore (2009), o motivo pelo qual as pessoas recorrem a este sistema é a falta de acesso à informação suficiente para tomar uma decisão, muitas vezes satisfazendo-se com uma alternativa meramente aceitável e não necessariamente a mais lógica e ideal, visto que não foi possível analisar todas as variáveis e possibilidades.

Para suprir a falta de informação e chegar a uma decisão é comum tomar “atalhos mentais”, chamados de heurísticas. As heurísticas são um conjunto de estratégias simplificadas, que atuam quase como “regras padronizadas” da mente, um mecanismo do cognitivo para lidar com as situações complexas que envolvem a tomada de decisão. (BAZERMAN; MOORE, 2009). De acordo com Kahneman (2003), as heurísticas são princípios que reduzem a complexidade das tarefas de calcular probabilidades e prever valores para tomar uma decisão.

O uso das heurísticas e do Sistema 1 pode ser facilitador em muitos casos, principalmente em decisões pouco relevantes, mas também incorre em vários erros, que de acordo com Kahneman (2003) são fruto de julgamentos intuitivos, chamados de vieses cognitivos ou vieses sistemáticos. Para Stanovich e West (2000), vieses são desvios cognitivos sistemáticos da racionalização, a fonte dos erros na tomada de decisão.

Existem diferentes tipos de vieses cognitivos que afetam os grandes e pequenos negócios todos os dias, e neste estudo abordaremos quatro deles: o excesso de confiança, a aversão ao risco, a falácia do planejamento e o viés do otimismo.

3.4.1. Excesso de Confiança

O viés do excesso de confiança, ou também chamado de excesso de precisão, é considerado um viés de julgamento comum e que se apresenta em variadas situações. O excesso de confiança é um fenômeno que induz as pessoas a confiarem excessivamente

em suas próprias crenças, opiniões e conhecimentos, encarando-as como suficientes para a tomada de decisão (NUNES; FLORES; SILVA, 2018).

Sentir-se confiante nos seus conhecimentos e habilidades é um fator importante para alcançar objetivos e gerar confiança no próximo, mas o excesso da mesma pode se tornar uma barreira, gerando até mesmo um efeito de cegueira no processo de tomada de decisão. Para Bazerman e Moore (2009), os indivíduos são tão confiantes na precisão das suas opiniões que não percebem a tamanha incerteza da própria realidade; eles acreditam que sabem tomar decisões melhores e que têm um controle maior sobre a situação do que de fato têm.

Considerando o fato de que a maioria dos indivíduos se vê como mais inteligente, ou habilidoso do que a maioria dos outros, este viés tem por característica maximizar a contribuição individual para a tomada de decisão, porém, após a decisão ser tomada, suas consequências são frequentemente atreladas à fatores externos (NUNES; FLORES; SILVA, 2018). Ao sentir confiança em uma crença ou em uma resposta correta, muitas vezes baseando-se em experiências passadas, a mente dos indivíduos busca argumentos que apoiem sua opinião e não que contrariem, por isso não se permitem enxergar evidências contrárias a suas opiniões ou alternativas diferentes (BAZERMAN; MOORE, 2009).

3.4.2. Aversão à Perda

A aversão à perda é um dos vieses mais trabalhados pelos estudos de Finanças Comportamentais, e muitas vezes abordado junto com o conceito do viés de aversão ao risco por convergirem em alguns pontos, mas não devem ser confundidos. Diferente da aversão ao risco, o viés da aversão à perda sustenta a ideia de que ganhos e perdas são absorvidos de formas diferentes, porém a dor de perder um valor é maior do que o prazer que se tem ao ganhar um valor semelhante (NUNES; FLORES; SILVA, 2018).

Os autores Kahneman e Tversky (1991) contrariam a Teoria da Utilidade Esperada (TUE), que entende que a pessoa por trás da decisão financeira é um ser racional e lógico. Eles identificaram em seus estudos que ganhos e perdas não são interpretados de forma proporcional por todos e sim que podem ser interpretados de maneiras diversas. Os autores identificaram através de uma evidência experimental que a maioria dos indivíduos

rejeita uma aposta quando há a mesma chance de ganhar e perder, exceto quando o ganho possível é, no mínimo, duas vezes maior do que a possível perda, concluindo que as perdas pesam mais do que os ganhos correspondentes.

O efeito certeza, abordado na Teoria dos Prospectos desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979), é o que explica o viés da aversão à perda, onde a certeza de um ganho é vista como mais vantajosa do que a incerteza na possibilidade de obter um ganho ainda maior.

A aversão à perda também afeta negociações, complicando-as e dificultando que se chegue a um acordo final quando o indivíduo vê os atributos da coisa negociada como uma perda e não como um ganho. Para aquele que está “vendendo” normalmente durante a negociação sente-se um peso na perda, e para aquele que está “comprando” há ênfase no ganho (KAHNEMAN; TVERSKY, 1991).

3.4.3. Falácia do Planejamento

O planejamento é uma das principais etapas para o sucesso de um empreendimento e exige bastante atenção e cuidado para reduzir a exposição ao risco. É um processo que envolve imaginação de cenários, cálculos, estatísticas e revisões constantes, pois a partir do momento que o planejamento negligencia certas informações que podem ser úteis, o resultado do projeto pode ser insatisfatório ou diferente do esperado.

A falácia do planejamento foi identificada por Kahneman (1979) em seus estudos acerca da psicologia humana no planejamento de negócios, onde este viés descreve o processo de planejamento através da visão interna do empreendedor sobre seu próprio negócio, sendo muitas vezes, uma visão irrealista e atrelada a estimativas otimistas. De acordo com Kahneman (1979), o viés pode estar atrelado a fatores motivacionais como desejos e só é notada depois que os planos fogem do esperado e ocorra algum tipo de penalização ou perda.

Este viés é composto por um conjunto de estimativas otimistas acerca de uma tarefa que vão na contramão do conhecimento de um lado mais pessimista da mesma tarefa (BUEHLER; GRIFFIN; PEETZ, 2010), ou seja, a falácia ocorre quando o indivíduo que planeja ignora ou negligência lições do passado nas quais ele poderia se apoiar para evitar repetir os mesmos erros. Este pensamento corrobora com o conceito elaborado por

Kahneman (1979), onde afirma que a falácia do planejamento pode ser consequência da tendência de negligenciar informação externa, visto que ao adotar uma visão interna que considere apenas as especificidades do plano em si não leva em conta os resultados de outros planos passados que serviriam como exemplo.

Portanto, a falácia do planejamento não afirma que os indivíduos são otimistas ao planejar e sim que mantém um otimismo mesmo em frente à evidência histórica que indique o contrário do que seus planos pretendem alcançar. O estudo desde viés é importante para providenciar noções acerca da influência de emoções como o medo, decepção, esperança e expectativa se combinam para prever o futuro (BUEHLER; GRIFFIN; PEETZ, 2010).

Uma forma de evitar que esta falácia ocorra ou de conscientizar os indivíduos sobre sua presença é perguntando a cada um individualmente se consegue identificar possíveis fatores que podem levar aquele plano ao insucesso. Caso a pessoa confirme e cite os fatores identificados, isto significa que sua mente buscou por experiências passadas para relacionar com a tarefa atual, diminuindo um possível risco de excesso de otimismo e confiança (KLEIN, 2007, p. 18-19). Se a pessoa negar ou não identificar fatores que podem levar ao insucesso, podemos confirmar a existência da falácia do planejamento.

3.4.4. Viés do Otimismo

O viés do otimismo se apresenta como uma tendência a ver e interpretar as situações em um aspecto mais favorável do que as evidências demonstram (PEÑA; GÓMEZ-MEJÍA, 2019). O otimismo está presente na personalidade da maioria da população, e os estudos da área de neurociência o define como a diferença entre a expectativa de alguém e a realidade que se seguirá a essa expectativa (PEÑA; GÓMEZ-MEJÍA, 2019).

A maioria da população possui expectativas positivas sobre seu futuro e seu sucesso, mesmo que vivenciem uma realidade que demonstra probabilidades que não corroboram com esse otimismo (SHAROT, 2011). Um estudo feito por Sharot (2011) pediu para que os participantes indicassem a probabilidade de terem uma doença grave como o câncer no futuro, os participantes indicaram 10% e mesmo após descobrirem que as chances eram na verdade de 30%, mantiveram suas crenças em um patamar mais baixo. Ou seja, mesmo obtendo evidências de que as chances de desenvolverem um câncer era

significativa, eles se demonstraram otimistas de que provavelmente não desenvolveriam a doença.

De acordo com Sharot (2011), isto ocorre porque as pessoas absorvem mais as informações positivas sobre o futuro do que negativas, o que leva a crenças nem sempre condizentes com a realidade. Portanto, a influência do viés do otimismo faz com que as pessoas acreditem que terão mais chances de serem bem-sucedidas no futuro do que a maioria das outras pessoas.

4. METODOLOGIA DE PESQUISA DE CAMPO

A metodologia de pesquisa de campo utilizada consiste na aplicação um questionário composto de perguntas estruturadas com respostas padronizadas, conforme no Apêndice I. A pesquisa foi respondida por uma amostra composta de 60 pessoas através da plataforma de formulários do Google, a fim de investigar a presença dos vieses cognitivos no perfil de tomada de decisão destes microempreendedores. Os procedimentos de coleta e análise dos dados obtidos foi livre de interferências da pesquisadora, visto que o estudo buscou analisar os fenômenos da forma mais próxima possível do que ocorre na realidade.

4.1. Características da Amostra

O Quadro 4 abaixo resume os dados demográficos de gênero, faixa etária, ensino médio completo e tipo de empreendimento, referentes aos 60 participantes da pesquisa.

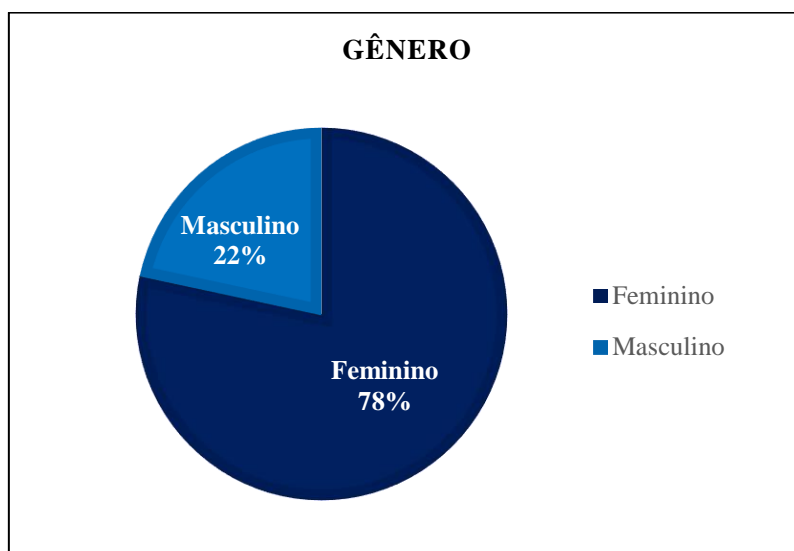
QUADRO 4 – DADOS DEMOGRÁFICOS

Gênero		Faixa Etária	
Feminino	47	26 - 45 anos	31
Masculino	13	Acima de 45 Anos	16
		Até 25 anos	13
Ensino Médio Completo		Tipo de Empreendimento	
Não	5	Produtos	31
Sim	55	Produtos e Serviços	18
		Serviços	11

Fonte: Próprio autor.

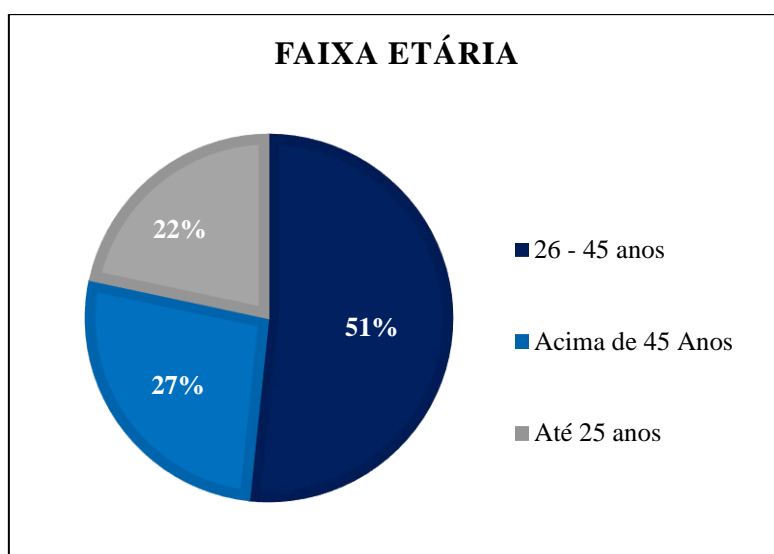
Dentre os 60 participantes válidos da pesquisa, o gênero predominante é o feminino, contando com 47 pessoas contra 13 do gênero masculino, representando, respectivamente 78% e 22% de mulheres e homens conforme na Figura 1. Quanto a faixa etária, a maioria dos participantes, 31 pessoas, possuem de 26 a 45 anos, representando 51% da amostra; 16 pessoas acima de 45 anos (27%), e os mais jovens, pessoas até 25 anos, são minoria, totalizando 13 pessoas (22%) conforme a Figura 2.

FIGURA 1 – GÊNERO DOS PARTICIPANTES (%)



Fonte: Próprio autor.

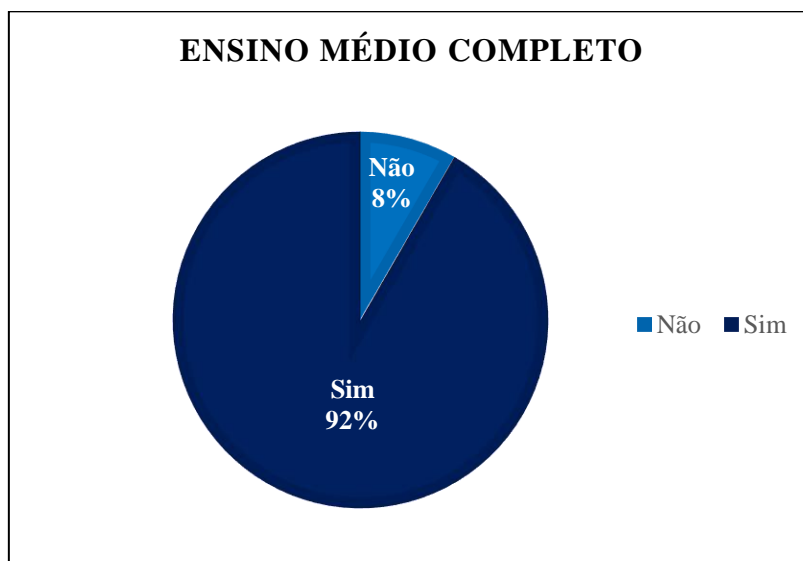
FIGURA 2 – FAIXA ETÁRIA DOS PARTICIPANTES (%)



Fonte: Próprio autor.

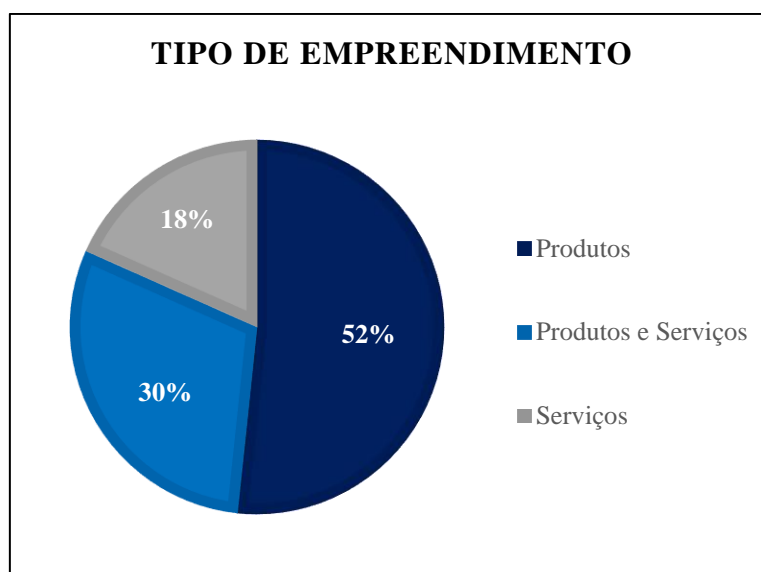
Quanto ao nível de escolaridade, 55 das 60 pessoas afirmam possuir ensino médio completo (92%), enquanto 5 pessoas possuem ensino médio incompleto (8%), conforme na Figura 3. Em relação ao tipo de empreendimento, 31 das 60 pessoas avaliadas vendem apenas produtos, representando 52% do total, enquanto 11 pessoas vendem apenas serviços (18%) e 18 pessoas vendem produtos e serviços (30%), conforme na Figura 4. Portanto, a maioria dos empreendedores na amostra estudada é representada por mulheres e pessoas com ensino médio completo.

FIGURA 3 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE: ENSINO MÉDIO COMPLETO POR PARTICIPANTE (%)



Fonte: Próprio autor.

FIGURA 4 – TIPO DE EMPREENDIMENTO POR PARTICIPANTE (%)



Fonte: Próprio autor.

Tendo em vista o perfil demográfico da amostra pesquisada, a seguir serão analisados os quatro vieses cognitivos: aversão à perda, falácia do planejamento, viés do otimismo e o excesso de confiança, conforme a metodologia proposta no Item 2.4.

4.1. Viés da Aversão à Perda

Nesta seção será analisada a presença do viés da aversão à perda através das estatísticas obtidas. Para diagnosticar a influência deste viés foram feitas 5 perguntas, com duas opções de respostas para cada.

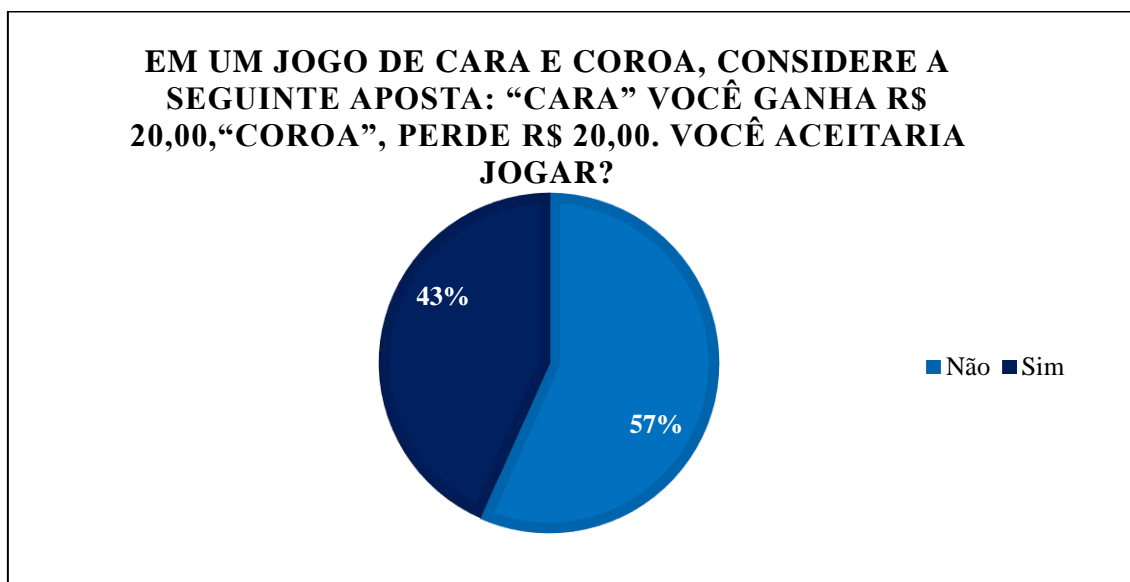
Conforme o Quadro 5, a primeira pergunta: “*Em um jogo de cara e coroa, considere a seguinte aposta: “cara” você ganha R\$ 20,00, “coroa”, perde R\$ 20,00. Você aceitaria jogar?*” pede que o participante tome uma decisão que leva à perda ou ao ganho de um valor semelhante em dinheiro. Mesmo considerando que o participante teria chances iguais de obter cara ou coroa, 57% dos participantes preferiram não arriscar perder os R\$ 20,00, conforme na Figura 5.

QUADRO 5 – AVERSÃO À PERDA: RESPOSTAS DA PERGUNTA 1

Em um jogo de cara e coroa, considere a seguinte aposta: “cara” você ganha R\$ 20,00, “coroa”, perde R\$ 20,00. Você aceitaria jogar?	Sim	Não
	26	34

Fonte: Próprio autor.

FIGURA 5 – JOGO DE CARA OU COROA: RESULTADOS (%)



Fonte: Próprio autor.

Os 57% da amostra, ao não aceitarem participar da aposta, estão agindo sob influência do viés da aversão à perda, corroborando com os estudos de Kahneman e Twersky (1979), em que a dor da perda é maior do que a alegria de um ganho semelhante. Neste caso, a

maioria dos participantes entende que a dor de perder R\$ 20,00 é maior do que a alegria de ganhar o mesmo valor.

Enquanto 43% não demonstraram a influência do viés no seu processo de tomada de decisão, visto que interpretaram que a dor de perder este valor seria igual ou menor do que a felicidade de ganhá-lo.

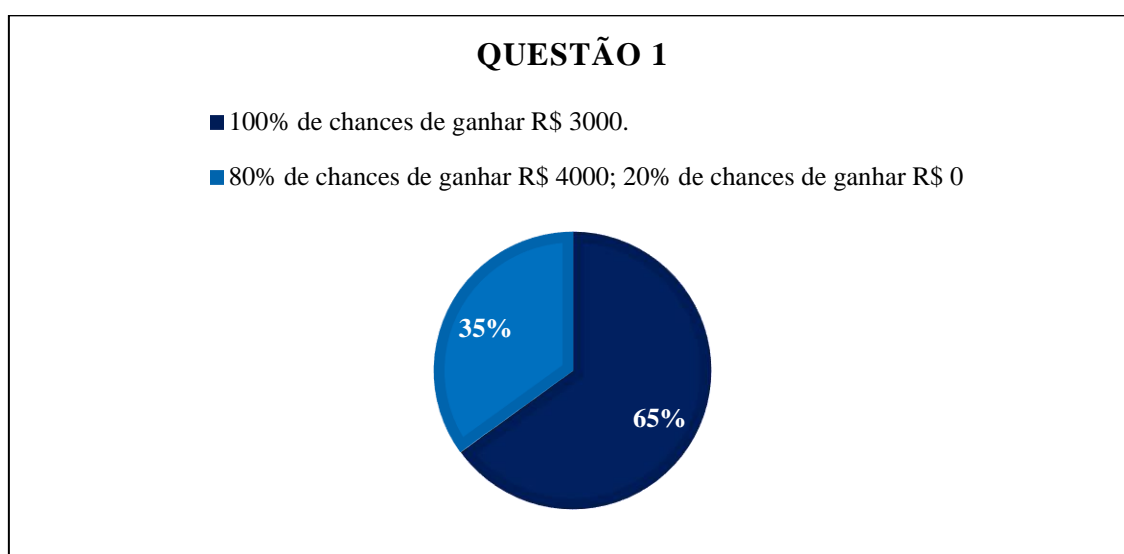
QUADRO 6 – AVERSÃO À PERDA: PREFERÊNCIA DOS PARTICIPANTES NAS OPÇÕES A OU B

Em cada situação, escolha a opção a ou b:		Quant.
1	a) 100% de chances de ganhar R\$ 3000.	39
	b) 80% de chances de ganhar R\$ 4000; 20% de chances de ganhar R\$ 0	21
2	a) 45% de chances de perder R\$ 6000 e 55% de chances de perder R\$ 0.	43
	b) 90% de chances de perder R\$ 3000; 10% de chances de perder R\$ 0.	17
3	a) 20% de chances de ganhar R\$ 4000; 80% de chances de ganhar R\$ 0	23
	b) 25% de chances de ganhar R\$ 3000; 75% de chances de ganhar R\$ 0	37
4	a) 100% de chances de ganhar uma viagem de uma semana para a Inglaterra.	40
	b) 50% de chances de ganhar uma viagem de três semanas para a Inglaterra, França e Itália; 50% de chances de não ganhar nada.	20

Fonte: Próprio autor.

Conforme o Quadro 6, foram feitas 4 perguntas onde os participantes indicaram qual opção dentre as duas disponíveis ele preferiria. Na primeira pergunta, foi identificado o efeito certeza, que de acordo com Kahneman e Tversky (1979), ocorre quando as pessoas dão mais peso ao resultado considerado mais certo, do que os que são apenas prováveis.

FIGURA 6 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 1 (%)



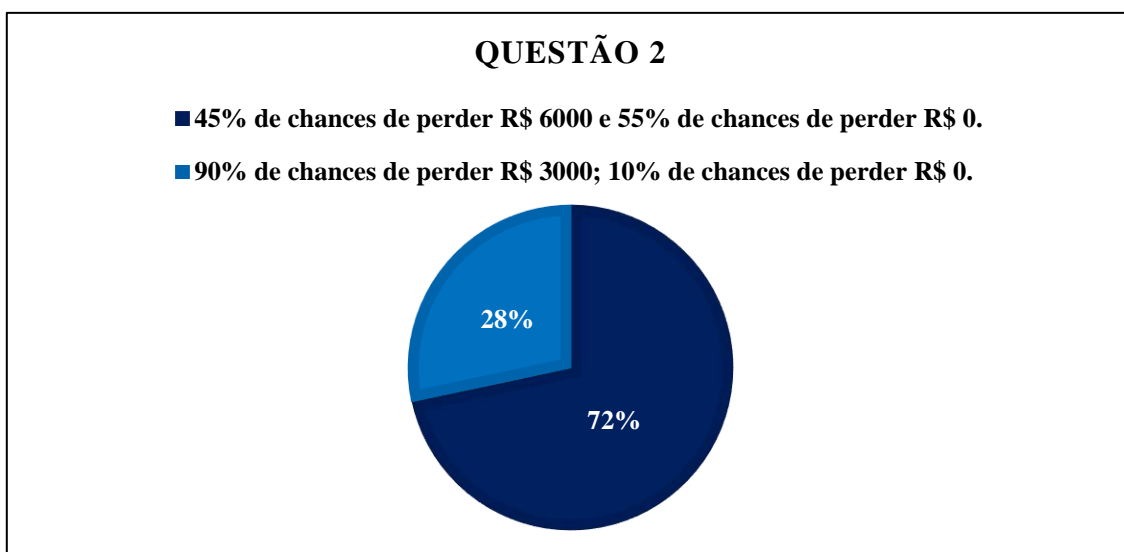
Fonte: Próprio autor.

O efeito está presente em 65% dos participantes, que preferiram a certeza de ganhar R\$ 3.000 reais, contra 35% que decidiram pela opção com apenas 80% de chances de ganhar R\$ 4.000, porém com 20% de chances de não ganhar nada, conforme na Figura 6.

Na segunda pergunta, foi avaliada a tomada de decisão dos participantes diante de uma situação de perda certa, avaliando sua propensão ao risco. Na opção A, o indivíduo possuiria 45% de chances de perder R\$ 6.000,00 e 55% de chances de não perder nada, e na opção B, possuiria 90% de perder R\$3.000,00 e 10% de chance de não perder nada.

Como visto na Figura 7, foi identificado o viés da aversão à perda em 72% da amostra, que escolheram a opção A, tentando evitar o fenômeno da perda certa, mesmo correndo um risco maior de perder algum dinheiro. Enquanto 28% optaram pela menor possibilidade de obter qualquer perda, incorrendo em mais riscos e maiores chances de perda.

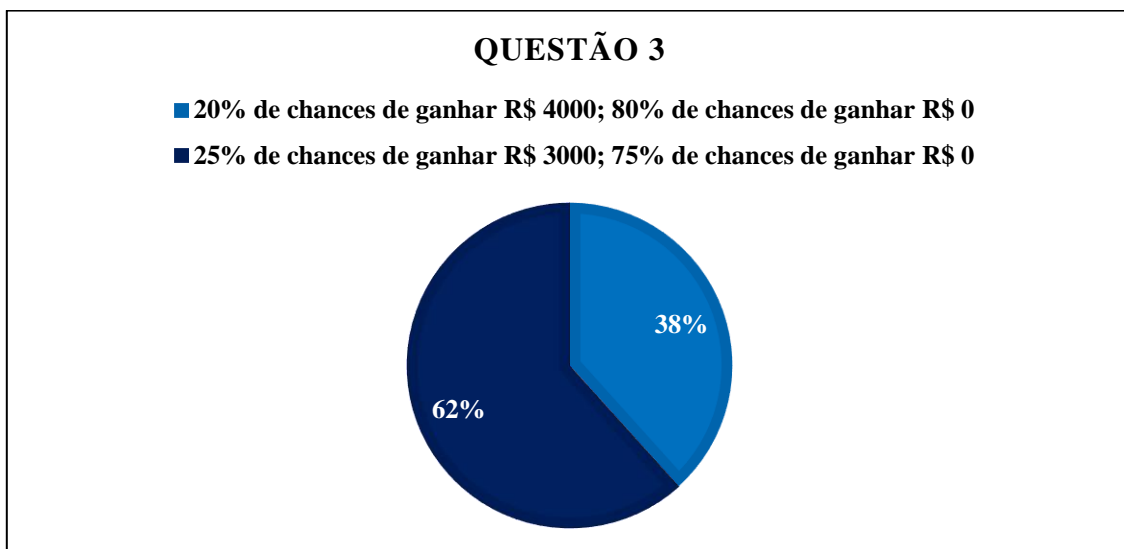
FIGURA 7 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 2 (%)



Fonte: Próprio autor.

Na terceira questão ocorre o mesmo efeito da segunda, onde 62% optaram pela opção B, com maiores possibilidades de obter algum ganho, indicando a presença do viés, contra 38% que preferiram incorrer a um risco maior em troca de uma possibilidade de ganhar R\$ 4.000,00, porém com maiores chances de não ganharem nada, conforme a Figura 8.

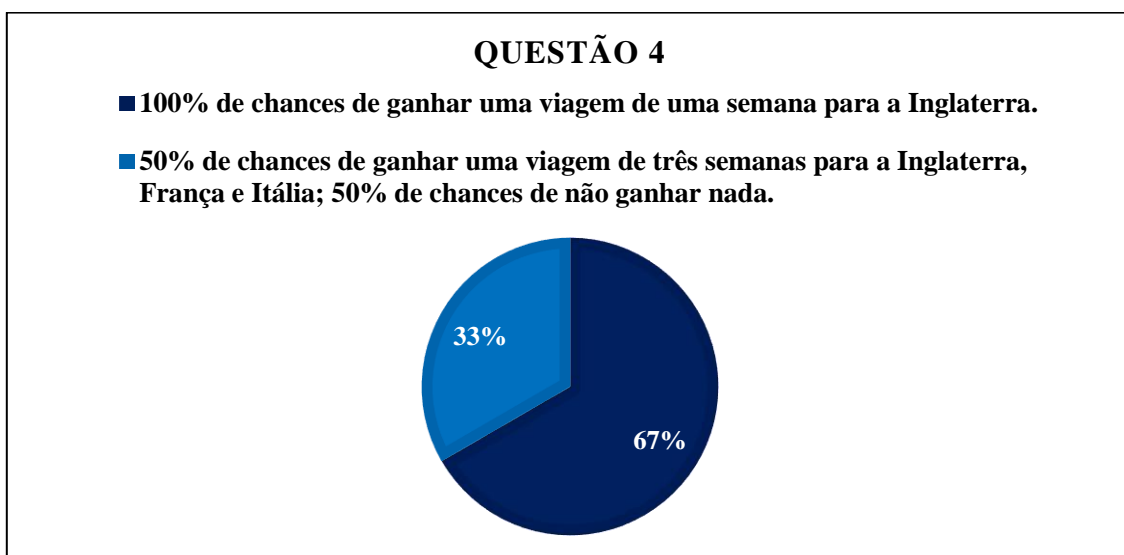
FIGURA 8 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 3 (%)



Fonte: Próprio autor.

A última pergunta, na Figura 9, também aponta um caso de aversão à perda na maioria dos participantes, onde o efeito certeza influencia 67% da amostra, que prefere a certeza de ganho de uma viagem de apenas 1 semana para a Inglaterra, contra 33% que escolheriam pela chance de 50% de uma viagem de 3 semanas para a Inglaterra, França e Itália contra 50% de chance de não ganhar nada.

FIGURA 9 – AVERSÃO À PERDA: RESULTADOS DA PERGUNTA 4 (%)



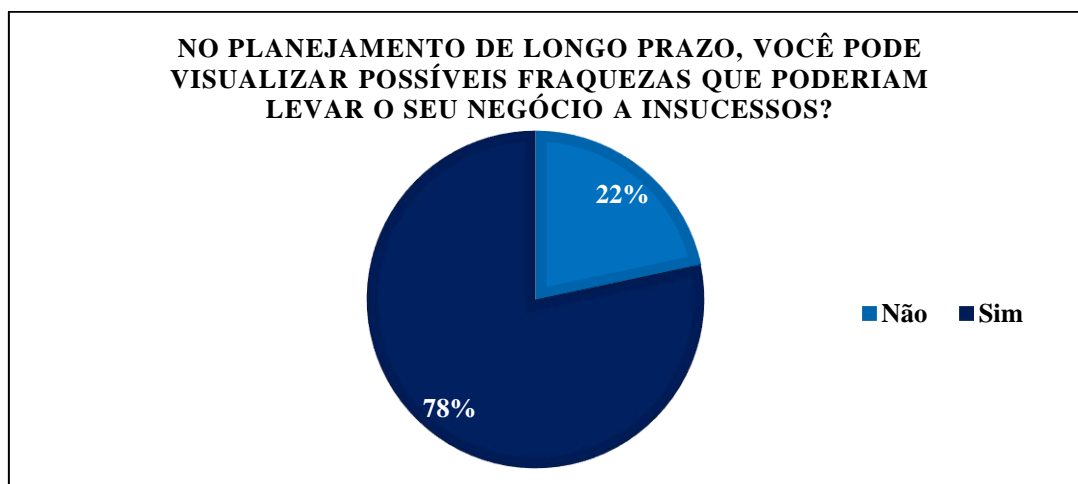
Fonte: Próprio autor.

4.3. Viés da Falácia do Planejamento

A principal forma de identificar se há presença do viés da falácia do planejamento, conforme proposto por Klein (2007), é indagando se a pessoa é capaz de identificar possíveis fraquezas que poderão levar o empreendimento à insucessos, no planejamento de longo prazo. Conforme na Figura 10, 78% dos participantes afirmam conhecer as fraquezas, enquanto 22% não.

Visto que qualquer empreendimento possui fraquezas, aquelas pessoas que negam que estas existam ou são incapazes de citá-las, carregam o viés da falácia do planejamento consigo. E aqueles que conhecem as fraquezas conseguem relatar experiências ou fatos passados que podem ocorrer com o seu empreendimento no futuro, levando-o ao insucesso, portanto não incorrem no viés. Portanto, na amostra estudada, o viés da falácia do planejamento foi identificado em apenas 22% dos participantes.

FIGURA 10 – FALÁCIA DO PLANEJAMENTO: RESULTADOS (%)



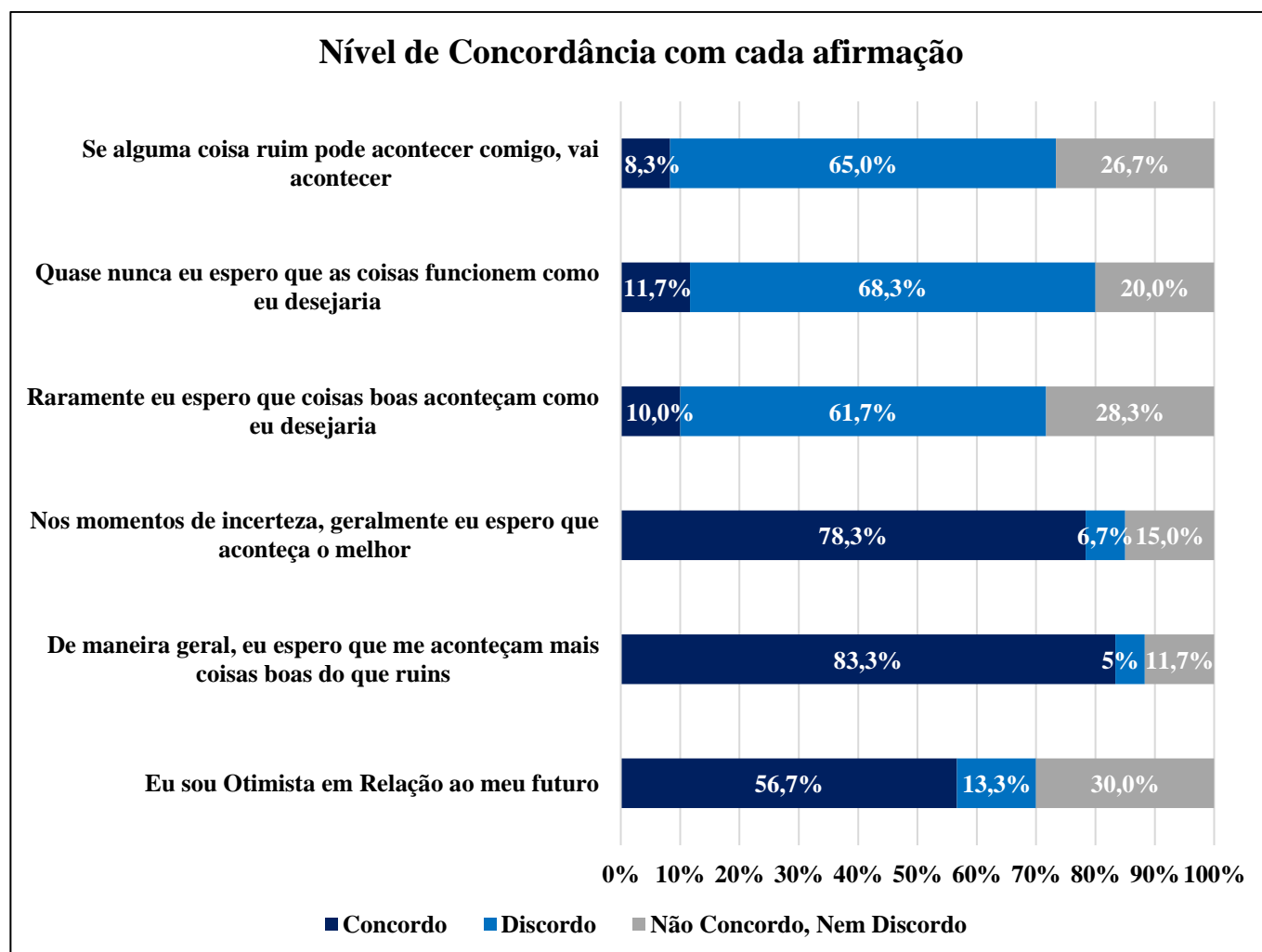
Fonte: Próprio autor.

4.4. Viés do Otimismo

Para avaliar o viés do otimismo foram feitas 6 afirmações, onde o participante indicou seu grau de concordância com cada uma, indicando “Concordo”, “Não Concordo, Nem Discordo” ou “Discordo”. Conforme demonstrado na Figura 11, as 3 primeiras afirmativas indicam um posicionamento pessimista do indivíduo em relação à vida e as outras 3 indicam um posicionamento otimista.

Na Figura 11, é possível visualizar que as três afirmativas pessimistas tiveram um baixo grau de concordância, alcançando 8,3%, 11,7% e 10% respectivamente, e a maioria apresentou um alto índice de neutralidade, chegando a 65%, 68,3% e 61,7%. Enquanto as três afirmativas otimistas, tiveram nível de concordância de 78,3%, 83,3% e 56,7%, respectivamente, e um baixo nível de neutralidade, atingindo 6,7%, 5% e 13,3%.

FIGURA 11 - VIÉS DO OTIMISMO: RESULTADOS (%)



Fonte: Próprio autor.

Conforme abordado na metodologia, para identificar o viés do otimismo foi feito o cálculo baseado no TOV-R (Teste de Orientação de Vida Revisado) conforme proposto por Barreira *et al.* (2002), chegando aos seguintes resultados no Quadro 7:

QUADRO 7 – VIÉS DO OTIMISMO: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS

<i>n=60</i>	TOV-R
Média	19,17
Mediana	21
Máximo	24
Mínimo	2
Desvio-padrão	4,97

Fonte: Próprio autor.

Nos estudos de Bandeira et al. (2002), o autor encontrou em sua pesquisa uma média de 17,66 e um desvio-padrão de 3,76, um resultado validado e considerado satisfatório para indicar a existência do viés do otimismo irreal. Conforme o Quadro 7, a média de pontuação obtida foi de 19,17, indicando assim uma presença mais forte do viés do otimismo na amostra deste estudo em relação à amostra de Bandeira *et al.* (2002).

4.4. Viés do Excesso de Confiança

Para verificar a presença do viés do excesso de confiança, foram calculadas duas variáveis: IA (Índice de Acertos) e o NC (Nível de Confiança), conforme o Quadro 8. O índice de acertos (IA) pode variar de 0 a 10, tendo atingido a média de 5,67 na amostra, com um desvio padrão de 2,09. O participante com menor IA pontuou 2 pontos, enquanto o maior IA fez 10 pontos.

O Nível de Confiança (NC) possui uma pontuação mínima de 5,5 e máxima de 10. Na amostra da pesquisa, o NC atingiu uma média de 7,56, e um desvio-padrão de 1,35. O participante com menor nível de confiança (NC = 5,5) não possuía certeza em nenhuma de suas respostas, e chutou as mesmas, marcando 50% de confiança que sua resposta escolhida estaria certa. O participante com maior nível de confiança (NC = 10) afirmou ter 100% de certeza que a sua resposta escolhida era a correta.

Ao subtrair a média do índice de acertos (IA) do nível de confiança (NC), foi encontrado o valor 1,89. Como se trata de um valor positivo, isto indica que há presença do viés do excesso de confiança. Portanto, o excesso de confiança da amostra é de 18,9%.

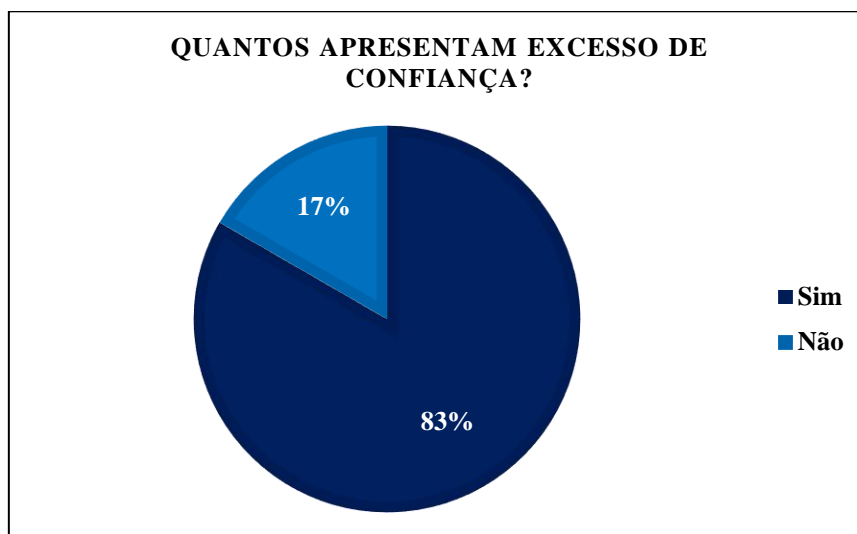
QUADRO 8 – VIÉS DO EXCESSO DE CONFIANÇA: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS

<i>n=60</i>	IA	NC	NC - IA
Média	5,67	7,56	1,89
Mediana	6	7,66	
Máximo	10	10	
Mínimo	2	5,5	
Desvio-padrão	2,09	1,35	

Fonte: Próprio autor.

Apesar da amostra total apresentar 18,9% de excesso de confiança, o viés foi encontrado em 50 pessoas da amostra, enquanto os 10 demais apresentação falta de confiança. Ao calcular NC – IA, 17% da amostra apresentou valor negativo, indicando a falta de confiança, enquanto os demais 83% apresentaram o viés de excesso de confiança, conforme na Figura 12.

FIGURA 12 – VIÉS DO EXCESSO DE CONFIANÇA: RESULTADOS (%)



Fonte: Próprio autor.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta pesquisa abordou a presença de quatro vieses cognitivos: aversão à perda, falácia do planejamento, viés do otimismo e excesso de confiança, os quais foram avaliados em uma amostra (n=60) de microempreendedores que abriram um negócio próprio pela primeira vez, durante a pandemia do Coronavírus no ano de 2020.

Conforme demonstrado nos resultados no Capítulo 4, o viés da aversão à perda se mostrou presente em 57% dos participantes, quando convidados a participar de um jogo de cara e coroa envolvendo a perda ou ganho de um mesmo valor. Nas demais quatro perguntas feitas para avaliar a presença do viés de aversão à perda, o viés foi identificado em 65% dos participantes na primeira pergunta, em 72% na segunda, 62% na terceira e 67% na última pergunta.

Assim, o viés da perda se mostrou presente em uma média de 64,6% dos participantes, que, ao lidarem com situações de perda ou ganho, visualizam a dor da perda como maior do que a felicidade do ganho (KANHEMAN e TWERSKY, 1979). Este viés está associado com o viés de aversão ao risco, pois de acordo com a CVM (Corretora de Valores Mobiliários (2015), a aversão à perda induz as pessoas a correrem riscos com maior frequência, ou insistir em investimentos sem motivos racionais, na tentativa de compensar prejuízos e na dificuldade de admitir erros.

Quanto ao viés da Falácia do Planejamento, este foi identificado em apenas 22% dos participantes; os demais 78% conseguem visualizar fatores que poderiam levar seu negócio ao insucesso. Porém, não é possível afirmar que todos incluídos nos 78% de fato não sofrem influência do viés, pois para concluir sua presença com acurácia seria necessário a aplicação de mais perguntas.

Portanto, é possível afirmar que os 22% da amostra estão mais propensos a negligenciar informações e estatísticas relevantes que impactam o futuro do seu negócio (KLEIN, 2007).

Em relação ao viés do Otimismo, quando os participantes se depararam com uma afirmação que apresenta uma visão pessimista e negativa sobre si, a maioria se manteve neutro a respeito, representando uma média de 65% da amostra. Enquanto cerca de 10%

concordaram terem essa visão pessimista, demonstrando não apresentarem o viés do otimismo.

Quando deparados com afirmativas que representam visões positivas e otimistas em relação a si e à vida, uma média de 8,3% não concordaram com essas afirmações, enquanto cerca de 72,8% concordaram, demonstrando a presença do viés do otimismo.

Após a realização do TOV-R (Teste de Orientação de Vida Revisado) conforme a metodologia descrita, a média obtida foi de 19,17. O autor Bandeira et al. (2002), responsável por adaptar a metodologia do TOV (Teste de Orientação de Vida no Brasil), encontrou em seus estudos a média de 17,66, portanto, o viés do Otimismo se mostrou mais forte e presente nos microempreendedores do que nas pessoas comuns.

O viés do Excesso de Confiança, conforme previsto na suposição desta pesquisa, foi o viés com maior presença na amostra, sendo identificado em 83% da amostra. De acordo com a CVM (2015), este viés está relacionado com o viés de confirmação, visto que o indivíduo valoriza mais as informações que confirmam seus pensamentos e ideias do que aquelas que os contrariam, tornando difícil que o mesmo consiga medir o seu desconhecimento e podendo induzi-lo à erros.

6. CONCLUSÃO

O presente estudo visa trazer uma contribuição prática dentro do tema de economia comportamental, relacionando os fenômenos ocorridos durante a pandemia do Coronavírus com a teoria desenvolvida por autores reconhecidos.

A pandemia do Coronavírus e a instabilidade econômica que a acompanhou no Brasil, fez com que muitos desempregados recorressem ao micro empreendedorismo por necessidade; assim, a quantidade de pequenos negócios organizados dentro das próprias residências cresceu durante o ano. Visto que muitos microempreendedores não possuíam experiência na área ou conhecimentos básicos de administração e contabilidade, os vieses cognitivos e as heurísticas acabam sendo muitas vezes utilizados no processo de tomada de decisão.

Considerando a amostra de 60 pessoas que respondera ao questionário, foram identificados os quatro vieses cognitivos estudados nesta pesquisa: aversão à perda, falácia do planejamento, viés do otimismo e excesso de confiança.

Dentre eles, a Falácia do Planejamento foi o viés menos presente e influente no perfil dos recém microempreendedores, conclui-se que a maioria dos participantes conseguiria identificar possíveis fraquezas no futuro se seu negócio e incluir essa análise nas tomadas de decisão de seus negócios. Os demais vieses cognitivos se mostraram fortemente presentes no comportamento dos participantes da pesquisa, sugerindo que possam influenciar na tomada de decisão.

A Aversão à Perda influencia nas tomadas de decisão onde há risco de perda de dinheiro, já o Viés do Otimismo, na tomada de decisões mais otimistas do que a realidade demonstra, e o Excesso de Confiança influencia que não se valorize certos fatores relevantes para o negócio na tomada de decisão.

A apresentação dos vieses cognitivos e discussão da sua influência nas decisões de negócio nesta pesquisa visa também auxiliar futuros microempreendedores oferecendo conhecimento pouco comentado no âmbito nacional, podendo ajudar a prevenir a falência precoce dos negócios e promover busca pelo autoconhecimento em relação a processos decisórios.

Levando em consideração o contexto de dificuldade econômica trazido pela pandemia, os participantes desta pesquisa, em sua maioria, mulheres, demonstraram o resultado esperado, visto que muitas não possuem recursos para investir em formação e cursos para auxiliar nas tomadas de decisão, assim como não possuem a experiência de negócios, tal como grande empreendedores.

REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, M. *et al.* Validação transcultural do Teste de Orientação da Vida (TOVR). **Estudos de Psicologia**, v. 7, n. 2, p. 251-258, 2002.
- BARRETO JÚNIOR, A. A. V. **Vieses cognitivos nas decisões de investimentos: uma análise do excesso de confiança, aversão à ambiguidade e efeito disposição sob a perspectiva das Finanças Comportamentais**. Recife, 2007. Dissertação (Mestrado em Administração, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007).
- BARROS, L. A. B. **Decisões de financiamento e investimento das empresas sob a ótica de gestores otimistas e excessivamente confiantes**. 253 f. Tese (Doutorado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- BAZERMAN, M. H.; MOORE, D. **Judgement in Managerial Decision Making**. 7ª ed., Estados Unidos: Wiley Global Education, 2009.
- BERTONCELLO, A. G., TEIXEIRA, J. M. O desenvolvimento do empreendedorismo em destruições criativas no período de crise econômica brasileira. **Revista Alomorfia**, Presidente Prudente, v. 4, n. 1, 2020, p. 32-42.
- BUEHLER, R., GRIFFIN, D., e PEETZ, J. The Planning Fallacy. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 43, p. 1–62, Canada, 2010.
- CANTO, A. A. S., TRETER, J., CAVALLI, K. Contabilidade mental e finanças comportamentais: um estudo com colaboradores de uma instituição de ensino superior da cidade de cruz alta/rs. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, V.9, n.3, mai/ago, 2017.
- COUTINHO, M. Pandemia e Desglobalização. **Metaxy**, ISSN 2526-5229, UFRJ, Rio de Janeiro, 2020.
- CRUZ, E. P., BARRETO, C. R., FONTANILLAS, C. N. **O Processo Decisório nas Organizações**. Curitiba: InterSaberes, 2014.
- CVM (Comissão de Valores Mobiliários). Vieses do Investidor. Série CVM Comportamental: Volume 1. 2015. Disponível em: <

<https://www.investidor.gov.br/publicacao/Serie-CVMComportamental/CVMComportamental-Vol1-ViesesInvestidor.pdf>>.

DEGEN, Ronald J. **O empreendedor: empreender como opção de carreira**. 1. reimpressão. São Paulo: Pearson Education, 2009. 440 p.

FARIAS, B. S., et al. Perfil Do Microempreendedor Individual: Uma Análise na Cidade de Volta Redonda. In: Simpósio de excelência em gestão e tecnologia – SEGET, 12, 2015. **Anais...** Resende: UFF, 2015.

FEITOSA, A. B.; ROGERS, P.; ROGERS, D. A influência de vieses cognitivos e motivacionais na tomada de decisão gerencial: evidências empíricas em uma empresa de construção civil brasileira. **Revista de Negócios**. ISSN 1980-4431, Blumenau, Brasil, v. 19, n. 3, p. 3-22, julho/setembro de 2014.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **RAUSP Management Journal**, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR). **Relatório Empreendedorismo no Brasil**. 2019.

GIGERENZER, G.; HOFFRAGE, U.; KLEINBÖLTING, H. Probabilistic mental models: a brunswikian theory of confidence. **Psychological Review**, v. 98, n. 4, p. 506-528, 1991.

GIL, A. C. Método e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo, 6.ed, Editora Atlas, 2008.

GONÇALVES, G. L (Org.). Covid-19, Capitalismo e Crise: bibliografia comentada. Rio de Janeiro: **LEICC/Revista Direito e Práxis**, 2020, 200p.

IBGE. **PNAD Contínua**. Agência de Notícias IBGE, 2020. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/29000-desemprego-chega-a-13-8-no-trimestre-encerrado-em-julho-maior-taxa-desde-2012>>. Acesso em: 23 de Set. 2020.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua trimestral: Tabela 4093**. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/4093>> Acesso em: 09 de julho de 2020.

KAHNEMAN, D. A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. **American Psychologist**, 2003, 58(9), P. 697–720.

KAHNEMAN, D., & TVERSKY, A. Intuitive prediction: Biases and corrective procedures. **TIMS Studies in Management Science**, 12, p. 313-327, 1979.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263–291, 1979.

KAHNEMAN, D., TVERSKY, A. Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference-Dependent Model. **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. 106, No. 4, 1991, p. 1039-1061.

KAZMIER, L. J. **Princípios de gerência**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Pallas, 1975.

KLEIN, G. Performing a project premortem. **Harvard Business Review**, v. 85, n.9, 2007. p. 18-19.

KREIN, J. D.; PRONI, M. W. Economia informal: aspectos conceituais e teóricos; **Escritório da OIT no Brasil**. - Brasília: OIT, 2010, 1 v.

MACHLINE, C. O processo decisório na gestão de tecnologia. **Revista Administração de Empresas**. São Paulo, v. 17, n 6, p. 141-158. Nov./Dez. 1977.

MATTEI, L. A crise econômica decorrente do covid19 e as ações da equipe econômica do governo atual. **Revista NECAT**. Universidade Federal de Santa Catarina, 2020.

MELLO, G. *et al.* A Coronacrise: natureza, impactos e medidas de enfrentamento no Brasil e no mundo. **Centro de Estudos de Conjuntura e Política Econômica - IE/UNICAMP**, Nota do Cecon, n. 9, mar. 2020.

MINAYO, Marília (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Brasil confirma primeiro caso da doença**. Disponível em: <https://antigo.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46435-brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>. Acesso em: 20 set. 2020.

NERI, M., FONTES, A. **Informalidade e Trabalho no Brasil: Causas, Consequências e Caminhos de Políticas Públicas**. Rio de Janeiro, FGV Social, 2010.

NUNES, T. M., FLORES, S. A. M., SILVA, A. C. J. A aversão à perda e o excesso de confiança sob a ótica do gênero. **Consumer Behavior Review**, 2(1), 42-54. 2018.

PEÑA, V., A. & GÓMEZ-MEJÍA, A. Effect of the anchoring and adjustment heuristic and optimism bias in stock market forecasts. **Revista Finanzas y Política Económica**, v. 11, p. 389-409, 2019. doi: <http://dx.doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.2.10>

PNAD-IBGE. **Trabalho: Taxa de desocupação**. 2020. Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pnad-covid/trabalho.php>. Acesso em: 16 de set. 2020.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Estatísticas**. Disponível em: <<https://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 08 de julho de 2020.

RIBAS, M. I.; FRANCO, A. C. V.; ANDRADE, R. S. de. Questões sobre contabilidade mental. **Caderno de Administração**, Maringá, v.21, n.1, p. 64-76, 2013. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/20893/11136>>. Acesso em: 10 jul. 2020.

RODRIGUES, W. C. **Metodologia Científica**. Paracambi, 2007.

STANOVICH, K. E.; WEST, R. F. Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate. **Behavioral & Brain Sciences**. 2000, v 23, p. 645–665.

SEBRAE. Brasil deve atingir marca histórica de empreendedorismo em 2020. **ASN: Agência Sebrae de Notícias**. Junho 2020. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/brasil-deve-atingir-marca-historica-de-empreendedorismo-em-2020,d9c76d10f3e92710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 23 de Set. de 2020.

SILVA, M. L., SILVA, R. A. Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: Impactos e reflexões. Observatório socioeconômico da Covid-19: **FAPERGS**, 2020. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf>>.

VALE, G. M. V., CORRÊA, V. S. DOS REIS, R. F. Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidade. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, Maio/Jun. 2014.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

WORLD BANK. **Perspectivas econômicas globais**. Disponível em: <<https://www.worldbank.org/pt/publication/global-economic-prospects>>. Acesso em: 09 jun. 2020.

APÊNDICE I - QUESTIONÁRIO

Este é seu primeiro negócio no ramo? *

- Sim
- Não

Seu negócio atua no Rio de Janeiro? *

- Sim
- Não

Ramo de atuação do negócio? *

- Produtos
- Serviços
- Produtos e Serviços

Faixa Etária *

- Até 25 anos
- 26 - 45 anos
- Acima de 45 Anos

Gênero *

- Feminino
- Masculino
- Prefiro Não Dizer
- Outros...

Possui ensino médio completo? *

- Sim
- Não

Em um jogo de cara e coroa, considere a seguinte aposta: “cara” você ganha R\$ 20,00, “coroa”, perde R\$ 20,00. Você aceitaria jogar? *

- Sim
- Não

Escolha entre: *

- 80% de chances de ganhar R\$ 4000; 20% de chances de ganhar R\$ 0
- 100% de chances de ganhar R\$ 3000.

Escolha entre: *

- 45% de chances de perder R\$ 6000 e 55% de chances de perder R\$ 0.
- 90% de chances de perder R\$ 3000; 10% de chances de perder R\$ 0.

⋮

Escolha entre: *

- 20% de chances de ganhar R\$ 4000; 80% de chances de ganhar R\$ 0
- 25% de chances de ganhar R\$ 3000; 75% de chances de ganhar R\$ 0

Escolha entre: *

- 50% de chances de ganhar uma viagem de três semanas para a Inglaterra, França e Itália; 50% de chances...
- 100% de chances de ganhar uma viagem de uma semana para a Inglaterra.

No planejamento de longo prazo, você pode visualizar possíveis fraquezas que poderiam levar o * seu negócio a insucessos?

Sim

Não

Marque de 1 a 3 o quanto você concorda com cada afirmação. *

1 - Discordo, 2 - Não Concordo Nem Discordo, 3 - Concordo

	1	2	3
Eu sou sempre otimista com relação ao meu futuro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De maneira geral, eu espero que me aconteçam mais coisas boas do que ruins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nos momentos de incerteza, geralmente eu espero que aconteça o melhor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Raramente eu espero que coisas boas aconteçam como eu desejaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quase nunca eu espero que as coisas funcionem como eu desejaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se alguma coisa ruim pode acontecer comigo, vai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

☰
O continente Africano é constituído por 53 países?

- Sim
- Não

O quão confiante você está, que sua resposta está correta? *

Não importa se sua resposta está correta ou não, e sim seu nível de confiança na resposta! Marque 50% caso decida chutar e 100% caso esteja certo de que marcou a resposta correta.

- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100% (Certeza)

☰
A Itália possui uma extensão territorial de 50.000 km²? *

- Sim
- Não

O quão confiante você está, que sua resposta está correta? *

- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100% (Certeza)



A população da Espanha está estimada em 40 milhões de habitantes? *

- Sim
- Não

O quão confiante você está, que sua resposta está correta? *

- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100% (Certeza)

A distância aérea entre Londres e Nova York é de aproximadamente 5562 Km? *

- Sim
- Não

O quão confiante você está, que sua resposta está correta? *

- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100% (Certeza)



Quando Marco Polo visitou a China esta era dominada pelos Japoneses? *

- Sim
- Não

O quão confiante você está, que sua resposta está correta? *

- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100% (Certeza)