

Teste do Marshmallow - Economia comportamental

O autocontrole é uma importante capacidade humana e por isso é estudada tanto na Economia quanto na Psicologia. Na Economia está associado à capacidade de manter planos previamente definidos, realizando escolhas intertemporais consistentes. Na psicologia é o autocontrole é entendido como a capacidade de regular os próprios comportamentos, emoções e pensamentos. Mas o que isso tem relação com educação financeira? Na prática, nossos comportamentos inatos são os maiores responsáveis pelo nosso sucesso ou fracasso financeiro.

Na década de 1960, em Stanford, Walter Mischel projetou um experimento para avaliar a capacidade das crianças se controlarem diante de um doce, que ficou conhecido como *The Marshmallow Test*. Mischel analisou o comportamento de 500 crianças.

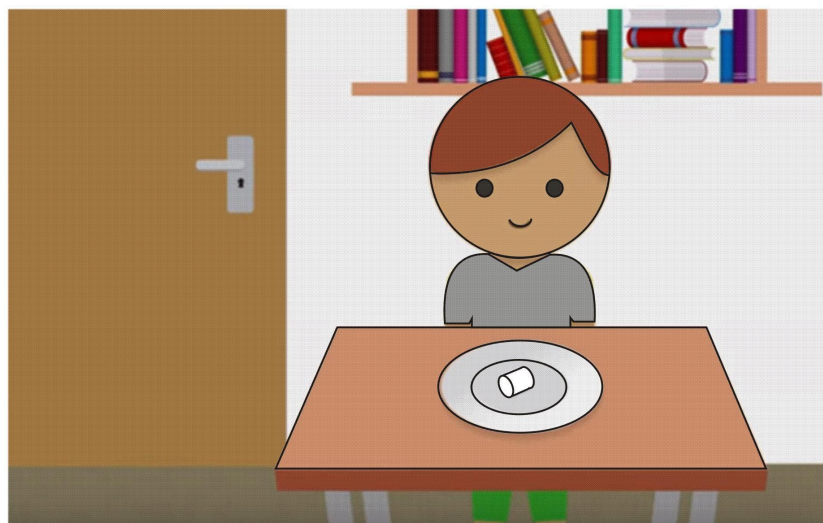


Figura 9- Ilustração do teste do *marshmallow*.

O ponto de partida foram testes para observar quando e como crianças em idade pré-escolar conseguiam exercer autocontenção suficiente para esperar quinze minutos por dois *marshmallows*, que tanto desejavam, em vez de se satisfazer imediatamente com apenas um deles. Uma criança recebia um

marshmallow e uma instrução clara: podia comer o doce imediatamente ou esperar cinco minutos e comer dois doces.

Quanto mais às assistíamos através da vidraça de observação, mais nos espantávamos com o esforço daqueles pequenos participantes para se controlar e aguardar. Sugestões simples para que encarassem as guloseimas de diferentes maneiras tornavam o esforço para resistir à tentação ou quase impossível ou muito fácil. Sob certas condições, conseguiam esperar; sob outras, tocavam a campainha momentos depois de os pesquisadores deixarem a sala. Prosseguimos em nossos estudos para identificar essas condições, para ver o que as crianças estavam pensando e fazendo que lhes permitia se controlar, na tentativa de descobrir como facilitavam o exercício de autocontrole — ou como o condenavam ao fracasso (MISCHEL, 2010).

A diferença entre as crianças que comiam e as que resistiam é que estas tinham uma melhor estratégia para lidar com a situação. Elas se distraíam virando as costas, falando sozinhas, cantando e até brincando com o doce.

Mischel acompanhou o desempenho acadêmico das crianças que participaram do teste e descobriu que a habilidade de adiar a gratificação estava associada à melhor cognição, estilo de vida mais saudável e maior autoestima.

O teste pode ser utilizado para falar sobre educação financeira com crianças e adolescentes, pois retrata um pouco o que acontece na vida adulta. Muitas vezes compramos por impulso pagando juros excessivos, quando poderíamos esperar um pouco para comprar com desconto à vista.

Como exemplo, suponha que um amigo está lhe devendo R\$ 10.000,00. Ao invés de quitar a dívida ele faz uma proposta: pagará R\$ 10.000,00 agora ou R\$ 15.000,00 após dois anos.

Não é fácil decidir o que fazer diante da proposta. Tudo depende se temos a necessidade de usar imediatamente o dinheiro emprestado. Mas não deixa de ser uma troca intertemporal, que segundo Giannetti (2005) é uma escolha que a pessoa faz diante de opções situadas em diferentes momentos no tempo. Essa troca está associada a sacrifícios e benefícios. Comprar agora pagando juros ou poupar ou investir agora para realizar um projeto no futuro são exemplos de trocas intertemporais.

As pesquisas realizadas por Mischel ao longo de quase 50 anos mostraram que as pessoas com maior capacidade de autocontrole têm maior probabilidade uma vida futura de maior realização, mais bem-estar e mais saúde física e mental. Isso inclui melhor desempenho acadêmico, menor índice de massa corporal, mais autoestima, mais confiança em seu julgamento próprio, mais facilidade de superar situações de estresse e frustração, condição emocional mais equilibrada, mais facilidade em manter relacionamentos íntimos, menos uso de drogas.

Em um livro recente, Walter Mischel mostrou que os comportamentos de autocontrole devem ser ensinados e desenvolvidos nas crianças. Devemos ensiná-las a esperarem, porque esperando, elas generalizam esse hábito a vários aspectos de sua vida principalmente em suas escolhas, sejam elas relacionadas à comida, esportes, estudos, profissão, etc.

Conhecer as estratégias utilizadas pela publicidade é uma forma inteligente de evitar que nosso autocontrole seja prejudicado. Os especialistas em *marketing* utilizam diversas estratégias para motivar a compra imediata. Há pessoas que são mais suscetíveis ao autocontrole, enquanto outras são mais impulsivas, o que pode levar ao excesso de compras por impulso e ao endividamento.

Na propaganda mostrada na Figura 10, a pessoa é induzida a pensar que está levando uma grande vantagem em pagar 12 parcelas iguais sem juros, o que normalmente não existe na prática. Para saber o preço real dessa televisão é preciso comparar os preços à vista de diferentes lojas.

Smart TV LED 50" UHD 4K 50RU7100 com Controle Remoto Único, Visual Livre de Cabos, Bluetooth, HDR Premium, HDMI e USB
(Cód. Item) Outros produtos

Confira outras lojas que vendem o mesmo produto: De R\$1.958,90 até R\$2.972,50
★★★★★ 19 Avaliações | Leia

RETIRA RÁPIDO

Por: **R\$1.979,00**
ou até 12x de R\$164,92 sem juros

Comprar

Retira Rápido

Adicionar à Lista de Casamento



Figura 10 – Ilustração de propaganda de televisão em 12 parcelas iguais.

Na área de vendas há alguns gatilhos mentais que são muito explorados. Um deles é o da “escassez”, que ativa o estado de urgência. Esse gatilho é ativado com a frase: “Esse é o último apartamento disponível. Se você não comprar agora há outros clientes interessados nele”. Outro gatilho mental é o da “reciprocidade”, que está associado à necessidade que temos de retribuição após recebermos uma amostra gratuita do produto.

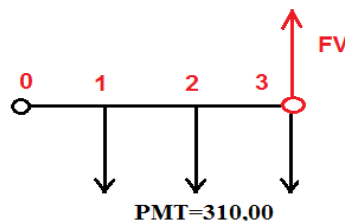
Colocando em prática:

1- Um celular é anunciado por R\$ 1.000,00. Se o pagamento for à vista é possível conseguir um desconto de 10%. Um cliente quer comprar o celular à vista, mas para isso decidiu aplicar todo mês 310,00 no banco. Considerando que o preço do celular e o valor investido são reajustados a uma taxa de juros mensal de 0,6% ao mês, será possível comprar o celular ao final do terceiro mês?

Solução:

O valor investido em três parcelas de R\$ 310,00 com taxa de juros de 0,6% é equivalente a R\$ 935,59. Esse valor é obtido por meio da aplicação da equação que relaciona Valor Futuro (FV) com os pagamentos mensais (PMT), conforme mostrado a seguir:

$$FV = \frac{PMT \cdot ((1+i)^n - 1)}{i} \qquad FV = \frac{310,00 \cdot ((1+0,006)^3 - 1)}{0,006} = 935,59$$



Conforme mostram os cálculos a seguir, o celular valerá R\$ 1.018,11 ao final do terceiro mês. Com um desconto de 10% ele poderá ser adquirido por 90% de 1.018,11, ou seja, o celular poderá ser comprado por R\$ 916,30.

$$FV = PV \cdot (1+i)^n \qquad FV = 1.000,00 \cdot (1+0,006)^3 = 1.018,11$$

A partir da análise financeira é possível perceber que é possível comprar o celular à vista com desconto de 10% se o cliente investir três parcelas de R\$ 310,00 nos três meses anteriores à compra. A compra planejada é uma forma de resistir ao impulso de consumir no presente pagando um valor maior.

Exemplo 2- Um devedor faz a seguinte proposta: devolver R\$ 20.000,00 agora ou esperar mais dois anos para lhe devolver R\$ 22.000,00. Considerando a taxa de juros da ordem de 0,5% ao mês, essa é uma proposta razoável?

Solução: Considerando $n = 24$ meses e a taxa de juros o credor poderia aplicar esse dinheiro e obter um valor de R\$ 23.087,74 ao final de dois anos, conforme mostrado nos cálculos a seguir.

$$FV = PV \cdot (1 + i)^n$$

$$FV = 20.000 \cdot (1 + 0,006)^{24} = 23.087,74$$

Por isso, a proposta não é viável economicamente porque você poderia obter um valor maior aplicando o dinheiro.