

IMPACTO DOS VIESES COMPORTAMENTAIS E REPUTAÇÃO PROFISSIONAL NO PROCESSO DECISÓRIO

ÍVINA CLARA DE OLIVEIRA QUEIROZ

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)

FÁBIO CHAVES NOBRE

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)

ANDRESSA DAIANY DE OLIVEIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)

LIANA HOLANDA NEPOMUCENO NOBRE

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO (UFERSA)

WENYKA PRESTON LEITE BATISTA DA COSTA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE (UERN)

IMPACTO DOS VIESES COMPORTAMENTAIS E REPUTAÇÃO PROFISSIONAL NO PROCESSO DECISÓRIO

1 INTRODUÇÃO

O surgimento do conceito das finanças comportamentais trouxe uma nova perspectiva para a compreensão do comportamento humano, considerando os indivíduos, como seres sociais e intelectuais, utilizam tanto a razão quanto a emoção ao tomar decisões (Kartini; Nahda, 2021). Nesse contexto, Hirschey e Nofsinger (2008) destacam que as finanças comportamentais consistem no estudo dos erros cognitivos e das emoções que influenciam diretamente as decisões financeiras, evidenciando que tais escolhas vão além da lógica, mas estão profundamente enraizadas em aspectos emocionais e psicológicos dos indivíduos.

Dessa forma, a investigação desses fatores tornou-se essencial para compreender como o comportamento humano interfere na tomada de decisões e como os desvios da racionalidade podem influenciar os investidores e gestores organizacionais (Moraes, 2020).

Azevedo e Nakao (2024) reforçam a relevância de considerar aspectos psicológicos e comportamentais nos processos decisórios de liderança e gestão, especialmente em relação ao impacto desses fatores na governança corporativa. Os autores evidenciam que traços psicológicos podem comprometer negativamente o desempenho organizacional e afetar o alinhamento de interesses entre os tomadores de decisão.

Os vieses comportamentais, também chamados de desvios da racionalidade, afetam diretamente a forma como decisões financeiras e organizacionais são tomadas. Comportamentos como o excesso de confiança e o otimismo podem distorcer a análise objetiva e influenciar negativamente as decisões dos gestores (Nobre *et al.*, 2018).

Hwang, Kim e Kim (2020) apontam que gestores com alta reputação são frequentemente levados a tomar decisões mais arriscadas, confiando em sua reputação para mitigar as consequências de possíveis fracassos. Paiva (2019) observa que gestores excessivamente confiantes podem tomar decisões mal fundamentadas, comprometendo sua credibilidade e confiança dos stakeholders.

Diante desse cenário, a problemática da pesquisa concentra-se na seguinte questão: **como vieses comportamentais - como excesso de confiança e otimismo - e reputação profissional afetam o processo decisório de gestores na alocação de recursos em ativos reais?**

Com base nesse questionamento, este estudo tem como objetivo **analisar a influência dos vieses comportamentais e da reputação profissional na tomada de decisão de gestores sobre investimentos em ativos reais**. Vale destacar que a tomada de decisão envolve múltiplos fatores, como acúmulo de poder, reputação profissional, fatores psicológicos, políticos, perspectivas profissionais e pessoais, dentre outros (Ahmad; Ibrahim; Tuyon, 2017). Neste contexto, destaca-se a necessidade de compreender como aspectos comportamentais e reputacionais podem impactar decisões de investimento em ativos reais.

A literatura ainda apresenta lacunas nesse campo, principalmente no que diz respeito à influência da reputação profissional associada aos vieses cognitivos na alocação de recursos (Nobre *et al.*, 2018). Embora estudos como os de Sá (2007) e Coleman (2006) discutam atributos individuais associados à tomada de decisão, como necessidade de realização, sociabilidade, competitividade e impulsividade, o fator "reputação profissional" permanece pouco explorado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 VIESES COMPORTAMENTAIS NA TOMADA DE DECISÃO

Os vieses cognitivos são fatores que distorcem a percepção dos tomadores de decisão, comprometendo a lógica por trás das escolhas gerenciais e impactando significativamente decisões cotidianas e estratégicas no ambiente empresarial (Costa, 2017). Essa distorção se acentua diante da complexidade dos processos decisórios, que é influenciado por aspectos cognitivos, comportamentais, conhecimento prévio e expectativas (Silva; Lucena, 2022).

Nesse sentido, Pompian e Longo (2004), ressaltam a relação entre a personalidade do investidor e sua suscetibilidade a vieses cognitivos e comportamentais, argumentando que características individuais, como traços de personalidade e gênero, influenciam diretamente a propensão a cometer erros sistemáticos de julgamento. Kahneman e Tversky (1979) reforçam essa visão, evidenciando como decisões irracionais são influenciadas por experiências passadas e medo de arrependimento.

Os desvios sistemáticos impactam significativamente a capacidade dos indivíduos de realizar julgamentos precisos e racionais, ressaltando a necessidade de compreender as bases psicológicas que sustentam as decisões empresariais e como são moldadas pelas percepções de risco e incerteza (Costa, 2017). Nesse contexto, os vieses cognitivos e emocionais representam barreiras à racionalidade, especialmente quando o conhecimento financeiro é limitado (Ateş *et al.*, 2016; Merkle, 2020; Baker *et al.*, 2019).

Adicionalmente, Kahneman e Tversky (1974) já alertavam para os riscos de confiar em intuições não verificadas, destacando que suposições infundadas comprometem a eficácia da tomada de decisão. Dentre os principais vieses, destacam-se o excesso de confiança, que leva à superestimação das capacidades pessoais, e o otimismo, que gera uma expectativa falsa de resultados exclusivamente positivos (Kahneman; Tversky, 1979; Pompian, 2006).

Além disso, estudos demonstram que, em cenários de incerteza, esses vieses influenciam fortemente a percepção de risco e a avaliação de alternativas (Kahneman; Tversky, 1979; Romeiro, 2018; Vieira; Xavier; Lucena, 2024). As heurísticas, entendidas como simplificações cognitivas para resolver problemas complexos, também contribuem para a formação de vieses, podendo gerar erros sistemáticos, especialmente sob pressão (Caputo, 2014; Tversky; Kahneman, 1974; Kahneman; Tversky 1979)

Edwards e Thaler (1985) e Nobre (2018) reforçam que esse comportamento enviesado interfere na qualidade das decisões de investimento, na medida em que gestores se baseiam mais em heurísticas e emoções do que em análises objetivas. Dessa forma, constata-se que vieses comportamentais têm uma influência significativa sobre a forma como os gestores tomam decisões sobre investimentos em ativos reais, desviando-as da racionalidade econômica ideal. Com base nesse contexto, formula-se a primeira hipótese da pesquisa:

H1: Os vieses comportamentais afetam a tomada de decisão gerencial sobre investimentos em ativos reais.

2.2 REPUTAÇÃO PROFISSIONAL COMO FATOR INFLUENTE

A credibilidade se refere à confiança gerada por atributos como competência, confiabilidade e autoridade, enquanto a reputação é a percepção coletiva dessas qualidades, construída ao longo do tempo a partir de experiências e feedbacks (Silva, 2016). Nesse sentido, Guest *et al.* (2006) ressaltam que a credibilidade se estabelece por meio de ações consistentes que demonstrem integridade e competência.

Nesse contexto, a reputação torna-se um fator determinante para a confiança dos stakeholders, impactando diretamente as decisões organizacionais (Souza; Cavalcante, 2023). Quelopana (2003) acrescenta que gestores que tomam decisões de alta qualidade, com base em conhecimento explícito e tácito, contribuem para o desempenho organizacional e,

consequentemente, para sua própria reputação. Assim, a reputação reflete a identidade organizacional que influencia a confiança dos stakeholders (Maia *et al.*, 2018).

A reputação de CEOs é construída com base na capacidade de tomar decisões que influenciam diretamente a organização (Hwang; Kim; Kim, 2020), sendo associada à obtenção de resultados financeiros e operacionais positivos (De Luca *et al.*, 2017). Os autores destacam que a alta visibilidade na mídia geram maior confiança no mercado, enquanto a experiência acumulada reforça essa percepção (Quelopana, 2003). Além disso, fatores culturais, como autoridade e hierarquia, moldam como a reputação é construída e percebida (Hofstede, 1999).

Apesar dos benefícios, a reputação elevada também pode levar a excessos. Hwang, Kim e Kim (2020) alertam que, em ambientes com governança fraca, gestores altamente reputados podem adotar posturas arriscadas, confiando em sua reputação como proteção contra possíveis consequências negativas. Com isso, surge a relação entre reputação e vieses comportamentais, já que mesmo gestores experientes não estão imunes a erros de julgamento e podem ser influenciados (Cohen; Ayton; Clacher, 2020).

Decisões enviesadas podem comprometer a imagem do gestor, seja pelo excesso de confiança ou pela aversão excessiva ao risco (Paiva, 2019). Por outro lado, a ausência de ousadia em ambientes que valorizam decisões arrojadas pode ser igualmente prejudicial à reputação. Nesse sentido, a autoeficácia, crença na própria capacidade de gerar resultados, contribui para explicar como a reputação influencia a qualidade das decisões (Christofoli; Weymer, 2023). A reputação influencia diretamente o valor do capital humano do gestor, impactando as oportunidades de carreira e a valorização no mercado de trabalho (Correia; Amaral, 2008).

Diante dessa relação, verifica-se que vieses comportamentais podem influenciar a forma como o gestor é visto no mercado, visto que decisões enviesadas podem resultar em perdas reputacionais significativas. A partir desse entendimento, formula-se a segunda hipótese da pesquisa:

H2: Os vieses comportamentais afetam a reputação profissional do gestor que toma decisões sobre investimentos em ativos reais

2.3 TOMADA DE DECISÃO E REPUTAÇÃO PROFISSIONAL

Segundo Saurin *et al.* (2015), os indivíduos frequentemente precisam decidir em situações incertas ou que envolvem riscos, os padrões comportamentais podem distorcer esse processo, comprometendo a maximização de valor nas decisões financeiras. Simon (1970) descreve esse processo como um fluxo contínuo de escolhas, no qual as alternativas devem ser avaliadas conforme os objetivos do decisor.

A complexidade da decisão está relacionada à dificuldade do problema, ao conhecimento necessário, à situação em questão e aos atributos dos envolvidos (Lindenberg, 2010). Vale destacar que o conhecimento financeiro pode mitigar esses efeitos, promovendo decisões mais conscientes (Bapat, 2020). Nesse sentido, informações sobre histórico de lucros, governança e indicadores de desempenho são fundamentais para avaliar adequadamente riscos e retornos, reduzindo o impacto de decisões precipitadas (Shih *et al.*, 2022). Autores como Campos (2013) e Silva e Souza (2019) enfatizam a prevalência das heurísticas no processo decisório, especialmente em ambientes instáveis e incertos.

Guzella, Castro e Santana (2023) acrescentam que fatores comportamentais, como a atenção, influenciam a reputação dos gestores, ressaltando a importância do comportamento informacional dos investidores. Gestores com sólida reputação tendem a adotar posturas mais conservadoras, buscando preservar sua imagem e evitar riscos excessivos (Coleman, 2006).

Por outro lado, aqueles menos preocupados com a reputação podem assumir posições mais arriscadas, pois têm menos a perder em termos de status profissional (Nobre, 2018).

Além disso, a reputação molda as expectativas dos stakeholders sobre o comportamento do gestor, o que pode influenciar suas decisões em ativos reais (De Luca *et al.*, 2017). No entanto, decisões enviesadas, como o otimismo excessivo, podem comprometer a credibilidade do gestor, gerando consequências duradouras tanto para a reputação quanto para o desempenho organizacional (Paiva, 2019).

Diante disso, observa-se que o equilíbrio entre manter uma boa reputação e tomar decisões ousadas ou conservadoras é um desafio constante para gestores. Assim, formula-se a terceira hipótese da pesquisa:

H3: A reputação profissional dos gestores afeta a tomada de decisão sobre investimentos em ativos reais

3 METODOLOGIA

Este estudo classifica-se como uma pesquisa descritiva quanto aos objetivos, pois busca detalhar as relações entre as variáveis por meio de observação sistemática, utilizando procedimentos padronizados, como a aplicação de questionário (Andrade, 2010). Em relação à abordagem, trata-se de uma pesquisa quantitativa, que contribui com a objetividade da análise, permitindo mensurar relações por meio de técnicas estatísticas e instrumentos padronizados (Fonseca, 2002)

Para a coleta de dados, adotou-se o procedimento de levantamento (*survey*), indicado quando o objetivo é esclarecer informações sobre a distribuição de variáveis ou relacionar características de um grupo específico de pessoas (Martins; Theóphilo, 2009). Quanto ao tempo de realização, o estudo é caracterizado como transversal, sendo realizado em um único momento (Jung, 2004).

O estudo analisa dois construtos principais: vieses comportamentais (excesso de confiança e otimismo) e reputação profissional. As definições constitutivas e operacionais dos construtos foram fundamentadas na literatura, conforme o Quadro 3 abaixo.

Quadro 3 – Definições constitutivas e operacionais

	DEFINIÇÃO CONSTITUTIVA	DEFINIÇÃO OPERACIONAL
Vieses Cognitivos: Excesso de confiança e Otimismo.	Excesso de confiança: Viés cognitivo por meio do qual o sujeito confia excessivamente em seus próprios raciocínios e julgamentos, convencido de que possui uma inteligência superior à realidade ou dispõe de informações mais precisas em comparação aos outros, quando não tem (Kahneman; Tversky, 1979; Pompian, 2006; Silva <i>et al.</i> , 2021).	Mensuração obtida através de declarações que estimam esse viés com base em Silva <i>et al.</i> (2021), composto por 9 itens com escala de 10 pontos, onde 1 significa “discordo totalmente” e 10 “concordo totalmente”. Assim, a mensuração será a média simples dos 9 itens, a saber que: se a média do item for de 1 a 3.4, significa dizer que o respondente não possui o viés; caso seja 3.5 a 6.7, o respondente é indiferente em relação ao viés; e caso a média seja de 6.8 a 10, haverá a presença do viés.
	Otimismo: Viés emocional por meio do qual o sujeito considera-se superior à média em determinadas situações, mantendo a convicção de que apenas eventos positivos lhe ocorrerão (Kahneman; Tversky, 1979; Pompian, 2006; Silva <i>et al.</i> , 2021).	Mensuração obtida através de declarações que estimam esse viés com base em Silva <i>et al.</i> (2021), composto por 7 itens com escala de 10 pontos, onde 1 significa “discordo totalmente” e 10 “concordo totalmente”. Assim, a mensuração será a média simples dos 7 itens, a saber que: se a média do item for de 1 a 3.4, significa dizer que o respondente não possui o viés; caso seja 3.5 a 6.7, o respondente é indiferente em relação ao viés; e caso a média seja de 6.8 a 10, haverá a presença do viés.
	Reputação profissional: Percepção coletiva de competência, confiabilidade e autoridade, construída ao longo do tempo com base em ações	Mensuração obtida através de declarações que estimam a reputação profissional com base em Guest <i>et al.</i> (2006), Souza e Cavalcante (2023), Hwang, Kim e Kim (2020) e

<p>e decisões. É moldada por experiências passadas, feedback de colegas e opiniões do mercado, e reflete a capacidade do gestor de liderar e influenciar positivamente a organização, sendo um fator essencial na confiança depositada por stakeholders (Silva, 2016; Souza, Cavalcante; 2023; Guest <i>et al.</i>, 2006; Hwang, Kim, Kim; 2020).</p>	<p>Silva, 2016), composto por 20 itens com escala de 10 pontos, onde 1 significa “discordo totalmente” e 10 “concordo totalmente”. Assim, a mensuração será a média simples dos 20 itens, a saber que: se a média do item for de 1 a 3.4, significa dizer que a reputação não impacta na tomada de decisão; caso seja 3.5 a 6.7, a reputação é indiferente à tomada de decisão; e caso a média seja de 6.8 a 10, a reputação impacta na tomada de decisão.</p>
---	--

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O questionário foi dividido em quatro seções: (1) informações do respondente; (2) viés excesso de confiança; (3) viés do otimismo; e (4) reputação profissional. A primeira seção inclui dados como gênero, idade, escolaridade, cargo, tempo no cargo, setor e porte da empresa. As seções seguintes contemplaram as escalas para mensuração dos vieses comportamentais e da reputação profissional. As escalas de excesso de confiança e otimismo foram adaptadas de Silva *et al.* (2021), enquanto a escala de reputação profissional foi construída com base em Guest *et al.* (2006), Souza e Cavalcante (2023) e Hwang, Kim e Kim (2020), contendo 20 itens divididos em quatro subcategorias: liderança e reconhecimento, impacto nas decisões financeiras, liberdade na tomada de decisão, e confiança e capacidade de julgamento.

A população foi composta por gestores de empresas com foco em investimentos em ativos reais, localizadas no estado do Rio Grande do Norte, com ênfase na cidade de Mossoró/RN. A amostra foi não probabilística por conveniência, com 124 respondentes. Os critérios de inclusão envolveram: ter experiência em investimentos em ativos reais; posição de tomada de decisão; acesso a informações sobre reputação profissional; e nível de escolaridade. Foram excluídos gestores operacionais, pessoas com parentesco direto com a pesquisadora, indivíduos sem vínculo com investimentos em ativos reais e profissionais do setor público.

A coleta de dados foi realizada de forma online por meio de um questionário disponibilizado no *Google Forms*, distribuído via redes sociais, e-mails e contatos profissionais através de mensagens. Assim, os respondentes foram encontrados com base no método *snowball* (bola de neve), onde respondentes indicaram outros potenciais participantes.

A análise dos dados foi realizada no software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) v21. Assim, foi realizada a técnica de Análise Fatorial Exploratória (AFE), incluindo medição de covariância e correlação, além de realização do teste KMO e de Bartlett. A confiabilidade foi medida através do Alfa de Cronbach, que conforme Fávero e Belfiore (2021), é uma técnica amplamente utilizada para avaliar a confiabilidade de um conjunto de itens, verificando se eles medem consistentemente o mesmo construto.

Por fim, aplicou-se a técnica de regressão linear múltipla com o objetivo de mensurar a influência dessas variáveis explicativas na variável dependente e criar modelos preditivos. A regressão foi escolhida por permitir a análise simultânea de múltiplas variáveis explicativas sobre a variável dependente, além de possibilitar a criação de modelos preditivos (Fávero; Belfiore, 2021).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra foi caracterizada por variáveis demográficas e profissionais, utilizando o software SPSS. O objetivo dessa etapa foi verificar se o perfil dos participantes atende aos critérios definidos na pesquisa, assegurando a representatividade e a qualidade dos resultados.

Foram utilizadas tabelas de frequência e estatísticas descritivas para resumir e apresentar os dados de forma clara e organizada (Fávero; Belfiore, 2021). Além disso, o tamanho amostral obtido foi considerado adequado para a aplicação de técnicas estatísticas robustas, como a Regressão Linear Múltipla.

Os resultados indicam que a amostra é compatível com o público-alvo definido, garantindo a validade da análise. De acordo com a tabela abaixo, apresenta-se o perfil dos respondentes.

Tabela 1 – Caracterização dos respondentes

Perfil	Opções	Frequência	Percentual	Porcentagem acumulativa	Frequência total
Gênero	Feminino	40	32,3	32,3	124
	Masculino	84	67,7	100	
Idade	Menos de 25 anos	3	2,4	2,4	124
	25 a 34 anos	37	29,8	32,3	
	35 a 44 anos	40	32,3	64,5	
	45 a 54 anos	26	21	85,5	
	55 a 64 anos	13	10,5	96	
	65 anos ou mais	5	4	100	
Escolaridade	Ensino Médio Completo	14	11,3	11,3	124
	Graduação Completa	47	37,9	49,2	
	Pós-graduação	47	37,9	87,1	
	Mestrado	8	6,5	93,5	
	Doutorado	8	6,5	100	
Cargo	Nível operacional	2	1,6	1,6	124
	Nível tático	49	39,5	41,1	
	Nível estratégico	73	58,9	100	
Sector	Comércio	40	32,3	32,3	124
	Indústria	16	12,9	45,2	
	Serviço	63	50,8	96	
	Agronegócio	2	1,6	97,6	
	Multisetorial	3	2,4	100	
Tamanho da empresa	Pequena	88	71	71	124
	Média	19	15,3	86,3	
	Grande	17	13,7	100	

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

De acordo com a Tabela 1, observa-se uma predominância masculina (67,7%) entre os respondentes, evidenciando maior representação masculina em cargos gerenciais, embora a participação feminina (32,3%) indique avanço em posições de liderança.

Com relação à idade, a maioria dos gestores encontra-se entre 25 e 54 anos (83,1%), faixa que normalmente concentra profissionais com maior maturidade e experiência para ocupar cargos de liderança. Estudos como o de Silva e Lucena (2022) indicam o crescimento de gestores mais jovens em decisões de investimento, impulsionado pelo uso de tecnologias emergentes e ferramentas analíticas.

Quanto à escolaridade dos respondentes, a amostra evidencia um bom nível de qualificação, onde 37,9% possuem graduação e outros 37,9% têm pós-graduação. Esse fator é relevante, especialmente em setores como indústria (12,9%) e de serviços (50,8%), que concentram a maior parte dos respondentes. Os dados obtidos estão alinhados aos achados de Vieira, Xavier, Lucena (2024), que identificam uma correlação positiva entre maior escolaridade e envolvimento em decisões financeiras complexas.

Em relação ao porte das organizações, observa-se que a maioria dos gestores (86,3%) atuam em empresas de pequeno e médio porte, sugerindo que essas organizações têm maior

propensão a investir em ativos reais, buscando equilibrar recursos disponíveis e estratégias de crescimento.

4.2 CONFIABILIDADE E VALIDAÇÃO DAS ESCALAS

Nesta seção, serão apresentados os resultados da análise estatística aplicada às escalas utilizadas no estudo, com o objetivo de avaliar sua validade e confiabilidade no contexto dos gestores que investem em ativos reais. As escalas de Reputação Profissional, Excesso de Confiança e Otimismo, foram submetidas à análise fatorial, e os resultados indicaram boa adequação dos dados

Para a escala de Excesso de Confiança, o índice KMO foi de 0,777, evidenciando uma boa adequação da amostra à análise fatorial. O teste de esfericidade de Bartlett apresentou um valor de significância (sig.) de 0,000, confirmando que os dados são adequados. O Quadro 8 resume os resultados obtidos para esse construto.

Quadro 8 – Validação da escala de Excesso de Confiança

Construto	Variável	Carga fatorial (Fator EC)	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Teste de esfericidade de Bartlett	Matriz Anti-Imagem
Excesso de Confiança	EC5	0,845	0,828	0,777	0,000	0,752
	EC7	0,771				0,841
	EC8	0,679				0,814
	EC9	0,669				0,733

Fonte: Adaptado de Macêdo (2016) com dados da pesquisa (2025).

A escala de Otimismo também demonstrou resultados estatisticamente adequados. O índice KMO foi de 0,751, considerado adequado para a aplicação da AFE. O teste de esfericidade de Bartlett apresentou significância estatística (sig. = 0,000), confirmando a viabilidade da análise. Um resumo dos achados está disposto no Quadro 9 abaixo.

Quadro 9 – Validação da escala de Otimismo

Construto	Variável	Carga fatorial (Fator OT)	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Teste de esfericidade de Bartlett	Matriz Anti-Imagem
Otimismo	OT4	0,897	0,880	0,751	0,000	0,708
	OT5	0,846				0,711
	OT6	0,766				0,826
	OT7	0,721				0,791

Fonte: Adaptado de Macêdo (2016) com dados da pesquisa (2025).

Na análise da escala de Excesso de Confiança validada por Silva *et al.* (2021), foram selecionados 4 dos 9 itens, com base nos resultados obtidos. Da mesma forma, dos 7 itens que compõem a escala de Otimismo, 4 foram considerados adequados para este estudo.

Em relação à escala de Reputação Profissional, os testes estatísticos confirmaram a validade e confiabilidade dos dados, nas dimensões Percepção Geral e Credibilidade. O índice KMO apresentou valor de 0,920, indicando adequação da amostra, enquanto o teste de esfericidade de Bartlett apresentou significância estatística (sig. = 0,000), confirmando a viabilidade da Análise Fatorial Exploratória (AFE).

A partir da análise, os itens foram agrupados em dois fatores latentes, denominados Fator Liberdade (REPPG_LIB) e Fator Liderança (REPPG_LID). O Alfa de Cronbach foi de 0,935, indicando confiabilidade. O Quadro 10 demonstra os resultados obtidos.

Quadro 10 – Validação da escala de Reputação Profissional (Percepção Geral)

Construto	Variável	Carga fatorial (Fator Liberdade)	Carga fatorial (Fator Liderança)	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Teste de esfericidade de Bartlett	Matriz Anti-Imagem
-----------	----------	----------------------------------	----------------------------------	------------------	--------------------------	-----------------------------------	--------------------

Reputação Profissional - Percepção Geral	REPPG1 LID		0,675	0,935	0,920	0,000	0,929
	REPPG2 LID		0,744				0,882
	REPPG4 LID		0,669				0,927
	REPPG5 IMP		0,771				0,918
	REPPG6 IMP		0,602				0,945
	REPPG7 LIB	0,574					0,953
	REPPG8 LIB	0,676					0,955
	REPPG9 LIB	0,846					0,915
	REPPG10 LID	0,915					0,875
	REPPG11 IMP	0,855					0,924
	REPPG12 CON	0,774					0,920
	REPPG13 CON	0,623					0,899

Fonte: Adaptado de Macêdo (2016) com dados da pesquisa (2025).

Os testes aplicados à dimensão Credibilidade também indicaram adequação dos dados à AFE. O índice KMO foi de 0,908, e o teste de esfericidade de Bartlett apresentou significância estatística (sig. = 0,000). As medidas de adequação amostral mostraram valores elevados, evidenciando confiabilidade dos dados para a extração fatorial. Todos os itens apresentaram cargas fatoriais elevadas no único fator extraído, denominado “Credibilidade Percebida”, com destaque para os itens REPC2_LID (0,930) e REPC3_IMP (0,921).

O Alfa de Cronbach foi de 0,940, demonstrando confiabilidade da escala. A elevada variância explicada e as altas cargas fatoriais confirmam a validade para mensurar o construto proposto. O Quadro 11 apresenta os valores obtidos.

Quadro 11 – Validação da escala de Reputação Profissional (Credibilidade)

Construto	Variável	Carga fatorial (Fator Credibilidade)	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Teste de esfericidade de Bartlett	Matriz Anti-Imagem
Reputação Profissional - Credibilidade	REPC1 LID	0,851	0,940	0,908	0,000	0,919
	REPC2 LID	0,930				0,903
	REPC3 IMP	0,921				0,935
	REPC4 LID	0,898				0,920
	REPC5 IMP	0,902				0,911
	REPC6 IMP	0,690				0,877
	REPC7 LIB	0,627				0,864

Fonte: Adaptado de Macêdo (2016) com dados da pesquisa (2025).

Os achados dos dois construtos representam que os indicadores estão acima da média, inferindo que as afirmações são estruturadas de modo a mensurar de forma coerente se a reputação profissional influencia na tomada de decisão gerencial. Após convergir as variáveis para os fatores, foram definidos na Percepção Geral dois fatores, e na Credibilidade um fator. A partir desses dados, a análise seguinte foi realizada através da técnica de Regressão Linear Múltipla.

4.3 REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA

Para a Regressão Linear Múltipla, os dados foram organizados e as variáveis dependentes e explicativas, listadas no Quadro 12, foram definidas de acordo com os objetivos do estudo, formulando quatro equações para análise dos dados.

Quadro 12 – Descrição das variáveis da regressão

Tipo	Variável	Descrição
Variável dependente	REPPG LIB	Reputação Profissional – Percepção Geral – Liberdade
	REPPG LID	Reputação Profissional – Percepção Geral – Liderança
	REPC	Reputação Profissional - Credibilidade
Variável explicativa	OT	Viés do Otimismo

	EC	Viés do Excesso de Confiança
--	----	------------------------------

Fonte: Elaborado pela autora (2025).

A primeira equação indica que 48,4% da variação em REPPG_LIB é explicada por EC e OT, sendo estruturada da forma abaixo, onde α demonstra um valor de 0.696, β_1 representa 0.285 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo), β_2 representa 0.608 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo).

$$\text{REPPG_LIB} = 0.696 + (0.285 \times \text{OT}) + (0.608 \times \text{EC})$$

A 2ª etapa da regressão contempla a equação, onde α demonstra um valor de 2.300, β_1 representa 0.354 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo), β_2 representa 0.388 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo). A equação então indica que 49,4% da variação em REPPG_LID é explicada por EC e OT

$$\text{REPPG_LID} = 2.300 + (0.354 \times \text{OT}) + (0.388 \times \text{EC})$$

A 3ª etapa contempla a equação estruturada com REPC como variável dependente explicada por EC e OT. A equação demonstra para α um valor de 1.189, β_1 representando 0.048 ($p = 0.561 \rightarrow$ não significativo), β_2 representando 0.822 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo). A equação indica que a variável OT não tem um impacto relevante sobre REPC.

$$\text{REPC} = 1.189 + (0.048 \times \text{OT}) + (0.822 \times \text{EC})$$

Para aplicar a 4ª etapa da regressão, foi considerado apenas a variável EC como explicativa, para a variável dependente REPPG_LIB. A equação abaixo demonstra para α um valor de 1.411 e β_1 representa 0.845 ($p < 0,001 \rightarrow$ significativo). Este modelo foi gerado com a técnica *stepwise*, removendo OT por não ser relevante. A equação então indica que 49,7% da variação em REPPG_LIB é explicada apenas por EC.

$$\text{REPPG_LIB} = 1.411 + (0.845 \times \text{EC})$$

As equações acima fornecem uma visão detalhada dos impactos das variáveis EC e OT nos resultados, demonstrando que estas são significativas para prever REPPG_LIB e REPPG_LID. Para REPC, apenas EC tem efeito relevante, já que OT não influencia significativamente essa variável.

4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A hipótese H1 deste estudo propõe que os vieses comportamentais — Excesso de Confiança (EC) e Otimismo (OT) — influenciam a tomada de decisão dos gestores em investimentos em ativos reais. Para investigar essa relação, foi realizada uma estatística descritiva das variáveis analisadas para fornecer informações sobre a distribuição dos dados, conforme apresentado na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2 – Estatística descritiva das variáveis

Variável	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
OT	7.9315	1.61338	3.00	10.00
EC	6.7883	1.53616	2.75	10.00
REPPG_LIB	7.0841	1.73545	1.71	10.00
REPPG_LID	7.7419	1.40909	2.40	10.00
REPC	7.1492	1.83399	1.83	10.00

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A análise da Tabela 2 indica que os respondentes apresentam elevados níveis de Otimismo (média 7,93; desvio padrão 1,61) e Excesso de Confiança (média 6,78; desvio padrão 1,53), evidenciando que, apesar da variabilidade, predominam atitudes otimistas e confiantes na tomada de decisão.

Quanto às dimensões de Reputação Profissional, Percepção Geral – Liberdade apresentou média de 7,08 (desvio padrão 1,73), sugerindo que os gestores tendem a adotar posturas relativamente flexíveis em suas decisões. A dimensão Percepção Geral – Liderança com média de 7,74 (desvio padrão 1,40), revela uma tendência mais acentuada para decisões estruturadas e disciplinadas. A dimensão Credibilidade com média de 7,14 (desvio padrão 1,83), mostra que a racionalidade é valorizada na tomada de decisão, ainda que com considerável variabilidade entre os respondentes. Esses resultados apontam para um perfil de gestores que equilibram otimismo e confiança com diferentes graus de rigor e flexibilidade em suas escolhas.

As evidências confirmam a forte influência dos vieses comportamentais na tomada de decisão em investimentos em ativos reais e alinham-se a estudos como o de Kahneman e Tversky (1979), que apontam a influência de percepções subjetivas de risco e ganho nas decisões financeiras. O Excesso de Confiança, se destaca como fator relevante, levando gestores a superestimar o sucesso e subestimar os riscos, conforme apontado por Silva e Lucena (2022). Além disso, os resultados convergem com Pompian (2006), indicando que gestores confiantes e otimistas adotam estratégias de investimento mais agressivas, com menor aversão ao risco.

Portanto, a hipótese H1 foi confirmada, mostrando que os vieses comportamentais influenciam significativamente as decisões de investimento, com o Excesso de Confiança exercendo maior impacto que o Otimismo.

A hipótese H2 estabelece que os vieses comportamentais afetam a reputação profissional do gestor que toma decisões sobre investimentos em ativos reais. A análise descritiva inicial indica que os gestores apresentam níveis elevados de Otimismo (média = 7,93) e Excesso de Confiança (média = 6,78). Da mesma forma, as variáveis REPPG_LIB (liberdade), REPPG_LID (liderança) e REPC (credibilidade) também apresentaram médias altas, sugerindo que a maioria dos gestores adota posturas que impactam ou levam em consideração sua reputação profissional.

Por outro lado, os elevados desvios padrão (1.4 a 1.8), indicam forte variação nas respostas, reforçando que diferentes perfis de gestores possuem diferentes graus de reconhecimento profissional. Isso reforça a ideia de que o comportamento do gestor pode afetar sua reputação de formas distintas, dependendo da percepção sobre suas decisões.

Para avaliar se os vieses comportamentais afetam a reputação profissional dos gestores, analisou-se como OT e EC impactam as variáveis REPPG_LIB, REPPG_LID e REPC, que refletem diferentes dimensões da reputação do gestor. A tabela abaixo apresenta os coeficientes da regressão.

Tabela 3 – Valores dos testes e coeficientes das variáveis

Variável Dependente	Variável Independente	Coefficiente (B)	Erro Padrão	Valor t	Sig. (p-valor)
REPPG_LIB	OT (Otimismo)	0.285	0.056	0.089	0.000
REPPG_LIB	EC (Excesso de Confiança)	0.608	0.072	.444	0.000
REPPG_LID	OT (Otimismo)	0.354	0.061	.803	0.000
REPPG_LID	EC (Excesso de Confiança)	0.388	0.064	.059	0.000
REPC	OT (Otimismo)	0.048	0.061	.789	0.561
REPC	EC (Excesso de Confiança)	0.822	0.068	2.088	0.000

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Os resultados mostram que tanto OT quanto EC são preditores significativos da reputação do gestor, refletida em REPPG_LIB e REPPG_LID com destaque para EC, que apresentou coeficientes mais elevados. Isso sugere que gestores mais confiantes são mais propensos a moldar sua reputação, seja positiva ou negativamente.

Contudo, a variável OT não foi significativa para REPC, indicando que o otimismo não afeta diretamente sua reputação em decisões de caráter racional. Já o EC mostrou impacto significativo sobre REPC, sugerindo que gestores confiantes podem ter suas decisões racionais percebidas de forma mais intensa, o que pode afetar a reputação. A tabela abaixo apresenta os valores de R^2 ajustado para cada modelo de regressão.

Tabela 4 – R^2 ajustado das regressões

Modelo	R^2 Ajustado	Sig. (p-valor)
REPPG_LIB	0.484	0.000
REPPG_LID	0.494	0.000
REPC	0.495	0.000

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Os modelos de regressão explicam entre 48,4% e 49,5% da variação nas variáveis dependentes, indicando que as variáveis explicativas OT e EC são bons preditores das decisões dos gestores. O modelo de REPC apresentou o maior R^2 ajustado (0.495), mas OT não foi significativo, indicando que a racionalidade das decisões é explicada quase exclusivamente pelo EC.

A literatura destaca que gestores com alta reputação tendem a ter mais autonomia e assumir riscos estratégicos (De Luca *et al.*, 2017; Souza; Cavalcante, 2023). Embora os resultados mostrem que o otimismo e o excesso de confiança tenham maior influência nas decisões, a reputação apresentou valores altos neste cenário.

Os resultados reforçam a visão de Quelopana (2003), segundo a qual a reputação é moldada pelos resultados e pela forma como as decisões são tomadas. Gestores com alta reputação têm maior liberdade para tomar decisões estratégicas (Quelopana, 2003), o que se reflete na influência de OT sobre REPPG_LIB. Entretanto, como apontam Hwang, Kim e Kim (2020) essa reputação também pode levar ao conservadorismo para preservação de imagem.

Como o OT foi significativo nos aspectos de Liberdade e Liderança na tomada de decisão alinhadas à Reputação Profissional, sugere-se que a reputação pode moderar essas decisões, afetando assim a racionalidade. Os resultados mostram que OT impacta a reputação quando a decisão envolve liberalidade e liderança, mas não quando a decisão é racional. Assim, gestores otimistas podem ser vistos como inspiradores e estratégicos, mas sua reputação não é impactada pelo otimismo em decisões objetivas. Christofoli e Weymer (2023) destacam que a reputação impacta mais a percepção dos stakeholders do que a própria decisão do gestor, o que pode explicar a ausência de efeito do OT sobre REPC.

Estudos como o de Vieira, Xavier, Lucena (2024), sugerem que os efeitos dos vieses não ocorrem de forma isolada. Maia *et al.* (2018) alertam para os efeitos sistêmicos dos vieses no ambiente organizacional, pois podem gerar ambientes organizacionais mais arriscados e resistentes a críticas, prejudicando a governança.

Com base nos resultados e no suporte da literatura, a Hipótese H2 foi parcialmente confirmada. Os vieses comportamentais (OT e EC) influenciam a reputação profissional nas decisões estratégicas e de liderança. Entretanto, a hipótese foi rejeitada para a dimensão REPC, onde o Otimismo não demonstrou significância estatística.

A hipótese H3 sugere que a reputação profissional dos gestores afeta a tomada de decisão sobre investimentos em ativos reais, partindo da ideia de que gestores bem avaliados têm maior autonomia, segurança e credibilidade, o que pode afetar a forma como alocam

recursos. A literatura sustenta que a reputação está associada à competência percebida e à confiabilidade, fatores que podem moldar o estilo de tomada de decisão do gestor (De Luca *et al.*, 2017), mas é necessário avaliar essa influência empiricamente.

A análise descritiva revelou na Tabela 7 médias elevadas para Otimismo (OT = 7,93) e Excesso de Confiança (EC = 6,78), sugerindo que essas características influenciam a reputação dos gestores. A média elevada de REPPG_LID (7,74) sugere que muitos se percebem como disciplinados e estruturados, reforçando sua credibilidade. Contudo, os desvios padrão entre 1,4 e 1,8 mostram diferentes perfis, com diferentes níveis de risco e conservadorismo.

A literatura reforça que a reputação pode ampliar a liberdade decisória, mas também gerar excessos (Cohen, Ayton e Clacher, 2020; Moraes, 2020). Costa (2017) acrescenta que gestores confiantes e bem reputados podem tornar-se menos cautelosos, acreditando que sua posição os protege de eventuais consequências negativas. Isso está alinhado com os achados desta pesquisa, que mostram que EC impactou significativo as decisões, especialmente nas variáveis REPPG_LIB, REPPG_LID e REPC, indicando que gestores confiantes moldam sua reputação por meio de decisões arriscadas. Esses resultados dialogam com os estudos de Kahneman e Tversky (1979) e Pompian (2006), que demonstram que líderes tendem a confiar demais em suas intuições e experiências passadas.

Por outro lado, o OT afetou positivamente aspectos estratégicos e de liderança, sem afetar significativamente a credibilidade (REPC), sugerindo que o mercado valoriza resultados concretos, e não apenas posturas visionárias (Silva e Lucena, 2022). A reputação profissional, nesse contexto, funciona como ativo estratégico ampliando a autonomia decisória (Cohen, Ayton e Clacher, 2020).

No entanto, os resultados indicam um paradoxo: enquanto uma reputação consolidada pode fortalecer a percepção de competência do gestor, também pode levar a uma maior tolerância a decisões arriscadas, devido à confiança excessiva depositada pelos stakeholders. Isso reforça a necessidade de governança para equilibrar autonomia e responsabilidade (Hwang, Kim e Kim, 2020). Além disso, o fato da reputação não afetar diretamente a racionalidade sugere que a percepção sobre o gestor se baseia mais na trajetória e nos resultados passados do que em decisões pontuais, o que está alinhado com as descobertas de Maia *et al.* (2018) e Klein *et al.* (2023).

Diante disso, a hipótese H3 foi confirmada, pois a reputação profissional influencia o estilo de tomada de decisão dos gestores, principalmente em aspectos estratégicos e de liderança, embora essa influência varia conforme características comportamentais e percepção do mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a influência dos vieses comportamentais e da reputação profissional do gestor na tomada de decisão sobre investimentos em ativos reais. Para tanto, foram desenvolvidas três hipóteses principais que buscavam compreender como fatores psicológicos e perceptivos afetam as decisões estratégicas no mercado financeiro.

Foi possível identificar que os vieses comportamentais, excesso de confiança e otimismo, exercem papel significativo nas decisões estratégicas dos gestores, influenciando diretamente a racionalidade e os resultados das escolhas realizadas. A confirmação da H1 evidencia que decisões financeiras não são tomadas de forma puramente lógica, mas são influenciadas por julgamentos subjetivos e fatores emocionais.

No tocante à reputação profissional, a H2 foi parcialmente confirmada, indicando que essa variável é dinâmica e pode ser tanto construída quanto comprometida a partir das

decisões dos gestores. A percepção do mercado sobre essas escolhas, portanto, torna-se fundamental para consolidar ou fragilizar a imagem profissional do decisor. Já a terceira hipótese (H3) demonstrou que a reputação influencia a tomada de decisão em ativos reais, especialmente em situações de alta complexidade e visibilidade, reforçando seu papel moderador no comportamento decisório.

A interação entre os vieses comportamentais e a reputação profissional configura-se como um elemento central para compreender o processo decisório no contexto dos investimentos em ativos reais. A reputação, longe de ser um atributo estático, é moldada pela consistência e fundamentação das decisões tomadas, e pode atuar tanto como capital simbólico quanto como risco. Em um cenário corporativo marcado por volatilidade e competição, gestores que souberem equilibrar análise técnica, consciência comportamental e gestão reputacional estarão mais aptos a alcançar decisões eficazes e sustentáveis ao longo do tempo.

A contribuição deste estudo é tanto teórica quanto prática. Teoricamente, fortalece a relevância da abordagem comportamental nas finanças e gestão, ao integrar aspectos psicológicos e sociais à compreensão do processo decisório. Do ponto de vista prático, ressalta a necessidade de monitorar ativamente comportamentos como o Excesso de Confiança e Otimismo na tomada de decisão, garantindo que as escolhas estratégicas sejam fundamentadas em dados e análise objetiva, e não apenas em percepções subjetivas.

Apesar das contribuições, o estudo apresenta limitações, que incluem a delimitação amostral e o foco em um contexto organizacional específico, o que impossibilita a generalização dos resultados para outros setores ou realidades empresariais com estruturas decisórias distintas. Além disso, o estudo concentrou-se em aspectos individuais dos gestores, não contemplando variáveis externas que também podem influenciar a tomada de decisão.

Para futuras pesquisas, sugere-se explorar abordagens qualitativas que permitam uma compreensão mais aprofundada da percepção dos próprios gestores quanto à influência de sua reputação e de seus vieses. Também seria relevante comparar os resultados entre diferentes setores e culturas organizacionais, para verificar se o padrão de comportamento se mantém ou se varia significativamente.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ATES, S.; COSKUN, A.; ŞAHIN, M. A.; DEMIRCAN, M. L. Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Borsa Istanbul. **Business and Economics Research Journal**, v. 7, n. 3, p. 1-19, 2016.

AZEVEDO, Y. G. P.; NAKAO, S. H. O efeito moderador do narcisismo do CEO na sensibilidade da remuneração ao desempenho. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, v. 35, n. 95, p. e1909, 2024.

AHMAD, Z.; IBRAHIM, H.; TUYON, J. Institutional investor behavioral biases: syntheses of theory and evidence. **Management Research Review**, v. 40, n. 5, p. 578–603, 2017.

BAKER, H. K.; KUMAR, S.; GOYAL, N.; GAUR, V. How financial literacy and demographic variables relate to behavioral biases. **Managerial Finance**, v. 45, n. 2, 2019.

BAPAT, D. Antecedents to responsible financial management behavior among young adults: moderating role of financial risk tolerance. **International Journal of Bank Marketing**, v. 38, n. 5, p. 1177-1194, 2020.

CAMPOS, D. **Os processos heurísticos e seus impactos na tomada de decisões de investidores**. Monografia (Graduação em Economia) - Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro/RJ. 2013.

CAPUTO, A. Relevant information, personality traits and anchoring effect. **International Journal of Management and Decision Making**, v. 13, n. 1, p. 62-76, 2014.

CHRISTOFOLI, V.; WEYMER, A. S. Q. The relationship between self-efficacy and organizational reputation in cooperative organizations. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 21, n 1, e2022-0015, 2023.

COHEN, L. W.; AYTON, P.; CLACHER, I. Extraneous menu-effects influence financial decisions made by pension trustees. **Economics Letters**, v. 187, n. 1, p. 108895, 2020. DOI: 10.1016/j.econlet.2019.108895.

COLEMAN, L. **Why managers and companies take risks**. 1. ed. New York: Physica-Verlag, 2006.

CORREIA, L. F.; AMARAL, H. F. Arcabouço teórico para os estudos de governança corporativa: os pressupostos subjacentes à teoria da agência. **Revista de Gestão USP**, v. 15, n. 3, p. 1-10, 2008.

COSTA, D. F. **Ensaio sobre vieses cognitivos no processo de tomada de decisão gerencial**. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras. Lavras/MG. 2017.

DE LUCA, M. M. M.; GÓIS, A. D.; ALMEIDA, T. A.; LIMA, P. A. M.; SILVA, R. M. Reputação do diretor-executivo no desempenho das companhias abertas da América Latina. **Enfoque: Reflexão Contábil**, v. 36, n. 1, p. 65-84, 2017.

EDWARDS, W.; THALER, R. **Does the market overreact?** The Journal of Finance, v. 40, n. 3, p.793-805, 1985.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. **Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2021.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002.

GUEST, G.; BUNCE, A.; JOHNSON, L. How Many Interviews Are Enough? An Experiment with Data Saturation and Variability. **Field Methods**, v. 18, n. 1, p. 59-82, 2006.

GUZELLA, M.; CASTRO, F. H.; SANTANA, V. F. The effect of investor attention on the efficiency of the Brazilian stock market. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, v. 34, n. 93, e1635, 2023.

HIRSCHEY, M.; NOFSINGER, J. **Investments: Analysis and Behavior**. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2008.

HOFSTEDE, G. Management in the 21st Century. **Organizational Dynamics**, v. 28, n. 1, p. 34-44, 1999.

HWANG, H. D.; KIM, H. D.; KIM, T. The blind power: Power-led CEO overconfidence and M&A decision making. **The North American Journal of Economics and Finance**, v. 52, n. 1, p. 101-141, 2020.

JUNG, C. F. **Metodologia para pesquisa e desenvolvimento: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**. v. 47, n. 2, p. 263-292, 1979.

KARTINI, K.; NAHDA, K. Behavioral Biases on Investment Decision: A Case Study in Indonesia. **Journal of Asian Finance, Economics and Business**, v. 8, n. 3, p. 1231–1240, 2021.

LINDENBERG, S. **Negociação e processo decisório**. Curitiba: IESDE, 2010.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MERKLE, C. Financial loss aversion illusion. **Review of Finance**, v. 24, n. 2, p. 381-413 2020.

MORAES, D. C. L. **Vieses Cognitivos: Um estudo sobre o viés de confirmação e sua aplicabilidade na tomada de decisão no processo de execução do planejamento orçamentário**. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Finanças Empresariais) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo/SP, 2020.

NOBRE, F. C. **Decisões de investimentos em ativos reais: influências dos vieses comportamentais, do enraizamento gerencial e da tolerância ao risco no processo decisório**. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba/SP, 2018.

NOBRE, L. H. N.; GRABLE, J. E.; SILVA, W. V.; NOBRE, F. C. Managerial risk taking: a conceptual model for business use. **Management Decision**, v. 56, n. 11, p. 2487-2501, 2018.

PAIVA, T. M. S. **Finanças comportamentais: um estudo sobre o que sentimos em relação às escolhas financeiras e porque escolhemos o que escolhemos**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

MAIA, A. J. R.; PESSOA, F. E. N.; SILVA, E. M. S.; DE LUCA, A. C. V. A reputação do gestor influencia o desempenho empresarial? **Revista de Administração FACES Journal**, v. 17, n. 4, p. 89-107, 2018. DOI: 10.21714/1984-6975FACES2018V17N4ART5897.

POMPIAN, M. **Finance: Behavioral Finance and Wealth Management: How to build optimal portfolios that account for investor biases.** New Jersey: Wiley, 2006.

POMPIAN, M. M.; LONGO, J. M. A New Paradigm for Practical Application of Behavioral Finance. **The Journal of Wealth Management**, v. 7, n. 2, p. 9-15. 2004.

QUELOPANA, E. M. **A influência do conhecimento tácito e explícito no processo decisório organizacional.** Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

ROMEIRO, V. **Finanças Comportamentais: a racionalidade ou intuição como objeto de estudo sobre o processo decisório de investidores no período de 2007 a 2016.** Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo/SP, 2018.

SÁ, M. M. **Decisões financeiras em condições de risco por gerentes, diretores e firmas brasileiras: uma análise baseada nas Finanças Comportamentais.** Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo/SP, 2007.

SAURIN, V.; VAREJÃO, J. M. J.; COSTA JÚNIOR, N. C. A.; PRATES, W. R. Estudo comparativo do viés do status quo e perfil de risco em tomadas de decisões por estudantes de cursos de pós-graduação. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 16, n. 5, p. 95-126, 2015.

SHIH, H. M.; CHEN, B. H.; CHEN, M. H.; WANG, C. H.; WANG, L. F. A Study of the Financial Behavior Based on the Theory of Planned Behavior. **International Journal of Marketing Studies**, v. 14, n. 2, p. 1-12, 2022. DOI: 10.5539/ijms.v14n2p1.

SILVA, A. P. S. S.; SOUZA, A. L. Finanças Comportamentais e Heurísticas: um estudo exploratório sobre os riscos decorrentes da presença de vieses na tomada de decisão em Finanças. **Revista Formadores**, v. 12, n. 6, p. 83-109, 2019.

SILVA, D. P. **O impacto do Personal na reputação pessoal.** Dissertação (Mestrado em Publicidade e Marketing) – Instituto Politécnico de Lisboa, Lisboa, 2016.

SILVA, N. E. F.; LUCENA, W. G. L. Educação financeira e vieses cognitivos: análise considerando variáveis sociodemográficas. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 16, n. 4, p. 51-70, 2022.

SIMON, H. **Comportamento Administrativo: estudos dos processos decisórios nas organizações administrativas.** 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1970.

SOUZA, A. P.; CAVALCANTE, P. Construção e validação de uma medida de reputação das áreas de gestão de pessoas em organizações públicas brasileiras. **Revista de Administração Pública**, v. 57, n. 6, p. e2022-0329, 2023.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974.

VIEIRA, C. A. M.; XAVIER, G. C.; LUCENA, W. G. L. Investor Sentiment and Earnings Management: Evidence on the use of discretionary accruals to meet earnings benchmarks. **Brazilian Business Review - BBR**, v. 21, n. 2, p. 1-25, 2024.