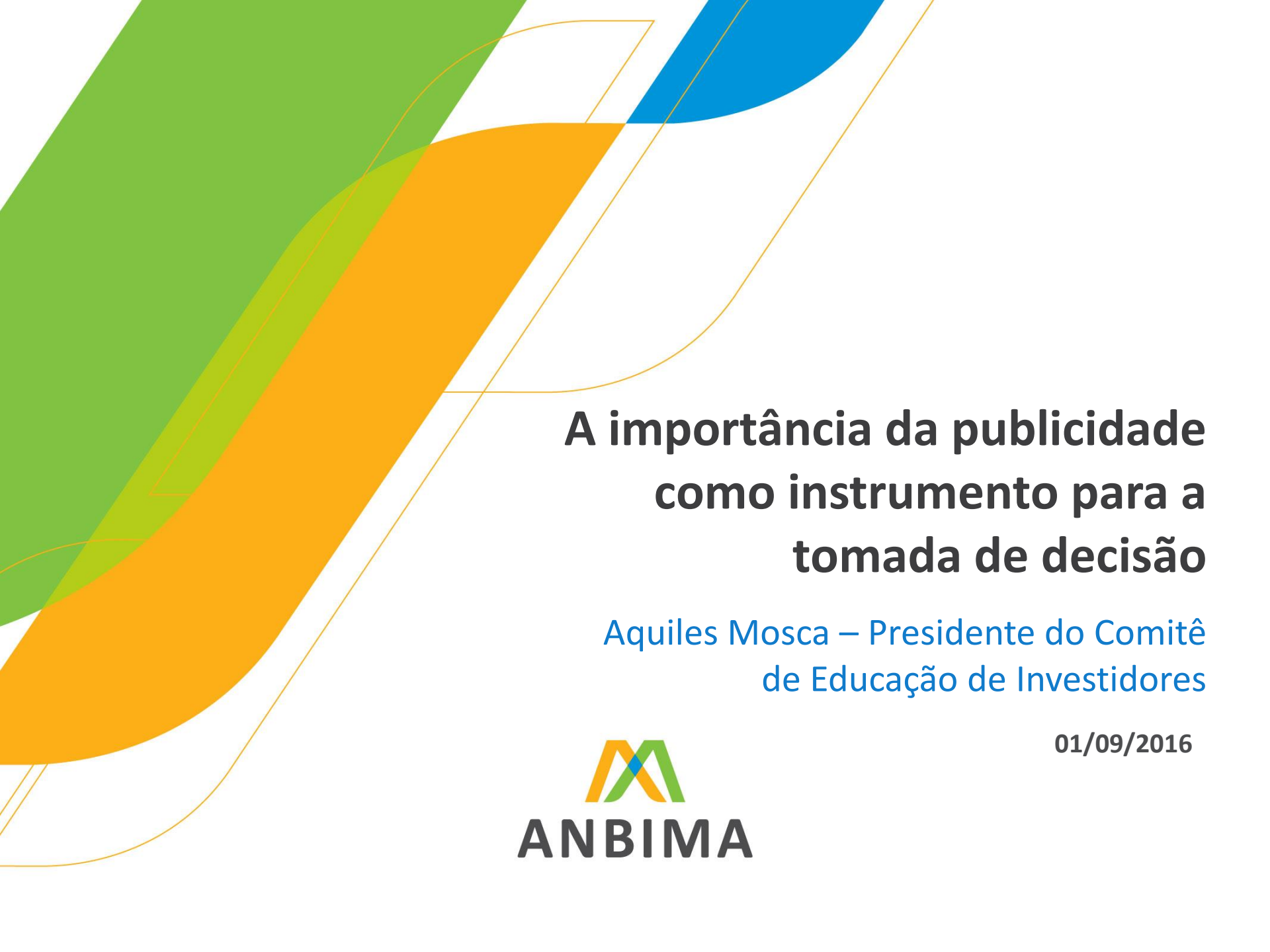




A importância da publicidade como instrumento para a tomada de decisão

Aquiles Mosca – Presidente do Comitê
de Educação de Investidores

01/09/2016

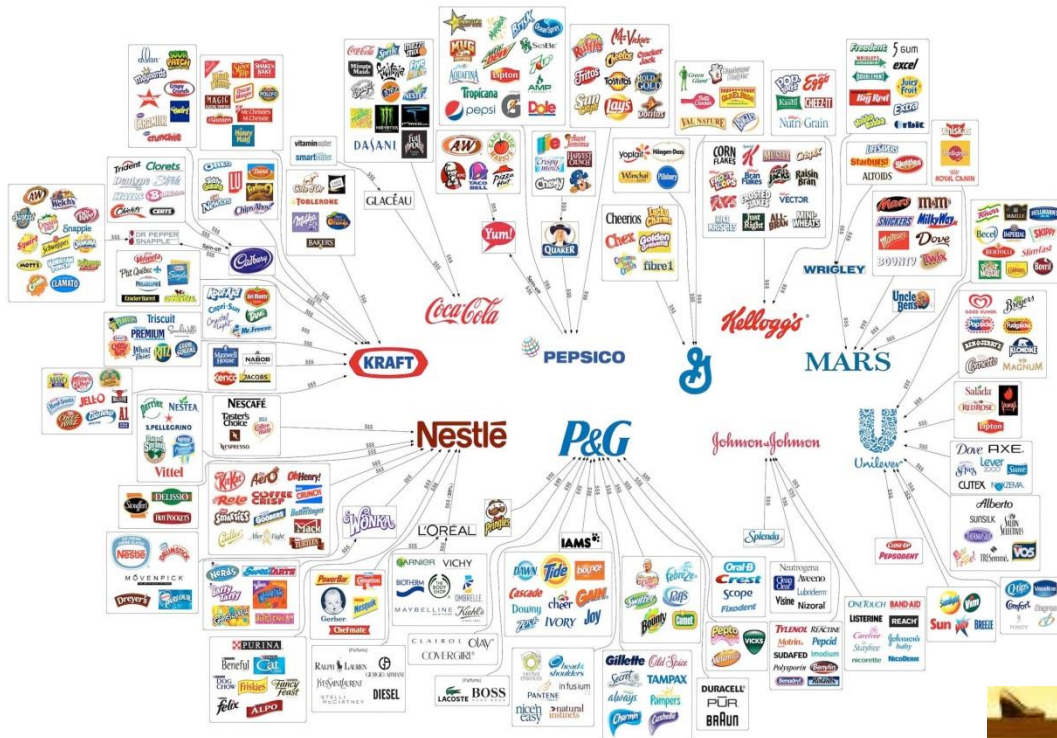


A IMPORTÂNCIA DA PUBLICIDADE COMO INSTRUMENTO PARA A TOMADA DE DECISÃO

- Há imediatamente uma associação com educação financeira;
- Tarefa difícil:
 - *Conflito entre consumo e prazer imediato versus postergação do prazer em prol da poupança.*



UM MUNDO DE TENTAÇÕES E SATISFAÇÃO IMEDIATA



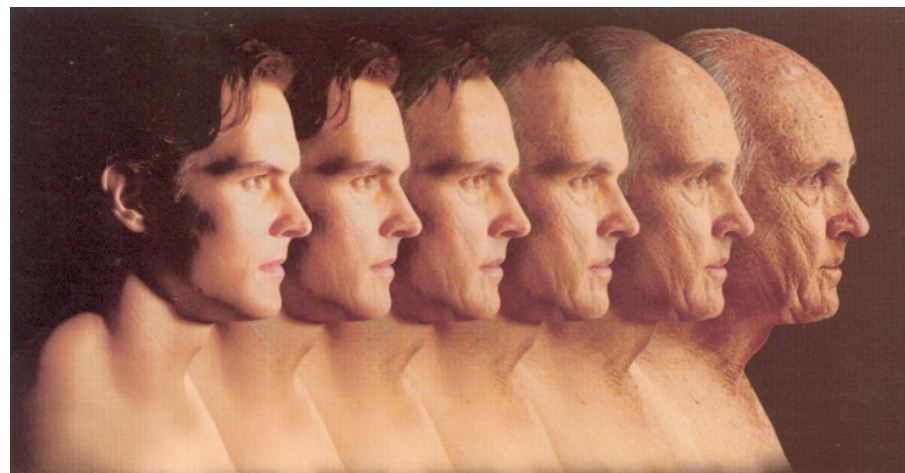
The best knows no alternative.
The new C-Class from €37,750

Mercedes-Benz
The best or nothing.

1/100km (combined) www.mercedes-benz.ie



... *VERSUS* UM FUTURO QUE SEMPRE PARECE DISTANTE



CAMPANHAS EDUCACIONAIS BEM SUCEDIDAS QUE EM SUA ÉPOCA NÃO ERAM EVIDENTES



CAMPANHAS EDUCACIONAIS BEM SUCEDIDAS QUE EM SUA ÉPOCA NÃO ERAM EVIDENTES



É CHATO USAR O CINTO DE SEGURANÇA?
MUITO PIOR É A FALTA QUE ELE PODE FAZER.

Polícia Rodoviária Federal de Santa Catarina

**Utilize o cinto de segurança do banco traseiro.
Seja chato protegendo a vida de quem você ama!**



PODE RESPIRAR FUNDO: AMBIENTES COLETIVOS 100% LIVRES DE FUMAÇA.

Com a Lei Antifumo nº 12.546/2011, fica proibido fumar nos locais parcialmente fechados, em qualquer um de seus lados, por uma parede, divisória, teto ou toldo.



#LeiAntifumo



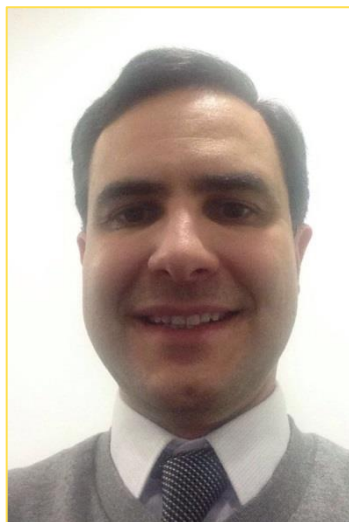
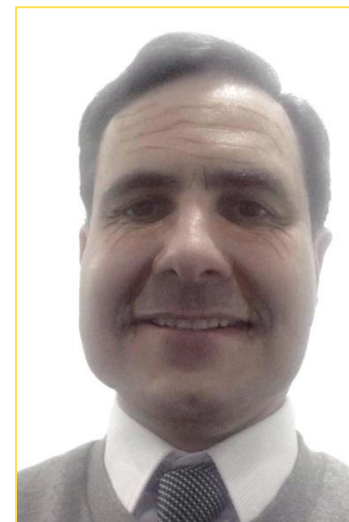
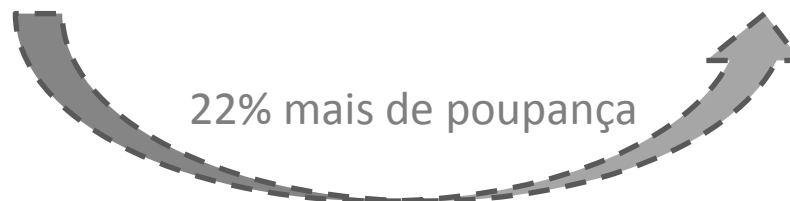
blog.saude.gov.br



Ministério da Saúde

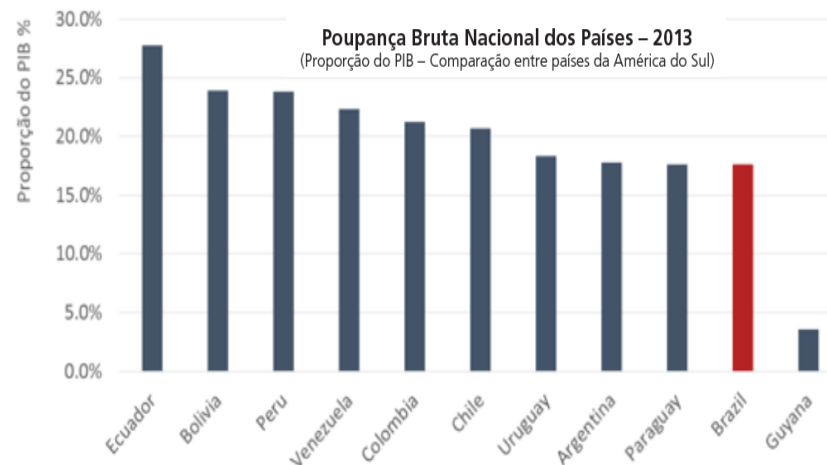


O CÉREBRO TEM PECULIARIDADES QUE NÃO AJUDAM MUITO

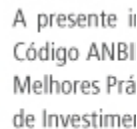


A DESCULPA VERDADEIRA?

País	PIB – US\$ Bilhões	População – Milhões	Renda per capita – US\$ Milhares
Brasil	2.362	194,0	12.200
México	1.758	115,0	15.300
Argentina	747	42,2	18.200
Colômbia	500	45,2	10.700
Venezuela	402	28,0	13.200
Peru	325	29,5	10.700
Chile	319	17,1	18.400
Equador	135	15,2	8.800
Bolívia	54	10,3	5.000
Uruguai	54	3,3	15.800
Paraguai	41	6,5	6.100

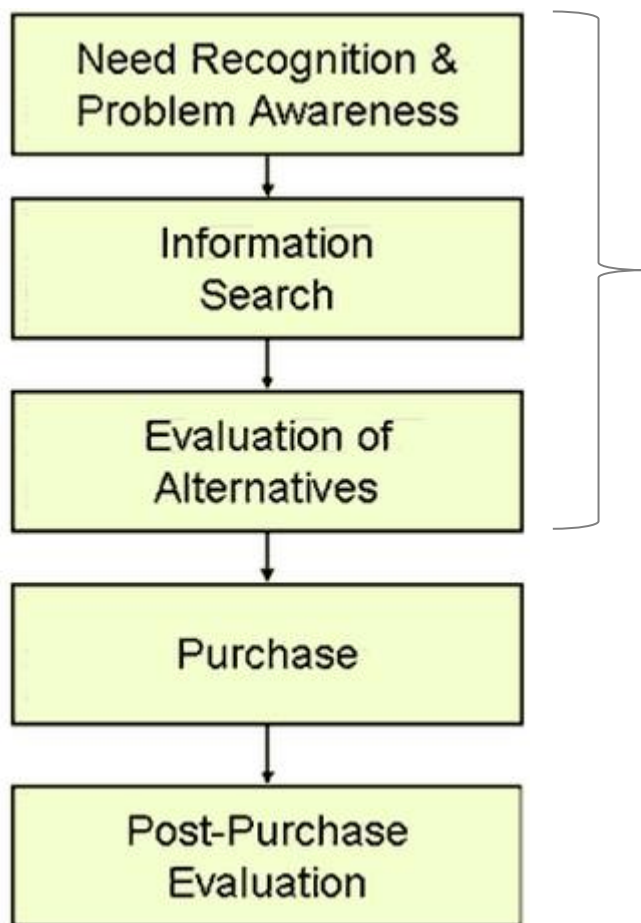


Fonte Primária: WEO IMF 2015. Elaboração Própria.



15 DE JUNHO DE 2012





3 primeiros passos, no caso de uma decisão de investimento, têm particularidades importantes:

- *Conflito consumo vs poupança oculta a necessidade/problema*
- *A informação parece muito complexa e pouco acessível para a maioria*
- *Excesso de alternativas percebidas como complexas*

Terreno fértil para atalhos mentais/heurísticas que facilitem a decisão, o que geralmente leva à más decisões

Rio de Janeiro

*Av. República do Chile, 230 13º andar
20031-170 Rio de Janeiro RJ Brasil
+ 55 21 3814 3800*

São Paulo

*Av. das Nações Unidas, 8.501 21º andar
05425-070 São Paulo SP Brasil
+ 55 11 3471 4200*



ANBIMA