

IMPACTO DOS *NUDGES* COMPORTAMENTAIS NAS DECISÕES DE SUSTENTABILIDADE FINANCEIRA DAS EMPRESAS

THE IMPACT OF BEHAVIORAL *NUDGES* ON CORPORATE FINANCIAL SUSTAINABILITY DECISIONS

IMPACTO DE LOS *NUDGES* COMPORTAMENTALES EN LAS DECISIONES DE SOSTENIBILIDAD FINANCIERA DE LAS EMPRESAS

Ana Kelly Ferreira Rodrigues¹

Caritsa Scartaty Moreira²

Jocykleber Meireles de Souza³

Thayná de Oliveira Fernandes⁴

Artigo recebido em julho de 2024

Artigo aceito em outubro de 2024

DOI: 10.26853/Refas_ISSN-2359-182X_v11n03_03

RESUMO

No contexto atual de crescente pressão por práticas empresariais sustentáveis, os contadores desempenham um papel crucial na avaliação e comunicação da saúde financeira das organizações. No entanto, obstáculos comportamentais frequentemente afetam suas decisões contábeis, limitando a consideração da sustentabilidade financeira. Nesse sentido, os *nudges*, intervenções indiretas que influenciam o comportamento de maneira previsível e não coercitiva, emergem como uma ferramenta promissora para orientar os contadores em direção a práticas mais sustentáveis. Este estudo investiga o impacto dos *nudges* comportamentais na tomada de decisão dos contadores em relação à sustentabilidade financeira das empresas, utilizando uma abordagem qualitativa e experimental. Questionários distribuídos aleatoriamente via Google *Forms* avaliaram o desempenho dos contadores em cenários fictícios, divididos em grupos experimental e de controle expostos ou não a *nudges* relacionados à sustentabilidade financeira. Os resultados demonstram que os *nudges* influenciaram positivamente as decisões dos contadores, sugerindo sua aplicabilidade e impacto na governança e gestão contábil das empresas para melhorar a consideração da sustentabilidade financeira. Em suma, este estudo destaca o papel dos *nudges* na promoção de decisões mais conscientes e sustentáveis pelos contadores.

Palavras-chave: *Nudges*; Contadores; Sustentabilidade financeira.

¹ Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: ana.kelly129@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1243-9216>.

² Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: caritsa_scartaty@hotmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1243-9216>.

³ Professor do curso de Ciências Contábeis pela Universidade Estadual da Paraíba. Doutorando em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: jocykleber@live.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9726-1183>.

⁴ Mestra em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Paraíba. E-mail: thaynafernandespro@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3321-3734>.

ABSTRACT

In the current context of increasing pressure for sustainable business practices, accountants play a crucial role in assessing and communicating the financial health of organizations. However, behavioral obstacles often affect their accounting decisions, limiting the consideration of financial sustainability. In this regard, *nudges*—indirect interventions that influence behavior in a predictable and non-coercive manner—emerge as a promising tool to guide accountants towards more sustainable practices. This study investigates the impact of behavioral *nudges* on accountants' decision-making regarding the financial sustainability of companies, using a qualitative and experimental approach. Questionnaires randomly distributed via Google *Forms* evaluated the performance of accountants in fictitious scenarios, divided into experimental and control groups exposed or not to *nudges* related to financial sustainability. The results demonstrate that *nudges* positively influenced the accountants' decisions, suggesting their applicability and impact on corporate governance and accounting management to improve the consideration of financial sustainability. In summary, this study highlights the role of *nudges* in promoting more conscious and sustainable decisions by accountants.

Keywords: *Nudges*; Accountants; Financial Sustainability

RESUMEN

En el contexto actual de creciente presión por prácticas empresariales sostenibles, los contadores desempeñan un papel crucial en la evaluación y comunicación de la salud financiera de las organizaciones. Sin embargo, los obstáculos comportamentales a menudo afectan sus decisiones contables, limitando la consideración de la sostenibilidad financiera. En este sentido, los *nudges*, intervenciones indirectas que influyen en el comportamiento de manera previsible y no coercitiva, emergen como una herramienta prometedora para guiar a los contadores hacia prácticas más sostenibles. Este estudio investiga el impacto de los *nudges* comportamentales en la toma de decisiones de los contadores con respecto a la sostenibilidad financiera de las empresas, utilizando un enfoque cualitativo y experimental. Cuestionarios distribuidos aleatoriamente a través de Google *Forms* evaluaron el desempeño de los contadores en escenarios ficticios, divididos en grupos experimental y de control expuestos o no a *nudges* relacionados con la sostenibilidad financiera. Los resultados demuestran que los *nudges* influyeron positivamente en las decisiones de los contadores, sugiriendo su aplicabilidad e impacto en la gobernanza y gestión contable de las empresas para mejorar la consideración de la sostenibilidad financiera. En resumen, este estudio destaca el papel de los *nudges* en la promoción de decisiones más conscientes y sostenibles por parte de los contadores.

Palabras clave: *Nudges*; Contadores; Sostenibilidad financiera.

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico sustentável das empresas tem se tornado uma preocupação crescente. Nesse contexto, a sustentabilidade financeira está frequentemente ligada à sustentabilidade ambiental. Por meio da responsabilidade social, é possível reduzir custos ao maximizar a eficiência dos recursos utilizados pelas empresas, ao mesmo tempo em que se obtém valor por meio da diferenciação no mercado e na competição (Andrade, 2017).

A busca por práticas empresariais avançadas evoluiu de uma tendência para uma necessidade urgente. O crescimento financeiro agora está intrinsecamente vinculado à busca por equilíbrio, não apenas nas questões financeiras, mas também nos impactos ambientais, sociais, comportamentais e de mercado das atividades empresariais. O contador desempenha um papel crucial na avaliação e administração dos recursos financeiros das organizações, sendo essencial para uma abordagem holística do sucesso empresarial (Kraemer, 2003).

Além disso, com o avanço da tecnologia, o papel do contador vem se transformando, resultando em um profissional que, além de fornecer informações contábeis, atua de maneira consultiva na análise das demonstrações financeiras, tomada de decisões e gerenciamento de recursos (Breda, 2019). Este novo profissional contábil elabora demonstrações contábeis, analisa dados e busca soluções de melhoria para a empresa, destacando a importância de uma condução adequada para práticas que forneçam informações relevantes, fidedignas e com perspectiva de crescimento sustentável (Maciel; Salotti; Imoniana, 2019).

Nesse cenário, surge o conceito de *nudges* comportamentais. Os *nudges* consistem em escolhas planejadas que buscam modificar o comportamento das pessoas de maneira não coercitiva, mas indutiva (Malnati, 2022). Esta aplicação é de baixo custo e fácil implementação, podendo utilizar ajustes simples na liberação de informações ou recompensas não financeiras que incentivam resultados desejados (Sunstein, 2014).

Os *nudges* emergem como uma ferramenta promissora para moldar as escolhas dos contadores e direcionar suas decisões para práticas mais sustentáveis. As decisões contábeis frequentemente encontram obstáculos comportamentais que podem impedir a consideração adequada da sustentabilidade financeira (Monteiro, 2023).

Diante da crescente pressão por práticas empresariais sustentáveis, os contadores exercem um papel crucial na avaliação e comunicação da saúde financeira das organizações. No entanto, as decisões contábeis muitas vezes enfrentam obstáculos comportamentais que podem impedir a consideração adequada da sustentabilidade financeira.

Portanto, a questão central deste estudo é: como os *nudges* comportamentais podem ser eficazes na tomada de decisão dos contadores e na promoção da integração da sustentabilidade financeira nas práticas contábeis? O objetivo desta pesquisa é analisar o impacto dos *nudges* comportamentais na tomada de decisão dos contadores em relação à sustentabilidade financeira das empresas.

A tomada de decisões financeiras não é totalmente objetiva; é influenciada pelas características e tendências dos indivíduos responsáveis pelas escolhas, incluindo os contadores. À medida que a tecnologia avança e os cenários de negócios se tornam mais complexos, as empresas buscam novas técnicas e tecnologias eficientes no fornecimento de informações para decisões estratégicas. Nessas condições, há necessidade de especialistas em contabilidade que forneçam dados e se concentrem na contenção de custos e em soluções de mercado. Os *nudges* comportamentais emergem como uma ferramenta poderosa para influenciar a tomada de decisão dos contadores, resultando na sustentabilidade financeira das empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Diversos enfoques têm sido adotados para resolver problemas na contabilidade, destacando-se os enfoques econômico e comportamental. Estes enfoques, conforme discutido por Hendriksen e Van Breda (2010), ressaltam que o comportamento dos contadores está relacionado ao contexto econômico no qual estão inseridos. A prática contábil é amplamente influenciada por pressões externas, como a necessidade de elaborar relatórios que atendam a diferentes interesses de mercado e de regulamentação. Assim, as decisões contábeis são fruto de um equilíbrio entre incentivos econômicos e aspectos comportamentais.

A incorporação desses conceitos ao presente estudo é fundamental para compreender de forma mais abrangente o impacto dos *nudges* comportamentais nas decisões dos contadores, oferecendo uma base teórica sólida para a análise. A primeira referência ao termo "*nudge*" vem do paternalismo libertário proposto por Thaler e Sunstein. Esse conceito refere-se a intervenções destinadas a melhorar o bem-estar das pessoas, preservando sua liberdade de escolha. No contexto da tomada de decisão, o ambiente em que as escolhas ocorrem é chamado de arquitetura de escolhas. O "*nudge*" atua nesse ambiente, visando influenciar o comportamento das pessoas de maneira previsível, sem alterar drasticamente os incentivos econômicos, mantendo a liberdade de escolha. Essas estratégias baseiam-se em estudos de psicologia comportamental e economia (Moreira; Sousa; Martins, 2023).

O *nudge* é um ramo da economia comportamental que visa compreender como influenciar as decisões das pessoas. Em português, "*nudge*" significa "empurrão", sugerindo a ideia de influenciar alguém prevendo sua reação. É uma abordagem que visa compreender o desenvolvimento da análise de decisão, possibilitando influenciar definições em acordos, parcerias, compras ou outras atividades. No entanto, os *nudges* não se limitam a promover decisões positivas, podendo ser usados para influenciar negativamente, tornando crucial o cuidado na apresentação das propostas (Mosmann, 2020).

Os *nudges* são estratégias que influenciam suavemente as decisões das pessoas ao modificar como as opções são apresentadas, sem impor escolhas específicas. Funcionam como toques leves que simplificam decisões diárias, oferecendo sugestões, mas mantendo a liberdade de escolha. É uma forma de "paternalismo suave", sem punições para quem escolhe alternativas diferentes (Brunoro Junior, 2021).

Além disso, é fundamental que a implementação de estratégias de *nudge*, tanto no setor público quanto no privado, seja transparente e clara, nunca oculta. A transparência deve ser uma prática essencial, especialmente em ações governamentais, que devem estar sujeitas a uma análise pública abrangente. Uma das principais vantagens dos *nudges* em comparação com imposições ou proibições é a evitação da coerção. Contudo, é crucial que essas estratégias não sejam utilizadas como truques de manipulação. O público deve ser capaz de compreendê-las de forma clara e detalhada, assim como qualquer outra ação governamental (Brunoro Junior, 2021).

Um ponto crucial sobre a definição de "*nudge*" é a ausência de especificação sobre quem se beneficia dessas influências. Contudo, ao considerar isso, identificam-se três tipos de *nudges* (ver Quadro 1): aqueles que beneficiam o indivíduo influenciado, os que beneficiam a sociedade e os que beneficiam principalmente, embora não exclusivamente, os indivíduos influenciados (Congiu; Moscati, 2021).

Quadro 1 – Tipos de Nudges

Tipo	Exemplo
1) Empurrões pró-próprio	São estratégias que visam beneficiar diretamente a pessoa que está sendo influenciada. Por exemplo, a organização de cardápios de refeitórios para promover escolhas mais saudáveis ou a configuração padrão para fundos de aposentadoria, que incentivam a poupança do trabalhador visando ao seu benefício futuro.
2) Empurrões pró-sociais	Estas estratégias buscam principalmente melhorar o bem-estar da sociedade como um todo, afastando as pessoas de comportamentos que possam ser prejudiciais ao bem comum. Por exemplo, incentivar

	o cumprimento de impostos informando os devedores que seus pares estão pagando pontualmente, ou fornecer feedback sobre o menor consumo de energia dos vizinhos para promover a conservação de energia
3) Cutucada ou marketing?	São intervenções que, embora preservem a liberdade de escolha, têm como principal objetivo o benefício da empresa ou do <i>nudge</i> em vez do beneficiário direto da estratégia. Por exemplo, estratégias de marketing que exploram os preconceitos cognitivos do consumidor para aumentar o lucro da empresa, como o uso de disposição específica de produtos em prateleiras para incentivar compras ou estratégias que exploram a inércia do consumidor para renovações de assinaturas.

Fonte: Adaptado de Congiu e Moscati (2021)

Essa distinção entre os diferentes impactos das estratégias de *nudge* é essencial para compreender quem se beneficia diretamente – indivíduos ou a sociedade em geral. As tipologias dos *nudges* podem ser divididas em dez categorias, conforme detalhado na Quadro 2 (Brunoro Junior, 2021).

Quadro 2 – Tipologias dos nudges

<i>Nudges</i>	Exemplo
Regras <i>default</i>	"Opção padrão" para instalação de <i>softwares</i> de computador
Simplificação	Ajustes na disposição de informações já existentes
Normas Sociais	Ressaltar o que faz a maioria das pessoas, como não jogar lixo nas rodovias
Facilidade e conveniência	Colocar comidas saudáveis em lugares mais visíveis ou acessíveis
Divulgação	Apresentar os municípios "mais transparentes" com suas contas públicas
Alertas (dramáticos ou não)	Texto e imagens eloquentes em maços de cigarro
Compromisso prévio	Compromisso com certas ações futuras, como fazer atividades físicas para reduzir percentuais de gordura corporal

Lembretes	Ligar para pacientes com consultas agendadas para o dia seguinte e marcadas há muito tempo a fim de lembrá-los do compromisso
Evocação de intenções	Trazer à luz questões sobre comportamento futuro ("Pretende votar amanhã?")
Natureza e consequência de escolhas passadas	Mostrar o histórico de consumo e valores pagos nas contas de água e luz
<i>NUDGE</i>	Exemplo
Regras default	"Opção padrão" para instalação de <i>softwares</i> de computador

Fonte: Brunoro Junior (2021)

Dentre as tipologias dos *nudges*, duas podem ser eficazmente utilizadas na contabilidade: lembretes e normas sociais. Por exemplo, lembretes auxiliam profissionais em datas importantes ou na entrega de documentos. O estudo de Moreira, Sousa e Martins (2023) exemplifica esse tipo de *nudge*. Outro tipo é a divulgação, que consiste em apresentar informações para influenciar decisões, similar à natureza e consequência de escolhas passadas. Para este estudo, essa última foi escolhida como base para o experimento.

Existem diversos estudos sobre *nudges* em várias áreas, especialmente no marketing, mas poucos aplicados ao setor contábil. Um estudo experimental relevante é apresentado por Moreira, Sousa e Martins (2023), focado na aplicação de *nudges* para o Gerenciamento de Resultado (GR). O estudo foi conduzido com 40 contadores brasileiros registrados no Conselho da Classe, aplicando três condições diferentes para os *nudges* (descritivo, injuntivo e controle).

Os resultados indicaram que a presença de *nudges* diminuiu o gerenciamento de resultados entre os profissionais contábeis. *Nudges* injuntivos emitidos por líderes também reduziram esse gerenciamento, enquanto *nudges* descritivos não mostraram diferença significativa. Análises adicionais destacaram a importância de explorar o nível de responsabilidade dos profissionais e normas sociais para compreender melhor os efeitos dos *nudges* no gerenciamento de resultados.

Moreira, Sousa e Martins (2023) concluíram que o estudo oferece implicações teóricas e práticas, destacando a eficácia dos *nudges* na redução do gerenciamento de resultados e na melhoria da qualidade da informação contábil. Recomenda-se a utilização dessas técnicas de forma simples e de baixo custo, beneficiando organizações e partes interessadas. Contudo, o estudo reconhece limitações na amostra e sugere a ampliação do estudo para considerar outros tipos de *nudges* e um maior número de participantes.

Além deste, destaca-se o experimento de Ricci, Cesar e Geron (2022) sobre a utilização dos *nudges* na controladoria do setor de contabilidade fiscal de uma empresa de saneamento. O estudo visou reduzir a frequência de submissão tardia de documentos na contabilidade fiscal, diminuindo retrabalho e pagamentos de multas e juros. A aplicação de *nudges* resultou em uma redução significativa de documentos entregues em atraso, horas de retrabalho e valores pagos em multas e juros, impactando positivamente a eficiência da contabilidade fiscal.

Para estudos futuros, Ricci, Cesar e Geron (2022) sugerem ampliar a aplicação dos *nudges* a todos os setores da empresa e investigar as razões por trás dos atrasos nos documentos. Recomenda-se também a continuidade do envio dos *nudges* mensalmente, como forma de aprimorar continuamente os processos.

3 MÉTODO

O delineamento de uma pesquisa científica nas Ciências Sociais pode ser agrupado em três categorias principais: pesquisa quanto aos objetivos, quanto aos procedimentos e quanto à abordagem metodológica (Raupp; Beuren 2012). A natureza exploratória reflete a intenção de aprofundar o conhecimento sobre o tema em questão, fornecendo insights preliminares e esclarecendo aspectos ainda pouco discutidos na literatura. Já o caráter descritivo visa documentar e detalhar os fatos e fenômenos observados de maneira objetiva, sem interferência direta do pesquisador (Prodanov, 2013).

Quanto aos procedimentos, foi desenvolvido um experimento com a presença de um grupo de controle, utilizando questionários aplicados a contadores profissionais. O experimento envolve a definição de um objeto de estudo, a seleção das variáveis que podem afetá-lo e a determinação dos métodos para controlar e observar os impactos dessas variáveis sobre o objeto em questão. O modelo básico de um experimento pode ser descrito da seguinte maneira: imagine que Z é o fenômeno a ser analisado, que em situações não controladas é influenciado pelos fatores A, B, C e D. O primeiro passo é neutralizar a influência de cada um desses fatores separadamente, para observar como os outros se comportam. Por exemplo, quando os fatores A, B e C estão presentes, Z ocorre; mas quando A, B e D estão ativos, Z não se manifesta; e, ao combinar B, C e D, Z volta a aparecer (Gil, 2008).

A população pesquisada consistiu em contadores residentes na cidade de João Pessoa, na Paraíba, que trabalham em empresas de diferentes portes. Os participantes foram divididos em dois grupos: um grupo experimental, que recebeu intervenções utilizando *nudges* comportamentais relacionados à sustentabilidade financeira das empresas, e um grupo de controle, que não recebeu nenhuma intervenção.

O experimento consistiu em apresentar aos participantes cenários fictícios de empresas enfrentando desafios financeiros. O grupo experimental recebeu mensagens e informações projetadas para influenciar positivamente suas decisões em direção à sustentabilidade financeira. O grupo de controle foi exposto aos mesmos cenários, mas sem a intervenção dos *nudges* comportamentais.

A randomização dos dados foi realizada por meio de uma ferramenta do Google *Forms*, onde os participantes foram direcionados para diferentes cenários de acordo com a cor que aparecia em primeiro lugar no seu questionário. Assim, conforme nossos critérios, os formulários foram designados conforme o Quadro 3.

Quadro 3 – Critérios aleatórios do experimento

VERMELHO – experimento positivo (com <i>nudge</i>)
AZUL – controle positivo (sem <i>nudge</i>)

VERDE - controle negativo (sem <i>nudge</i>)
ROXO - experimento negativo (com <i>nudge</i>)
VERMELHO – experimento positivo (com <i>nudge</i>)

Fonte: Elaborado pelos autores (2024)

Durante a intervenção, os participantes foram apresentados a cenários fictícios de empresas com desafios financeiros e receberam mensagens e informações destinadas a influenciar positivamente suas decisões em direção à sustentabilidade financeira. Eles foram convidados a tomar decisões sobre medidas financeiras, como cortes de gastos, investimentos em novos projetos e alocação de recursos, com base nos cenários apresentados.

O experimento foi realizado em duas etapas. Na primeira etapa, os participantes foram expostos a informações apresentadas pela mídia sobre um estudo de caso de uma empresa em uma área relacionada àquela que pretendiam iniciar. Após a apresentação do caso, foram feitas duas perguntas: (1) Com base nas informações apresentadas, você abriria a filial? (2) Qual é a informação mais importante para tomar a decisão de abrir ou não uma filial?

Na segunda etapa do estudo, os participantes receberam informações financeiras e econômicas relacionadas a um dos quatro tratamentos. Eles foram então instruídos a responder novamente às duas perguntas após analisar os dados recebidos. Por fim, quanto a abordagem de pesquisa, foi realizada uma análise estatística descritiva, com o cálculo de médias e porcentagens de resposta para as questões objetivas, além de uma análise qualitativa dos resultados do experimento.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O objetivo deste estudo foi realizar uma análise preliminar sobre o possível impacto dos *nudges* na tomada de decisão baseada na sustentabilidade financeira dos profissionais contábeis. Para tanto, foram coletadas respostas de uma amostra de 39 profissionais da área contábil, todos válidos. Os dados sociodemográficos dos participantes, conforme apresentado na Tabela 1, revelam que a maioria (64,1%) é do sexo masculino, enquanto 35,9% são do sexo feminino. A faixa etária dos participantes variou de 21 a 65 anos, com a maioria (53,8%) situada entre 21 e 30 anos.

Tabela 1 – Perfil pessoal dos profissionais contábeis

Dados	F	%	
Gênero	Masculino	25	64,1
	Feminino	14	35,9
Idade	Entre 20 e 25 anos	19	48,7

Entre 26 e 30 anos	2	5,13
Entre 31 e 35 anos	8	2,05
Entre 36 e 40 anos	3	7,69
Entre 41 e 45 anos	5	12,8
Acima de 45 anos	2	5,13

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

A amostra é composta majoritariamente por jovens e homens, corroborando estudos que indicam uma predominância masculina na carreira contábil, destacando a desigualdade de gênero na área (Santos, 2022; Fegert; Biscaia; Scheidt, 2020). Historicamente, a entrada das mulheres no setor contábil marcou a transição da profissão de escriturária para contabilista, enfrentando barreiras que alegavam falta de capacidade intelectual e experiência para a contabilidade (Kirkham; Loft, 1993).

As mulheres continuam a lutar por maior representação na contabilidade, tanto no setor privado (Santos *et al.*, 2021) quanto no setor público (Quintero; Castro; 2019). Quanto à idade, a média dos participantes foi menor do que a encontrada por Marcelino e Gonçalves (2021), onde 80% dos entrevistados tinham entre 31 e 50 anos. O tempo de atuação contábil variou de 0 a 40 anos, com a maioria (79,5%) atuando entre 0 e 4 anos. Esse tempo é relativamente curto comparado aos estudos mencionados, que indicam uma média de 16 anos de experiência. O mesmo padrão foi observado no tempo de atuação na empresa atual, onde a maioria (69,2%) tinham entre 0 e 5 anos de experiência.

Tabela 2 – Perfil pessoal e profissional dos contadores

Dados	F	%	
Tempo de atuação contábil	Entre 0 e 1 ano	14	35,9
	Entre 2 e 3 anos	8	20,5
	Entre 4 e 5 anos	9	23,1
	Entre 6 e 10 anos	3	7,69
	Entre 11 e 15 anos	4	10,3
	Acima de 15 anos	1	2,56
Tempo de atuação na empresa	Entre 0 e 1 ano	17	43,6
	Entre 2 e 3 anos	7	17,9
	Entre 4 e 5 anos	3	7,69
	Entre 6 e 10 anos	6	15,4
	Entre 11 e 15 anos	4	10,2

	Acima de 15 anos	2	5,13
	Graduação	28	71,8
Maior titulação concluída	Especialização	5	12,8
	Mestrado	3	7,7
	Doutorado	3	7,7
	Gestão do Topo	4	10,3
Posição ocupacional	Gestão Intermediária	3	7,6
	Gestão operacional	32	82,1
	0	1	2,6
	1	11	28,2
	2	5	12,8
	3	3	7,7
Nível hierárquico	4	7	17,9
	5	5	12,8
	6	4	10,3
	7	1	2,6
	8	1	2,6
	Não sei	1	2,6
	MEI	2	5,1
	EI	8	20,5
Porte da empresa	Sociedade Limitada	13	33,3
	Sociedade Simples	1	2,6
	Sociedade Anônima	6	15,4
	Sociedade Unipessoal Limitada	0	0
	Setor Público	7	17,9
	Demais	2	5,1

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

A Tabela 2 revela que poucos contadores possuem vasta experiência; apenas 13% têm mais de 11 anos de atuação. Comparado ao estudo de Marcelino e Gonçalves (2021), onde nenhum entrevistado tinha menos de 5 anos de experiência, nossa amostra mostrou-se menos experiente. Os achados de Moreira (2023) indicam que, em nível nacional, 62% dos contadores têm mais de 10 anos de atuação, especialmente na região Nordeste.

Os contadores da amostra atuavam em contabilidade corporativa para empresas privadas com fins lucrativos. A especificidade do perfil dos entrevistados é importante para garantir que tenham capacidade de tomar decisões informadas. Com o aumento dos cursos de pós-graduação em Contabilidade, esses números indicam que os profissionais estão cada vez mais motivados a aprofundar sua formação para atender às demandas do mercado (Andere; Araújo, 2008).

Quanto à posição ocupacional, a maioria (82,1%) está ligada à “Gestão Operacional”, que envolve processos de produção da informação sem interferir nos aspectos decisórios. Apenas 2,6% dos participantes não têm superior hierárquico, enquanto 41% têm entre um e dois níveis hierárquicos entre eles e o executivo sênior da empresa.

Os participantes foram distribuídos desproporcionalmente entre micro e pequenas empresas (48,7%) e médias e grandes empresas (51,3%), similar ao encontrado por Moreira (2023). A aleatorização direcionou os respondentes para diferentes cenários experimentais, com a maioria (38,5%) na situação de controle negativo, conforme demonstrado na Tabela 3.

Tabela 3 – Resultados da aleatorização dos experimentos

Experimento	f	%
VERMELHO – experimento positivo (com <i>nudge</i>)	4	10,3
AZUL – controle positivo (sem <i>nudge</i>)	9	23,1
VERDE - controle negativo (sem <i>nudge</i>)	15	38,5
ROXO - experimento negativo (com <i>nudge</i>)	11	28,2

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Os dados foram analisados qualitativamente, observando se a disposição de informações mais complexas alterou a decisão dos profissionais sobre abrir ou não uma filial. O objetivo foi avaliar se os *nudges* de “divulgação”, conforme tipologia disposta por Brunoro Junior (2021), influenciam de forma unânime a tomada de decisão dos contadores. Os resultados detalhados das decisões estão apresentados na Tabela 4.

Na análise dos resultados, conforme apresentado na Tabela 4, identificou-se que, para a situação VERMELHO do experimento positivo (com *nudge*), dos 39 participantes, 3 decidiram abrir a filial. Dois desses participantes consideraram que a informação mais importante para tomar essa decisão eram os lucros e prejuízos, e não alteraram suas respostas após receberem informações mais complexas (*nudges*).

No entanto, um dos participantes, que inicialmente considerou as despesas operacionais como a informação mais relevante, mudou sua opinião na segunda fase do experimento, passando a considerar as vendas como o fator mais importante. O grupo de controle tinha como objetivo observar se informações mais simples direcionariam à abertura da filial. Dos nove participantes nesta situação, sete decidiram abrir a filial, enquanto dois optaram por não abrir.

Os resultados indicam que, ao considerar a abertura de uma filial como um investimento, é importante que este proporcione lucro para a matriz. Observou-se que o contador com maior experiência (40 anos) decidiu não abrir a filial, citando fatores adicionais como atendimento e faturamento na localidade da nova filial, além dos apresentados nas duas fases do experimento.

Tabela 4 – Frequência das respostas para cada uma das decisões dos participantes nos diferentes experimentos

Experimento	Decisão	Abrir a filial	Não abrir a filial	Informações mais importantes para abrir a filial						
				Vendas	Despesas operacionais	Lucro ou Prejuízo	PIB	Inflação	Taxa de Juros	Outros
VERMELHO - experimento positivo (com <i>nudge</i>)	Primeiro momento	3	1	0	2	1	0	0	0	Margem de lucro líquido e Atendimento e faturamento na localidade da nova filial
	Segundo momento	3	1	1	0	2	0	0	0	Atendimento da Região da nova filial (R\$)
AZUL - controle positivo (sem <i>nudge</i>)	Primeiro momento	7	2	1	0	5	0	1	3	Nenhum
ROXO - experimento negativo (com <i>nudge</i>)	Primeiro momento	4	7	5	4	8	3	4	2	Economia Local; Mercado-alvo e Demanda; Potencial de Crescimento e Competição; Rentabilidade a Longo Prazo; Tendências de Mercado.
	Segundo momento	8	3	4	4	7	3	5	3	Balanco Patrimonial
VERDE - controle negativo (sem <i>nudge</i>)	Primeiro momento	0	15	8	3	11	1	2	1	Nenhum

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Verificou-se que os *nudges* têm o potencial de melhorar a qualidade da informação contábil, reduzindo a gestão de resultados. Recomenda-se a aplicação desses métodos de forma fácil e acessível, ajudando empresas e interessados, ao mesmo tempo em que direciona a criação de relatórios contábeis mais precisos e confiáveis (Moreira; Sousa; Martins, 2023).

Na situação ROXO do experimento negativo (com *nudge*), dos 11 participantes, 4 decidiram abrir a filial e outros 4 mudaram sua decisão e opinião após receberem as informações mais complexas. Em relação à decisão de não abrir, na situação controle (VERDE), todos os participantes consideraram lucros e prejuízos como a informação mais importante, mencionando outros fatores, como vendas e despesas operacionais, com menor frequência.

A análise individual revelou que os participantes que decidiram abrir a filial, mesmo com um cenário negativo, tinham menos de 2 anos de experiência e consideravam lucros e prejuízos como os fatores mais importantes. Esperava-se uma mudança de decisão com o *nudge* de “divulgação”, onde as informações complexas levariam à confirmação da não abertura. Sugere-se que o *nudge* forneceu um olhar mais detalhado, permitindo que os contadores priorizassem a sustentabilidade financeira da matriz acima da possibilidade de lucros futuros.

Pesquisas anteriores, como a de Bonacim, Cunha e Corrêa (2009), mostraram que empreendedores geralmente concordam que consultar um profissional antes de iniciar um negócio é essencial para entender melhor o setor e os riscos envolvidos. A capacidade de sobrevivência de uma empresa depende do planejamento financeiro adequado, mesmo que o proprietário tenha um profundo conhecimento do produto ou serviço. O mau funcionamento financeiro pode levar à falência no curto prazo (Santana; Souza, 2021).

Além disso, é crucial que aqueles que executam tarefas operacionais compreendam o cliente e planejem a estratégia financeira ideal para a organização (Decourt, 2015). Um bom planejamento garante a prestação de serviços eficiente, mantendo a estabilidade financeira e, consequentemente, a rentabilidade e sustentabilidade das empresas.

A arquitetura e implementação dos *nudges* permitem que as empresas aproveitem ou mitiguem heurísticas comportamentais e preconceitos na tomada de decisões. Isso facilita a apresentação de dados de desempenho de maneira que incentive os gestores a assumirem riscos calculados e a focarem em resultados estratégicos significativos, gerindo a carga cognitiva de forma compatível com as prioridades da empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados revelou impactos positivos dos *nudges*, influenciando a percepção e cuidado dos contadores na tomada de decisões relacionadas à sustentabilidade financeira das empresas. Além disso, constatou-se que os *nudges* são de aplicabilidade simples e produzem resultados notáveis no comportamento dos contadores, destacando-se na comparação com cenários onde os *nudges* não foram utilizados.

Nas situações experimentais, foi possível analisar qualitativamente como os profissionais lidavam com diferentes situações, comparando suas decisões sob a presença ou ausência dos *nudges*. Verificou-se que fatores como o tempo de atuação influenciam na assertividade das decisões. Além disso, a maioria dos contadores mostrou-se preocupada principalmente com os fatores de lucro e prejuízo da empresa antes de tomar qualquer decisão.

O estudo avaliou como a complexidade e a natureza das informações direcionavam os contadores a considerar aspectos da sustentabilidade financeira de uma empresa na situação hipotética da abertura de uma filial. O emprego de incentivos comportamentais visou orientar os responsáveis pela preparação das demonstrações financeiras a adotar um comportamento menos agressivo.

Os resultados sugerem que, para melhorar a qualidade dos dados financeiros, as empresas podem incorporar essas intervenções em seus procedimentos de governança e gestão contábil. A precisão das demonstrações financeiras é crucial tanto para a tomada de decisões internas quanto externas. A pesquisa também verificou a aplicabilidade e os resultados dos *nudges*, indicando que podem ser facilmente adotados para compor uma tomada de decisão mais assertiva pelos profissionais, aumentando a segurança e a sustentabilidade financeira das empresas.

Algumas limitações foram identificadas no estudo, como a necessidade de uma análise quantitativa dos dados para verificar a aplicabilidade dos *nudges* no dia a dia dos contadores, por meio de um sistema simplificado de acesso às informações. Também seria relevante analisar como a posição do contador impacta cada decisão em uma situação real dentro da empresa. Para trabalhos futuros, sugere-se uma análise quantitativa com abordagem estatística para direcionar de forma mais assertiva o impacto dos *nudges* na tomada de decisão dos contadores e sua percepção sobre a sustentabilidade financeira das empresas, considerando diferentes parâmetros.

6 REFERÊNCIAS

ANDERE, M. A.; ARAUJO, A. M. P. Aspectos da formação do professor de ensino superior de ciências contábeis: uma análise dos programas de pós-graduação. **Revista Contabilidade &**

Finanças, São Paulo v. 19, n. 48, p. 91–102, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34273>. Acesso em: 11 out. 2023.

ANDRADE, D. E. M. **Desenvolvimento e organização empresarial sustentável: responsabilidade legal e o impacto do consumo consciente**. 2017. 262 f. Dissertação (Pós-Graduação em Direito e Desenvolvimento) - Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ, João Pessoa, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.unicid.edu.br/jspui/bitstream/123456789/2208/1/DOSTOIEVSKY%20ERNESTO%20ANDRADE.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2023.

BONACIM, C. A. G.; DA CUNHA, J. A. C.; CORRÊA, H. L. MORTALIDADE DOS EMPREENDIMENTOS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: CAUSAS E APRENDIZAGEM. **Gestão & Regionalidade**, [S. l.], v. 25, n. 74, 2009. DOI: 10.13037/gr.vol25n74.220. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/ve-rista_gestao/article/view/220. Acesso em: 27 out. 2023.

BREDA, Z. I. Uma reflexão sobre os impactos da tecnologia na Contabilidade. **Conselho Federal de contabilidade (CFC)**, 2019. Disponível em: <<https://cfc.org.br/destaque/uma-reflexao-sobre-os-impactos-da-tecnologia-na-contabilidade/>>. Acesso em: 15 out. 2023.

BRUNORO JUNIOR, F.C. B. Economia comportamental e *nudges*: um guia para o processo e análise de aplicação. In: ENCONTRO DE ECONOMIA DO ESPÍRITO SANTO: PÓS PANDEMIA E DESENVOLVIMENTO, 18.,2021, Espírito Santo. **Anais eletrônicos** [...] Espírito Santo: [S.N.], 2021. p. 1-18. Disponível em: <https://doity.com.br/media/doity/submissoes/artigoef98ca7bd34c8d3e322f1c17a1db8d517c56ab57-segundo_arquivo.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2023.

CONGIU, L.; MOSCATI, I. A review of *nudges*: Definitions, justifications, effectiveness. **Wiley online library**, [S.I.], v. 36 n. 1, p. 188-213, fev. 2022. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/joes.12453>>. Acesso em: 03 nov. 2023.

DECOURT, F. **Planejamento e gestão estratégica**. Editora FGV, 2015.

FEGERT, Y.M. R.; BISCAIA, L. F.; SCHEIDT, A. R. Perfil e distribuição espacial dos peritos contadores inscritos no Cadastro de Auxiliares da Justiça (CAJU) do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. In: ADMINISTRATION OF JUSTICE MEETING, 3, 2020. [S.I.]. **Anais** [...] [S.N.]: [S.N.], 2020. 1-19. Disponível em: [https://www.enajus.org.br/anais/assets/papers/2020/sessao-07/5-perfil-e-distrib uic-a-o-espacial-dos-peritos-contadores-inscritos-no-cadastro-de-auxiliares-da-justic-a-caj u-do-tribunal-de-justic-a-do-estado-do-parana.pdf](https://www.enajus.org.br/anais/assets/papers/2020/sessao-07/5-perfil-e-distrib- uic-a-o-espacial-dos-peritos-contadores-inscritos-no-cadastro-de-auxiliares-da-justic-a-caj u-do-tribunal-de-justic-a-do-estado-do-parana.pdf). Acesso em: 03 nov. 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. Atlas, São Paulo, 2008.

KIRKHAM, L. M.; LOFT, A. Gender and the construction of the professional accountant. **Accounting, Organizations and Society**, [S.I.], v. 18, n. 6, p. 507-558, 1993.

KRAEMER, M. E. P. A contribuição do contabilista para o desenvolvimento sustentável. **Gestiopolis**. Bogotá, set. 2005. Disponível em: <<https://www.gestiopolis.com/a-contribuicao-contabilista-para-o-desenvolvimento-sustentavel/>>. Acesso em: 28 out. 2023.

MACIEL, Flávia Fonte de Souza; SALOTTI, Bruno Meirelles; IMONIANA, Joshua Onome. Incentivos para escolhas contábeis na demonstração dos fluxos de caixa. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 31, p. 244-261, 2019.

MALNATI, G. P. S. **Nudges e mercado financeiro: Uma análise sobre as principais abordagens e aplicações**. 2022. 95 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação de engenharia de produção) - Faculdade de Tecnologia Departamento de Engenharia de Produção - Brasília, 2022. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/35088/1/2022_GiovannaPaulaSouzaMalnati_tcc.pdf>. Acesso em: 28 out. 2023.

MARCELINO, J. A.; GONÇALVES, B. D. L. Responsabilidade do Contador Público: um estudo sobre o conhecimento dos Contadores Públicos da microrregião de Cornélio Procópio sobre as suas responsabilidades durante a liquidação da despesa. **Revista Controladoria e Gestão**, [S.I.], v. 2, n. 1, p. 277-292, 2021.

MOREIRA, C. S. **Os efeitos das fontes e formas dos nudges de normas sociais sobre o gerenciamento de resultados das empresas no processo de tomada de decisão contábil**. Tese (doutorado) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2023.

MOREIRA, C. S.; SOUSA, R. G.; MARTINS, O. S. *Nudge*: Empurrando para Longe o Gerenciamento de Resultados. **Revista de contabilidade e organizações**, [S.I.], v. 17, n.1, p. e21406, 2023. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/377989510_Nudge_Empurrando_para_longe_o_gerenciamento_de_resultados. Acesso em: 01 out. 2023.

MOSMANN, G. *Nudge*: entenda o que é esse termo e saiba como aplicar. **Suno**, 2020. Disponível em: <<https://www.suno.com.br/artigos/nudge/>>. Acesso em: 31 out. 2023.

PRODANOV, C. C. **Metodologia do Trabalho Científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

QUINTERO, K. R.; CASTRO, J. G. I. ¿ De lo masculino a lo femenino? Reflexiones sobre el mercado laboral de la contaduría pública. **Revista Científica General José María Córdova**, [S.I.], v. 17, n. 27, p. 526-553, 2019.

RICCI, T. G.; CESAR, A. M. R. V. C.; GERON, C. M. S. A utilização de *Nudges* na controladoria no setor de contabilidade fiscal de uma empresa de saneamento. *In: ENCONTRO DA ANPAD – ENANPAD 2022*, 44., 2022, [S.I.]. **Anais [...]** [S.I.]: EnANPAD, 2022. n.p. Disponível em: <<https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/c5df4f4eabf1cbcf50fbbf97c5289f.pdf>>. Acesso em: 03 nov. 2023.

SANTANA, É.S.; SOUZA, D. S. BPO financeiro: um novo serviço para a gestão financeira de médias e pequenas empresas. **Revista Formadores**, [S.I.], v. 14, n. 1, p. 10-27, 2021.

SANTOS, M. A. *et al.* Representatividade da Mulher Contadora em Escritórios de Contabilidade e a Desigualdade de Gênero na Prática Contábil: Uma Questão ainda em Debate? **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, [S.I.], v. 16, n. 1, p. 148-163, 2021.

SANTOS, S. E. P. Utilização da contabilidade gerencial nas micro e pequenas empresas: percepção dos contadores sócios dos escritórios de prestação de serviços contábeis de Cruz das Almas-BA. 2022.

SUNSTEIN, Cass R. Nudging: a very short guide. **Journal of Consumer Policy**, v. 37, p. 583-588, 2014.