



Imagine investir por décadas para garantir uma aposentadoria tranquila. Agora, imagine comprometer esse futuro por decisões impulsivas, baseadas mais em emoção do que em estratégia. Isso acontece com frequência nos fundos de pensão brasileiros que possuem perfis de investimento.

Muitos participantes mudam de perfil de investimento, trocando o conservador pelo agressivo ou vice-versa, de acordo com o “humor” do mercado. Parece racional? Não é. E o prejuízo pode ser enorme.

O mais surpreendente é que, mesmo com acesso a ferramentas, palestras e cursos de educação financeira, os participantes continuam tomando decisões que vão contra seus próprios interesses de longo prazo. Por quê?

Na prática, não somos seres tão racionais quanto imaginamos. Somos guiados por emoções, experiências recentes e atalhos mentais que, muitas vezes, nos levam para o caminho errado. Esses atalhos são os chamados vieses comportamentais.

O viés da representatividade, por exemplo, leva o participante a acreditar que o desempenho recente de um fundo é indicativo de sua performance futura. Já o efeito manada faz com que o participante tome decisões com base no que outros, aparentemente mais experientes, estão fazendo. E quando o mercado cai, o medo ativa o viés da aversão à perda — que nos faz sofrer o dobro com uma perda do que nos alegramos com um ganho.

O resultado? Migrações impulsivas de perfil nos piores momentos possíveis, comprometendo o acúmulo de patrimônio no longo prazo.

Em minha dissertação de mestrado, analisei dados de mais de 116 mil participantes de quatro fundos de pensão. Os resultados indicaram que trocas frequentes de perfil estão associadas a menor rentabilidade acumulada. E mais: identificou-se que os fundos com janelas de troca mensais apresentaram menor volume de migrações do que aqueles com periodicidade anual. Esse resultado não significa que exista uma regra única para todas as entidades, mas mostra que a forma como a escolha é organizada pode influenciar o comportamento do participante.

Essa evidência mostra algo importante: as regras institucionais atuam como “nudges” — estímulos sutis que ajudam os participantes a tomarem decisões melhores, mesmo sem mudar sua liberdade de escolha. Ao definir a frequência de troca de perfil, a fundação cria salvaguardas para decisões mais alinhadas ao horizonte previdenciário.

Um exemplo prático de nudge seria inserir, antes da confirmação de uma troca de perfil, uma simulação automática de impacto no longo prazo, um alerta sobre a frequência de migrações anteriores ou uma mensagem lembrando que decisões previdenciárias devem considerar o horizonte de aposentadoria, e não apenas o desempenho recente do mercado. Se a educação é o caminho, por que os participantes não usam os recursos disponíveis?

No contato com mais de 70 fundos de pensão brasileiros, um ponto foi unânime: a adesão aos recursos de educação financeira costuma ser baixa, sejam vídeos, palestras, simuladores ou portais interativos. O problema, muitas vezes, não é falta de conteúdo. É baixa adesão, pouca atenção disponível e limitada percepção de relevância no momento da decisão.

E a ciência confirma: diversos estudos mostram que programas massificados de educação financeira, quando usados isoladamente, tendem a ter impacto limitado sobre comportamento. Exigem tempo, energia e engajamento que, na prática, não existem para a maioria das pessoas. Resultado? A informação não muda o comportamento.

A verdadeira solução está na base: educação financeira nas escolas. É na infância e adolescência que se formam os hábitos, os padrões mentais e o repertório necessário para lidar com dinheiro. Investir nessa etapa é plantar para colher uma geração mais preparada.

E os participantes de hoje?

Se a adesão aos conteúdos é limitada, como protegê-los de decisões ruins?

A resposta está em mudar o foco: menos esforço para ensinar, mais atenção à forma como as escolhas são apresentadas. Isso é o que chamamos de arquitetura de escolha. Como e quando uma informação é apresentada pode influenciar drasticamente o comportamento do participante.

Em vez de oferecer dezenas de materiais que poucos acessam, as fundações podem repensar sua comunicação: simplificar mensagens, usar linguagem clara, reduzir o excesso de opções e reforçar constantemente os impactos de decisões impulsivas. Trocas de perfil poderiam vir acompanhadas de simulações automáticas de impacto futuro. Avisos poderiam alertar sobre a frequência de migração. Pequenos ajustes com grande potencial de impacto.

Os participantes não falham por ignorância. Eles falham por serem humanos. E como qualquer ser humano, são influenciados por medos, atalhos mentais e ilusões de controle. As soluções não passam apenas por mais conteúdo, mas por melhor desenho de escolha e comunicação mais empática.

O desafio das fundações é sair do modelo “ensinar para convencer” e migrar para o modelo “estruturar para proteger”. Porque, quando o assunto é aposentadoria, não basta oferecer liberdade de escolha; é preciso guiar, com sutileza, para que essa liberdade não se transforme em armadilha.

Este artigo se apoia em minha dissertação de mestrado acadêmico, “Perfis de Investimento e Comportamento dos Participantes: uma análise da migração em fundos de pensão no Brasil”, que analisou dados de mais de 116 mil participantes de quatro fundos de pensão. Entidades que desejem aprofundar o tema e discutir caminhos para aprimorar a comunicação e a arquitetura de escolha em perfis de investimento podem entrar em contato com a Consepro. Será um prazer compartilhar os principais achados e contribuir para uma jornada decisória mais clara, responsável e alinhada ao longo prazo.

*Rodrigo Maciel é pesquisador e sócio-fundador da Consepro

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 06.08.2026.