

*Center for Behavioral Research: O Caso do Laboratório da
Maré e outras parcerias de pesquisa*

Eduardo B. Andrade & Rafael Goldszmidt

Agosto de 2016

Linhas do Mestrado Acadêmico e Doutorado e Respectivos Centros

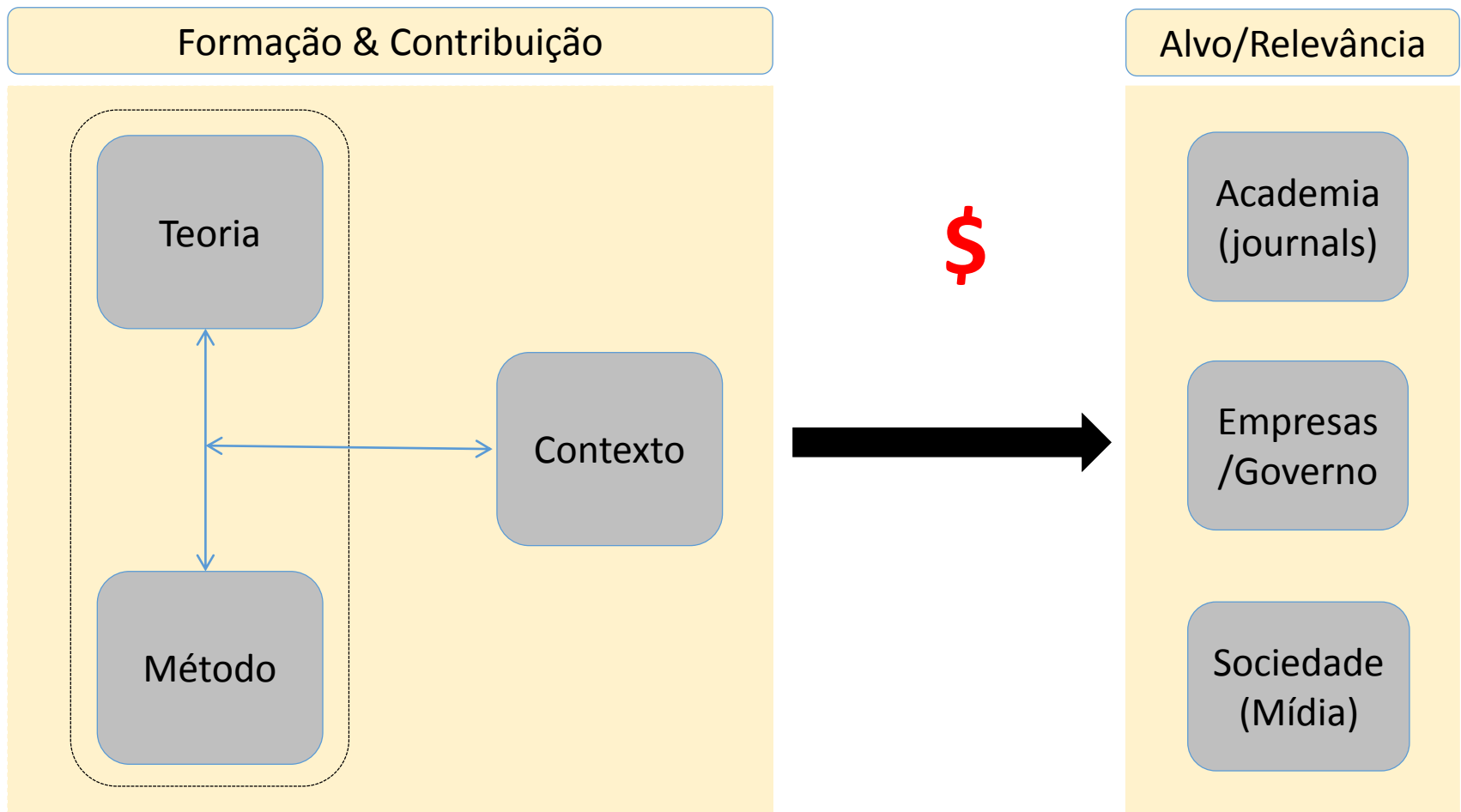
MSc & PhD in Administration

4 Linhas de Pesquisa – 2 Centros Estabelecidos

- Behavioral and Decision Sciences – *Center for Behavioral Research*
- Finance – *Center for Banking and Finance Research*
- Management and Organizations
- Institutions, Policy and Government

Os Centros de Pesquisa da EBAPE

- Objetivo: Fomentar a interação entre os pesquisadores da EBAPE e stakeholders externos no intuito de produzir pesquisas de relevância tanto acadêmica quanto empresarial, social, e/ou governamental.



Parceria: CBR & Observatório de Favelas (Maré)

- Laboratório experimental dentro da Favela da Maré com financiamento da FAPERJ.
- Qual o papel da identidade social como morador da Maré na tomada de decisão financeira?
 - Experimentos realizados com mais de 1.000 participantes da Maré e de outros bairros do Rio
 - Moradores da Maré **menos** sensíveis a taxa de juros

ECONOMIA

Em busca de um empréstimo?

Débora Motta

Pesquisa estuda o que norteia a tomada de decisão financeira de moradores no Complexo da Maré

Nem sempre a taxa de juros, prazo de pagamento e vantagens são os fatores determinantes para a decisão sobre a contratação de um empréstimo. Questões de natureza psicológica, como as emoções geradas no momento da escolha que proporcionará o acesso ao bem desejado, são, mui-

tas vezes, fundamentais. Para investigar esse tema, o professor Rafael Goldszmidt, membro do *Center for Behavioral Research* (Centro de Pesquisas Comportamentais), da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, da Fundação Getúlio Vargas (Ebape/FGV), coordena, em parceria com o Observatório de Favelas e com o apoio da FAPERJ, pelo edital *Prioridade Rio*, um estudo sobre o processo de

Jorge Jacob, Eduardo Andrade e Rafael Goldszmidt

Parceria: CBR & Nutrebem

- Base de Dados de alimentação infantil em cantinas de escolas privadas (85 escolas)
- A Situação atual
- Qual o impacto de incentivos na mudança de comportamento alimentar?

Relevância Social

Só 22% do que é vendido nas cantinas escolares é nutritivo

Pesquisa diz que entre os alimentos mais consumidos estão guaraná e pão de queijo

POR CAROL KNOPLOCH
18/02/2016 1:00



No colégio Mopi da Tijuca, os salgados são assados em vez de fritos: trabalho de conscientização em sala de aula - Gabriel de Paiva

RIO — É um desafio para pais e educadores recheiar as lancheiras e as cantinas escolares com alimentos saudáveis. Mesmo com iniciativas como vetar refrigerante e fritura nos colégios, ainda há muito a fazer: segundo levantamento do Centro de Pesquisas Comportamentais da Fundação Getúlio Vargas, apenas 22% dos produtos ofertados nas

Só na GOL você compr
excesso de bagagem an
viajar com 5% de desc

Quase-Experimento em 3 cafeterias em Belo Horizonte

Entre agosto e outubro de 2015, 5 produtos de moderado ou alto valor nutricional foram promovidos (sorteio de um jogo + R\$15 de crédito no cartão Nutrebem).

Medição: Número médio de produtos promovidos comprados pelas crianças e adolescentes

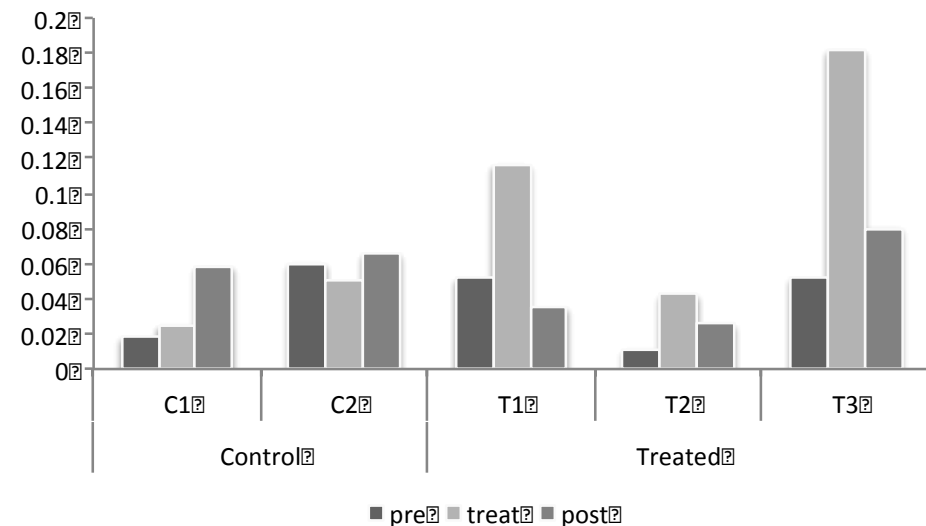
Período de Intervenção:

9 dias úteis

Pré (26 dias uteis antes) e Pós (29 dias uteis)

2 escolas de controle

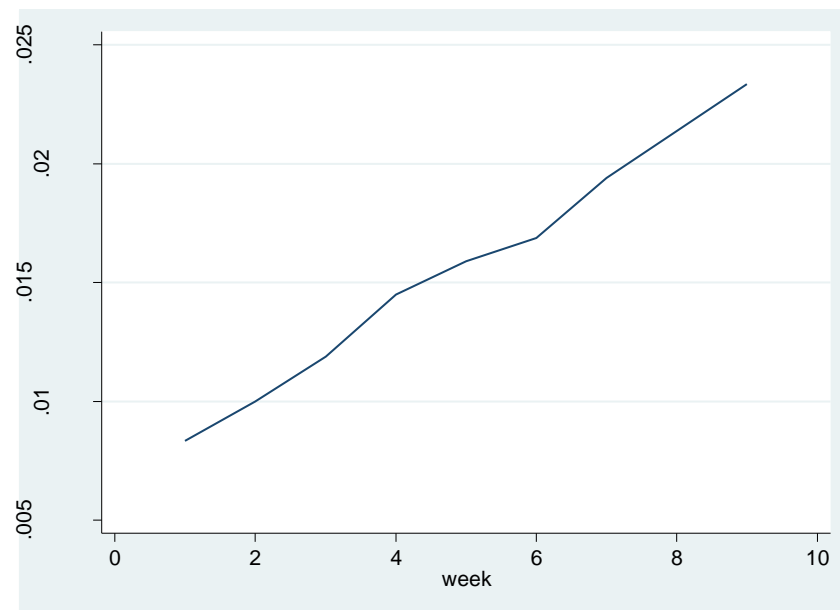
Resultados



Parceria: CBR & Catarse

- Base de Dados de doações do Catarse: banco de dados exclusivo com 3,5 milhões de visitas e 79,6 mil apoios a 931 projetos.
- O impacto do tempo e das doações passadas na doação futura?
 - Dados: secundários (acima), e primários (experimentos)
 - Teoria: Qualidade, Oportunidade, Importância percebida
 - Método: Rigor estatístico e experimental

Mean Conversion per week



Lucia Barros, Cesar Zucco,
Eduardo Andrade e Marcelo Brogliato