NOME DO PROJETO:
ECONOMIA COMPORTAMENTAL NO TURISMO.

LINHA DE PESQUISA
Linha 1 – TURISMO, PLANEJAMENTO E GESTÃO

DESCRIÇÃO DO PROJETO
Palavras-chave: economia comportamental; turismo; comportamento do consumidor; tomada de decisões; vieses e heurísticas; psicologia dos preços.
O objetivo desta linha de pesquisa é investigar as aplicações das teorias da Economia Comportamental aos processos de julgamento e tomada de decisão dos turistas. Partindo da premissa de que há vieses e heurísticas que afetam o julgamento humano; de que decisões nem sempre são ótimas, pois sofrem efeitos de contexto e de apresentação de alternativas; de que há limitações do cérebro para o processamento de informações e de números; pretende-se avaliar o comportamento dos turistas e as influências a que estes estão sujeitos durante todo o ciclo da viagem. No turismo, especialmente, por se tratar de uma atividade que não apenas desloca o indivíduo do seu entorno atual, mas também de suas práticas cotidianas, a avaliação de como tais fenômenos psicológicos podem influenciar e determinar o comportamento pode ser fundamental para a compreensão da tomada de decisões no turismo.
A Economia Comportamental é um campo de estudo que se dedica a desenvolver teorias sobre a decisão humana, demonstrando como os processos mentais de julgamento se distanciam das teorias normativas de decisão e da presunção de racionalidade do consumidor propostas pela Economia Clássica. O trabalho seminal de pesquisadores como Amos Tversky e Daniel Kahneman, que desenvolveram a *Prospect Theory* (Kahneman e Tversky, 1979), desafiou a perspectiva econômica com a publicação de uma série de trabalhos sobre a natureza das decisões humanas. A Economia Comportamental vem tentando mudar a forma como os economistas e pesquisadores de marketing e comportamento do consumidor pensam sobre as percepções de valor e preferências expressas das pessoas. Um corpo teórico robusto, desenvolvido a partir do trabalho de pesquisadores que usaram a experimentação psicológica para compreender o comportamento humano em situações de decisão e risco, tem influenciado políticas públicas e novas estratégias de negócio em áreas tão diversas como varejo, transportes, computação e saúde. As pesquisas em Economia Comportamental englobam temas como heurísticas e vieses do julgamento, limitações da racionalidade, capacidade de processamento mental e memória, aversão à perda, efeito *framing*, psicologia dos preços, Dual-System Theory, dimensões temporais das decisões, *NUDGE*, além do papel de dimensões sociais, como percepção de justiça e confiança. Apesar do crescimento e da visibilidade atingida pela Economia Comportamental em termos internacionais, são poucas as pesquisas dedicadas ao tema que investiguem suas aplicações ao processo de decisão dos turistas e às práticas atualmente adotadas pelas organizações do setor.

DATA DO INICIO
2016.

SITUAÇÃO:
Em andamento.

PESQUISADORES:
Profa. Verônica Feder Mayer. Docente.
Prof. Osiris Ricardo Bezerra Marques. Docente.
Prof. Glauber Eduardo de Oliveira Santos, PPTUR - USP. Participante externo.
Prof. Marcelo de Oliveira Nunes, UFRRJ. Participante externo.
Camila Vaz Mattos Fraga Vieira. Discente mestrado.
Flávio Andrew dos Nascimento Santos. Discente mestrado.
Juliane dos Santos Machado. Discente mestrado.
Carolina de Paula Nunes Gavinho. Discente mestrado.

FINANCIAMENTO:
FAPERJ (via PPGTUR, auxílios para pesquisa de campo e tradução de artigo) e CAPES (bolsa de pós-doutorado)