

**O EFEITO DO CAMPO PESSOAL E ORGANIZACIONAL NA DECISÃO DO  
PREÇO E NA TOLERÂNCIA AO RISCO**

**Lisiany Andrino Borges**

*Universidade Federal De Uberlândia*

**Edvalda Araujo Leal**

*Universidade Federal De Uberlândia*

**Resumo**

Palavras-chave: preço; teoria do prospecto; decisão; tolerância ao risco.

**O EFEITO DO CAMPO PESSOAL E ORGANIZACIONAL NA DECISÃO DO  
PREÇO E NA TOLERÂNCIA AO RISCO****Controladoria e Contabilidade Gerencial (CCG)**

A decisão é fundamental para lidar com as oportunidades, os desafios e as incertezas humanas, tais decisões estão presentes no campo pessoal e organizacional, podendo ser tratadas de forma consciente ou inconsciente. (HAMMOND *ET AL.*, 2004). Gomes e Gomes (2012) complementam que uma decisão deve ser tomada sempre que houver mais que uma alternativa para solução de um problema.

As decisões tomadas no campo pessoal trarão consequências apenas para o indivíduo, podendo afetar àqueles à sua volta (FAGUNDES, 2019), já no ambiente organizacional, os gestores estão sujeitos a tomar decisões que podem representar o sucesso ou o fracasso de um projeto e afetar o desempenho empresarial (SECURATO, 1996).

Existem diversos fatores que podem influenciar na decisão como: se a situação envolve ganho ou perda, idade do gestor, gênero, estado civil, grau de instrução, renda, se é funcionário da organização ou empresário, tempo de existência da organização, número de funcionários da organização, experiência na gestão e condição financeira da organização (FAGUNDES, 2019).

Tais fatores demonstram que o processo decisório não é totalmente lógico, pois há desvios de comportamentos frequentes sendo necessário conhecer as heurísticas e os vieses cognitivos que podem influenciar na tomada de decisão (KAHNEMAN E TVERSKY, 1979).

Durante o processo decisório, é comum as pessoas utilizarem os atalhos mentais para simplificar a tomada de decisão, esses atalhos mentais são denominados por Tversky e Kahneman (1974) de heurísticas, as quais podem reduzir as tarefas complexas de analisar probabilidades e prever situações durante o processo decisório. Tais heurísticas podem facilitar a produção de julgamentos corretos, mas também podem resultar em erros na decisão devido aos desvios de pensamentos que resultam desses atalhos mentais. As heurísticas propostas pela literatura são: representatividade, disponibilidade e ancoragem.

Tversky e Kahneman (1974) explicam que a heurística da representatividade avalia se um objeto “A” pertence a um grupo “B” devido as características do objeto se assemelharem com o grupo; já a heurística da disponibilidade é utilizada quando as pessoas avaliam a probabilidade de um evento baseado na facilidade de suas recordações. Com base nessa heurística o indivíduo pressupõe que suas lembranças são verdadeiras representativas de outros eventos fora da memória (BAZERMAN, 2002). Por fim, a heurística da ancoragem ocorre quando as pessoas fazem estimativas utilizando um valor inicial fornecido como referência, sendo que diferentes valores iniciais resultam em diferentes estimativas.

Cada uma dessas heurísticas traz consigo vieses comportamentais, que Tversky e Kahneman (1974) definem como desvios de pensamentos resultantes dos atalhos mentais (heurísticas). Segundo Ramiah *et al.* (2016), os vieses comportamentais não são ruins, eles podem melhorar a decisão gerencial, para isso os gestores precisam conhecê-los, e saber utilizá-los no momento da decisão.

Quando tomamos alguma decisão estamos sujeito ao risco inerente da escolha, assim, o risco pode ser definido como a chance de ocorrer fracassos resultante da decisão, e está presente nas decisões organizacionais e pessoais. (SECURATO, 1996) As pessoas são avessas ao risco quando preferem uma situação certa a outra arriscada (ROSS *ET AL.* (2015)

March (2009) reforça que a tolerância ao risco é afetada pela disposição de um indivíduo enfrentar determinado risco, podendo ser influenciado pela experiência que possui na organização e por traços individuais onde cada pessoa pode possuir diferentes propensões ao risco.

O risco está presente nas decisões de preço, Nagle (2002) afirma que o risco aumenta a sensibilidade ao preço, ele ilustra com um exemplo de que alguns homens pagariam valores altos por um produto que fizesse crescer os cabelos, porém a maioria duvida dos resultados prometidos e hesita em experimentar o produto.

Visando aprofundar no processo de tomada de decisão em situações de risco Kahneman e Tversky (1979) desenvolveram a Teoria do Prospecto, a qual defende que as pessoas tendem a assumir uma posição de risco para evitar perdas, e evitam assumir riscos em situações que podem gerar ganhos, havendo perspectivas diferentes para ganhos e perdas

Para este estudo, o objeto escolhido para a análise envolvendo a decisão no contexto tanto organizacional quanto pessoal é o preço. Canever *et al.* (2012) reforçam que o preço possui papel muito importante na organização, pois, pode ser um ponto essencial para o seu sucesso, e deve contemplar fatores internos e externos, sendo essencial para competitividade, sobrevivência e crescimento das empresas. O preço tem grande influência para o comprador definir se irá comprar ou não um produto, pois o valor percebido pelo consumidor sobre um produto, é o preço que ele estará disposto a pagar por aquele item (BRUNI; FAMÁ, 2004).

A estratégia de precificação é muito importante no desempenho da empresa, pois é necessário que o preço garanta o mínimo de rentabilidade, e contribua para a manutenção das operações e sobrevivência da empresa ao longo prazo, podendo assim gerar renda e empregos (NASCIMENTO; LOPES, 2010). Além disso, o preço é o principal determinante da quantidade demandada de um produto, ou seja, quanto desse produto os compradores pretendem adquirir, assim, a procura pelo produto diminui quando o preço aumenta, e aumenta quando o preço diminui (AMARAL, 2017).

Existem três principais abordagens que influenciam a determinação do preço, são elas: preço baseado na concorrência; preço baseado no consumidor e preço baseado nos custos. Na abordagem baseada no consumidor determina-se o preço baseado no valor percebido pelo cliente, e no que ele está disposto a pagar diante do benefício recebido. Na abordagem baseada na concorrência, a empresa baseia-se nos preços dos concorrentes para determinar seu preço. A abordagem baseada em custos, determina o preço baseado nas informações de custos geradas pela contabilidade de custos, visando cobri-los e obter a margem de lucro desejada (HINTERHUBER, 2008)

Diante do exposto, identificou-se a lacuna de estudos que relacionam a tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto com relação à precificação, com as decisões do consumidor e gestor em relação ao preço, e com as heurísticas e vieses, tornando-se relevante a realização da pesquisa. Percebe-se a importância da precificação adequada pelo gestores na organização, o qual irá afetar diretamente a rentabilidade da empresa, podendo melhorá-la ou afetá-la negativamente (KOHLI; SURI, 2013). É importante compreender os fatores que podem afetar as decisões do gestor no momento da determinação do preço de um produto e/ou serviço, ou seja, o que pode torná-lo mais avesso ou tolerante ao risco. Assim, como é relevante compreender o efeito pessoal na decisão consumidor no momento da compra de um produto e/ou serviço e quais os fatores que podem fazê-lo mais avesso ou tolerante ao risco.

Diante do exposto, formula-se a seguinte questão de pesquisa: **Qual o efeito do campo pessoal e organizacional na decisão sobre o preço e na tolerância ao risco?** Importante ressaltar, para este estudo o campo pessoal considera as características do gestor como consumidor diante do risco na aquisição de um produto e o organizacional envolve o comportamento profissional adotado para precificação no âmbito empresarial.

Com intuito de responder tal questão, o objetivo geral desse trabalho é identificar se no processo de precificação e na decisão de compra baseada no preço, existem efeitos do campo pessoal e organizacional em relação a tolerância ao risco. Assim, para atingir tal objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Verificar como as características demográficas dos gestores afetam a decisão sobre a precificação e na compra baseada no preço, sob aspectos de tolerância ao risco no campo pessoal e organizacional.
- Identificar se existem diferenças significativas nas decisões sobre o preço no âmbito organizacional e pessoal, bem como a tolerância ao risco, comparando os resultados do campo pessoal com os do campo organizacional.
- Verificar a influência das heurísticas e dos vieses na tomada de decisão em relação ao preço nos campos pessoal e organizacional.

A investigação dos objetivos propostos no presente estudo utiliza como base a Teoria do Prospecto, com vistas à analisar as decisões tomadas na perspectiva da tolerância ao risco.

Dessa forma, o presente estudo torna-se relevante, pois visa compreender o processo decisório e os fatores que podem influenciá-lo envolvendo a temática de determinação de preço e tolerância ao risco. Melesse e Cecchi (2017) apontam que o risco está relacionado com quase todas as atividades econômicas, e que as decisões econômicas são influenciadas pela tolerância ao risco. Sendo assim, o risco é um dos fatores que podem influenciar a decisão, Gönsch (2017) ressalta que em muitos estudos o risco é tratado como neutro, porém é importante considerar seu efeito na tomada de decisão. Serpa e Avila (2004) acrescentam que estudos sobre a tomada de decisão possuem relevância para compreender o comportamento do consumidor e os fatores que influenciam suas decisões.

Lima Filho e Bruni (2013) inferem que são importantes os estudos que abordam as relações da controladoria com as ciências comportamentais, envolvendo a análise de riscos nas decisões. No âmbito das decisões tomadas pelos gestores vinculados à controladoria tem-se a precificação, sobre a qual Callado e Machado (2007) afirmam que é evidente sua importância, pois, por meio do resultado da venda desses produtos é que será garantido ou não a continuação dos negócios. Além de que a precificação correta tem grande influência no atingimento das metas de vendas, e auxilia a empresa a manter ou ampliar a sua participação no mercado (MACHADO *et al.*, 2006). Amaral (2017) acrescenta que a precificação é um tema relevante, e se aprimora e modifica ao longo do tempo, necessitando de constantes revisões.

Para atingir os objetivos propostos será realizado um experimento de laboratório “between-participants” o qual visa entender diferenças de comportamento entre diferentes grupos com apenas uma variável independente (AGUIAR, 2017). O experimento será realizado com alunos que cursam especialização *lato sensu* nas áreas de administração e contabilidade oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia. A população do estudo conta com 750 alunos matriculados nos cursos de especialização oferecidos pela instituição.

Para que a pesquisa seja considerada um experimento é necessário que o pesquisador possua controle sobre o método podendo determinar quem, o que, onde, quando e como o experimento será realizado; também é necessário que os sujeitos sejam atribuídos aleatoriamente ao grupo de controle ou experimental; e por fim que o pesquisador deve manipular as variáveis independentes, visando produzir resultados objetivos, válidos e replicáveis (GRAY, 2012).

Para alguns experimentos os participantes são submetidos a um pré-teste para avaliar seu comportamento antes do tratamento da variável independente, entretanto, a aplicação de um pré-teste pode sensibilizar os participantes do experimento à variável independente, fazendo com que reajam de maneira diferente à variável independente do que reagiriam sem um pré-teste. (LEARY, 2001). Tal situação pode resultar na conclusão equivocada do pesquisador sobre um efeito da variável independente, quando o verdadeiro efeito é o resultado da variável independente combinada com o pré-teste. Diante disso, para essa pesquisa optou-se por não realizar o pré-teste ou observação anterior ao tratamento da variável independente.



Visando atender aos requisitos de um experimento, essa pesquisa terá a manipulação da variável independente “campo de decisão” com intuito de verificar o impacto sob a variável dependente no primeiro bloco “tolerância ao risco diante de decisões sobre o preço” e no segundo bloco “influência dos vieses nas decisões sobre o preço”; os participantes serão distribuídos de forma aleatória para o grupo de controle e experimental; e a pesquisadora possui controle sob as demais variáveis do experimento (GRAY, 2012).

Atendendo ao requisito experimental de distribuição aleatória dos indivíduos nos grupos de controle e experimental apresentado por Campbell e Stanley (1979) serão separados o questionário do grupo de controle e experimental, assim, durante a aplicação do questionário em cada sala de aula os participantes foram alocados aleatoriamente ao grupo de controle ou experimental, recebendo de forma aleatória os questionários de cada grupo.

Por não ser possível anular as variáveis de controle do experimento, o procedimento adotado será similar ao de Fagundes (2019), o qual visando aumentar a validade interna do experimento utilizou um grupo de controle e outro experimental, podendo compará-los posteriormente considerando o efeito dessas variáveis.

Durante o experimento será aplicado um questionário baseado nos estudos dos autores Kahneman e Tversky (1979) e Fagundes (2019), e composto por 43 questões, divididas em três blocos. Günther (2004) recomenda que as primeiras perguntas do questionário tratem sobre a temática objeto do estudo, e por último perguntas pessoais, dessa forma, no primeiro bloco, o participante do grupo de controle responderá assumindo o papel de comprador, e o participante do grupo experimental assumirá o papel de gestor responsável por tomar decisões em relação a determinação do preço, ambos os grupos responderão questões com perspectivas de ganho e de perda. No segundo bloco será avaliada a influência dos vieses no processo decisório em relação ao preço, ambos os grupos de controle e experimental responderão as mesmas questões. Por último, no terceiro bloco serão levantados os dados sociodemográficos do participante e da empresa em que ele trabalha.

As questões são fechadas e foram adaptadas visando montar um cenário com a presença de risco, preço e decisão, para que por meio do mesmo contexto fosse possível formular a questão no campo pessoal e no organizacional, sendo assim, a questão 1 do grupo de controle, corresponde a questão 1 do grupo experimental, tendo como principal diferença o campo a ser investigado: pessoal ou organizacional.

Por meio da aplicação do questionário espera-se verificar o efeito do campo pessoal e organizacional sob a tolerância ao risco do gestor e do consumidor diante de situações de decisão em relação ao preço. Espera-se ser possível por meio dos resultados identificar aspectos como se o sexo do respondente interfere em sua tolerância ao risco; se no campo pessoal o respondente arrisca mais que no campo organizacional; se a escolaridade interfere na aversão ao risco durante a análise do preço.

A coleta de dados será realizada em uma única etapa, que acontecerá no período de Junho à Agosto de 2020, em sala de aula, onde será explicado o objetivo da pesquisa e os possíveis participantes serão convidados a participar da pesquisa. Aqueles que aceitarem confirmarão concordância em um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e irão responder o questionário composto por três blocos. A escolha por aplicação em sala de aula visa maximizar o retorno dos questionários. Com intuito de estabelecer confiança o pesquisador irá se apresentar aos respondentes e explicar os detalhes da pesquisa, como recompensa os participantes poderão se beneficiar dos resultados da pesquisa na sua vida pessoal e organizacional.

Destaca-se que a relevância desse estudo consiste em ampliar os estudos sobre a temática pesquisada, principalmente, com a análise empírica, analisando o comportamento humano em relação à precificação, buscando entender os procedimentos adotados pelos gestores no processo decisório envolvendo a tolerância ao risco, com intuito de melhorar o

desempenho organizacional. Pretende-se ainda preencher a lacuna de estudos que relacionam a tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto com relação à precificação e com as decisões do consumidor em relação ao preço.

A principal limitação do estudo refere-se que para a aplicação do questionário será utilizada amostra por conveniência sendo composta pelos gestores que cursam especialização *lato sensu* nas áreas de administração e contabilidade oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia. A escolha se justifica por se tratar de profissionais gestores que estão ou estiveram inseridos no mercado de trabalho, e que podem representar os demais gestores.

As contribuições esperadas por esse estudo são: apresentar resultados empíricos sobre a aversão ao risco dos gestores na precificação, no âmbito pessoal e organizacional à luz da Teoria do Prospecto, pois Souza *et al.* (2009) esclarecem que embora haja um aumento no número de publicações a respeito de finanças comportamentais, ela ainda é considerada uma área de pesquisa emergente de grande importância, que carece de novas pesquisas. Ross *et al.* (2015) reforçam que as finanças comportamentais são um campo de estudo pouco explorado, principalmente no Brasil, além de que não se identificou no levantamento bibliográfico realizado estudos que relacionaram a precificação com as finanças comportamentais, a tolerância ao risco, e as heurísticas.

A pesquisa visa também contribuir para que as organizações tenham conhecimento dos fatores comportamentais dos gestores que afetam a determinação do preço e a tolerância ao risco, para que possam considerar esse efeito no planejamento estratégico e nas decisões organizacionais, inclusive a influência das heurísticas e dos vieses comportamentais na tomada de decisão em relação ao preço.

## PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

AMARAL, J.V. (2017). *Custos mais margem: a forma ou a essência do estabelecimento de preços?* Tese de Doutorado em Contabilidade, Faculdade de Economia Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

BAZERMAN, M.H. (2004). *Processo Decisório: para os cursos de administração, economia e MBA's*. (5. ed.) Rio de Janeiro: Elsevier.

FAGUNDES, E. (2019). *Tolerância ao risco dos gestores: uma análise na tomada de decisões nos campos pessoal e organizacional*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.

GRAY, D.E. (2012). *Pesquisa no mundo real*. (2 ed.) Porto Alegre: Editora Penso.

KAHNEMAN, D. ; TVERSKY, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decisions under Risk. *Econometrica*. 47(2), pp. 263-291. Recuperado em 12 agosto, 2019, de <https://www-jstor-org.ez34.periodicos.capes.gov.br/stable/pdf/1914185.pdf?refreqid=excelsior%3A042c8006d69f74d7444af2ebd3ecd063>.

LEARY, M.R. (2001). *Introduction to behavioral research methods*. (3.ed.) New Jersey: Pearson Education Inc.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*. 185(1), pp.1124-1131. Recuperado em 22 setembro, 2019, de <https://science-science-mag-org.ez34.periodicos.capes.gov.br/content/185/4157/1124>