
A INFLUÊNCIA DOS CAMPOS PESSOAL E ORGANIZACIONAL NA DECISÃO DO PREÇO SOB A PERSPECTIVA DE TOLERÂNCIA AO RISCO

Lisiany Andrino Borges ¹
Edvalda Araújo Leal ²
Janser Moura Pereira ³

▪ Artigo recebido em: 30/05/2021 ▪▪ Artigo aceito em: 20/12/2021 ▪▪▪ Segunda versão aceita em: 26/07/2022

RESUMO

O objetivo do estudo foi identificar a influência dos campos pessoal e organizacional na decisão do preço sob a perspectiva de tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto proposta por Kahneman e Tversky em 1979. A análise no campo organizacional é realizada em relação a definição do preço e no campo pessoal na percepção de justiça na formação do preço. Para tanto, foi realizado um experimento em condições de laboratório aplicado de forma virtual para 174 estudantes de especialização lato sensu dos cursos de Administração e Contabilidade oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia. Os participantes foram direcionados aleatoriamente para dois grupos representando os campos pessoal e organizacional, os quais tomam decisões acerca do preço. Os dados foram analisados estatisticamente por meio de regressão logística e os resultados indicam que o campo em que a decisão foi tomada não afeta a tolerância ao risco do indivíduo, diferenciando-se o resultado dos demais encontrados em outros estudos da área. Além disso, foi possível concluir que algumas variáveis demográficas influenciam o gestor na decisão referente a definição do preço e também o consumidor (campo

¹ Mestre em ciências contábeis pela Universidade Federal de Uberlândia. Especialista em Contabilidade Tributária pelo IPOG. Endereço: Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia - MG, 38400-902. Telefone: (34) 3239-4176. E-mail: lisianyandrino@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8797-4494>

² Doutora em Administração pela Fundação Getúlio Vargas - FGV-SP. Docente da Faculdade de Ciências Contábeis/Universidade Federal de Uberlândia. Endereço: Av. João Naves de Ávila, 2121 - Santa Mônica, Uberlândia - MG, 38408-100 - Bloco 1 F - Sala 253. Fone: (34) 3239-4176. E-mail: edvalda@ufu.br
<https://orcid.org/0000-0002-7497-5949>

³ Doutor em Estatística e Experimentação Agropecuária pela Universidade Federal de Lavras - UFLA. Docente da Faculdade de Matemática/Universidade Federal de Uberlândia. Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia - MG, 38400-902 - Bloco 1F - Sala 1F120. Fone: +55 34 3239-4234. E-mail: janser@ufu.br
<https://orcid.org/0000-0002-4622-6203>

Editor responsável pela aprovação do artigo: Dr. Bruna Camargos Avelino
Editor responsável pela edição final do artigo: Dr. Ewerton Alex Avelar

pessoal) na percepção de justiça na formação do preço. Os achados condizem com a Teoria do Prospecto, a qual defende que os indivíduos se arriscam para evitar uma perda e evitam riscos em situações que podem obter um ganho. Os resultados do estudo contribuem com a apresentação de evidências empíricas sobre a tolerância ao risco, complementando a literatura no meio científico e para as organizações e a sociedade demonstrando quais características demográficas podem afetar a tolerância ao risco do cliente e do gestor nas decisões sobre o preço de venda.

Palavras-Chave: Teoria do Prospecto. Tomada de decisão. Aversão ao risco. Preço. Heurística da Disponibilidade.

THE INFLUENCE OF PERSONAL AND ORGANIZATIONAL AREAS IN THE PRICE DECISION FROM THE PERSPECTIVE OF RISK TOLERANCE

ABSTRACT

The objective of the study was to identify the influence of the personal and organizational areas in the price decision under the perspective of risk tolerance in light of the Prospect Theory proposed by Kahneman and Tversky in 1979. The analysis in the organizational area is carried out in relation to the definition of the price and in the personal area in the perception of fairness in the formation of the price. Therefore, an experiment was carried out under laboratory conditions, applied virtually to 174 students of lato sensu specialization from the Administration and Accounting courses offered by the Federal University of Uberlândia. The participants were randomly assigned to two groups representing the personal and organizational areas, which make pricing decisions. Data were statistically analyzed using logistic regression and the results indicate that the area in which the decision was taken does not affect the individual's risk tolerance, differing from the results found in other studies in the area. Furthermore, it was possible to conclude that some demographic variables influence the manager in the decision regarding price definition and also the consumer (personal area) in the perception of fairness in price formation. The findings are consistent with the Prospect Theory, which defends that individuals take risks to avoid a loss and avoid risks in situations that can obtain a gain. The study results contribute to the presentation of empirical evidence on risk tolerance, complementing the literature in the scientific world and for organizations and society, demonstrating which demographic characteristics can affect the risk tolerance of the customer and the manager in price decisions.

Keywords: Prospect Theory. Decision making. Risk aversion. Price. Availability heuristic.

1 INTRODUÇÃO

Por muitos anos, o homem foi considerado como inteiramente racional e capaz de analisar todas as opções disponíveis para, então, fazer suas escolhas (March & Simon, 1975). Entretanto, tal ideia começou a ser contestada por Bernoulli (1738/1954), Simon (1947) e Tversky e Kahneman (1974), além de outros

pesquisadores da área de ciências comportamentais que defendem a Teoria das Finanças Comportamentais, apontando que nem todos os mercados são eficientes e os agentes não são tão racionais, pois os indivíduos podem ser influenciados por outros fatores, tais como, suas crenças e experiências. Dessa forma, a decisão não pode ser considerada como inteiramente racional (Oliveira & Krauter, 2015).

As decisões podem ser tomadas no campo pessoal quando a pessoa decide para sua vida pessoal, bem como no campo organizacional quando se decide pela organização. Importante ressaltar que, no campo organizacional, o gestor toma a decisão representando o grupo, o que poderá afetar o desempenho empresarial. O gestor poderá ter autonomia para as decisões dependendo do porte da empresa e também das características da estrutura organizacional adotada, tais decisões poderão ser centralizadas ou descentralizadas, envolvendo os níveis hierárquicos, o tempo de decisão e disposição ao risco. (Atkinson et al., 2011). Durante o processo decisório, é comum as pessoas utilizarem os atalhos mentais para simplificar a tomada de decisão, sendo esses atalhos mentais denominados por Tversky e Kahneman (1974) de heurísticas. Entretanto, tais heurísticas podem resultar em uma decisão incorreta devido aos desvios de pensamentos que delas resultam.

Além disso, quando o ser humano toma alguma decisão, está sujeito ao risco decorrente da escolha, pois o tomador de decisão conhece as opções existentes, mas não consegue prever, exatamente, seu resultado ou efeito (Swerts, 2001). Diante disso, tem-se a aversão ao risco, de modo que as pessoas avessas ao risco preferem uma situação certa a outra arriscada. Geetha e Selvakumar (2016) e March (2010) acrescentam que a aversão ao risco pode variar conforme fatores demográficos, psicológicos, financeiros e comportamentais e, por isso, cada pessoa tem uma aversão diferente ao risco.

Em 1979, Kahneman e Tversky (1979) impulsionaram a pesquisa sobre as Finanças Comportamentais, propondo a Teoria do Prospecto. Esses autores defendem que as pessoas tendem a assumir uma posição de risco para evitar perdas e evitam riscos em situações de ganhos, havendo perspectivas diferentes para ganhos e perdas.

A literatura apresenta estudos que abordam as decisões no campo pessoal, entretanto são identificados poucos estudos sobre o risco em decisões tomadas envolvendo terceiros (Andersson et al., 2014). Harvey et al., (2006) ressaltam que é difícil verificar a capacidade de uma pessoa mensurar os riscos que seriam aceitáveis para uma terceira pessoa. Assim, algumas pessoas decidem por outros, utilizando o pressuposto de que eles correriam o mesmo risco que elas, tendendo outras a utilizarem a neutralidade.

Diante do exposto, identificou-se uma lacuna de estudos que relacionam a tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto no que tange à precificação na organização (no campo organizacional) e às decisões do consumidor (campo pessoal) em relação ao preço, tornando-se relevante a realização de novas pesquisas. A determinação do preço de venda está relacionada ao resultado e desempenho organizacional, estando o risco presente na decisão de precificação, pois o preço é capaz de determinar o desempenho nas vendas e a fidelidade do cliente (Varotto & Gonçalves, 2012).

Assim, a questão de pesquisa proposta é: Qual a influência dos campos pessoal e organizacional na decisão do preço sob a perspectiva de tolerância ao risco? Já o objetivo geral é identificar a influência dos campos pessoal e organizacional na decisão do preço sob a perspectiva de tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto proposta por Kahneman e Tversky em 1979. A análise no campo organizacional é realizada em relação a definição do preço e no campo pessoal na percepção de justiça na formação do preço. Importante ressaltar que, 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.

O estudo utiliza como base a Teoria do Prospecto com vistas a analisar as decisões tomadas na perspectiva da tolerância ao risco. Fagundes (2019) aborda que há poucos estudos no Brasil a respeito do comportamento dos indivíduos na tomada de decisão. O autor analisou a influência do campo de decisão sobre a tolerância ao risco dos gestores, o estudo auxiliou na escolha e definição das variáveis investigadas nesta pesquisa. Percebe-se que em finanças comportamentais, tem-se a contabilidade comportamental, que considera as preferências psicológicas individuais e as limitações psicológicas que decorrem da racionalidade limitada dos indivíduos na contabilidade gerencial (Fagundes, 2019).

Dessa forma, o presente estudo torna-se relevante, pois visa compreender o processo decisório sobre o preço e os fatores que podem influenciá-lo, envolvendo a tolerância ao risco. Diferencia-se de outros estudos ao propor a análise da tolerância ao risco e do processo de precificação, além da inclusão da análise da heurística da disponibilidade em relação às decisões sobre o preço com o intuito de melhorar o desempenho organizacional e os ganhos no campo pessoal.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta, primeiramente, a determinação do preço envolvendo as escolhas do consumidor e o processo decisório. Na sequência, são demonstrados os conceitos e as características das heurísticas e dos vieses comportamentais e, por último, evidencia-se a Teoria do Prospecto.

2.1 Determinação do preço: escolhas do consumidor e o processo decisório

O preço pode ser um dos determinantes no momento em que o consumidor faz a escolha do produto ou do serviço. Nesse sentido, o preço tem grande importância na participação da empresa no mercado, bem como na sua lucratividade (Rosadas & Macedo, 2004). Um produto com seu preço formado incorretamente pode trazer grandes riscos para a empresa, inclusive, afetar a sua continuidade, pois o preço precisa ser suficiente para cobrir as necessidades da empresa e, ao mesmo tempo, ser atrativo para os clientes (Reis & Santana, 2012).

O indivíduo toma decisões a todo tempo e, segundo algumas estimativas, são tomadas, em média, 35.000 decisões por dia, sendo algumas delas tomadas

conscientemente, mas a maioria é feita no subconsciente (Sollish, 2016). Segundo Securato (2012), a tomada de decisão é influenciada por experiências, informações e observações anteriores. Assim, as pessoas estão sujeitas a tomarem decisões com diferentes níveis de responsabilidade, podendo o resultado afetar as famílias, os colegas de trabalho, o emprego ou, até mesmo, a nação (Securato, 2012).

Conforme mencionado anteriormente, as decisões podem ser tomadas nos campos pessoal e organizacional. No campo pessoal, são decididas situações do dia a dia, como comprar ou não um determinado objeto, viajar ou não, trocar de emprego, entre outras. Conforme Fagundes (2019), as decisões tomadas no campo pessoal trarão consequências não apenas para o indivíduo, podendo afetar também aqueles à sua volta. No ambiente organizacional, os gestores estão sujeitos a tomarem decisões que podem representar o sucesso ou o fracasso de um projeto, bem como afetar o desempenho empresarial (Securato, 2012). As decisões tomadas no campo organizacional poderão trazer consequências para a organização e não apenas para o indivíduo (Fagundes, 2019).

Kahneman (2012) aponta que os indivíduos dispõem de dois mecanismos para tomada de decisão: O intuitivo, conhecido também como 'sistema 1', é responsável pelas decisões automáticas, rápidas, sem percepção de controle voluntário, gerando padrões de ideias complexas. O racional, ou conhecido como 'sistema 2', é responsável pelas decisões lentas, laboriosas e deliberadas, que exigem escolha e concentração, podendo apenas ele construir pensamentos em séries ordenadas, além de ser responsável pelo autocontrole. As decisões tomadas nos 'sistemas 1' e '2' não são excludentes e nem fixas, pois, em algum momento, a decisão pode ser feita no 'sistema 1' e, em outro, a mesma decisão pode se dar no 'sistema 2', depende da frequência e da complexidade da decisão, quando uma decisão é tomada de forma mais automática utiliza-se o sistema 1. Este trabalho foca nas decisões tomadas no 'sistema 1', pois, nesse sistema, há a presença mais evidente das heurísticas e vieses (Kahneman, 2012).

O processo decisório não é totalmente lógico, pois há desvios de comportamentos frequentes. Dessa forma, é necessário conhecer as heurísticas e os vieses cognitivos que podem influenciar na tomada de decisão (Kahneman & Tversky, 1979). Kahneman (2012) apresenta três heurísticas: representatividade, disponibilidade e ancoragem, tendo cada uma seus vieses, o que será abordado na sequência.

2.2 Heurísticas e vieses comportamentais

As heurísticas reduzem o tempo e o esforço na tomada de decisão, atuando como mecanismos cognitivos adaptativos que consistem em atalhos mentais no processo decisório, sendo necessário tomar cautela para que elas não resultem em decisões errôneas (Lima Filho et al., 2010)

Bazerman (2004) salienta que é importante conhecer as heurísticas para utilizá-las de maneira correta, pois elas fornecem meios eficientes de resolver problemas complexos, resultando, na maioria das vezes, em boas decisões.

As três heurísticas identificadas por Tversky e Kahneman (1974) são: representatividade, disponibilidade e ancoragem. A representatividade avalia se

um objeto "A" se assemelha a um objeto ou grupo "B". A heurística da ancoragem ocorre quando as pessoas fazem estimativas, utilizando um valor numérico inicial como referência. (Tversky & Kahneman, 1974).

Por fim, temos a heurística da disponibilidade, a qual é utilizada quando as pessoas avaliam a probabilidade de um evento baseado na facilidade de suas recordações (Tversky & Kahneman, 1974). Com base nessa heurística, o indivíduo pressupõe que suas lembranças são verdadeiras representações de outros eventos fora da memória (Bazerman, 2004). Para este trabalho, foi escolhida a análise em relação à heurística da disponibilidade, pois ela é importante na tomada de decisão, já que reforça que eventos mais frequentes são mais recordados que eventos menos frequentes. Justifica-se o estudo da heurística da disponibilidade, devido a análise proposta para o presente estudo em relação ao preço. É possível verificar, por meio dela e seus vieses, se lembranças de preços anteriores podem influenciar a compra, se a pessoa tende a buscar um produto nos locais em que costuma encontrar ou se ela verifica os preços antes e, ainda, se as pessoas subestimam ou superestimam a probabilidade de dois eventos ocorrerem ao mesmo tempo, com base em sua recordação, como, por exemplo, preço alto e boa qualidade.

Conforme Tversky e Kahneman (1974), os vieses da heurística da disponibilidade são: (i) Facilidade de lembrança: A pessoa julga a chance de um evento ocorrer com base nas suas lembranças, como, por exemplo, se presenciar um incêndio em uma casa, o indivíduo pensará que a probabilidade de tais eventos acontecerem é mais comum do que aqueles sobre os quais soube por meio de notícia no jornal. (ii) Recuperabilidade: As pessoas tendem a buscar algo nos locais que recordam existir, podendo-se citar como exemplo o fato de o indivíduo desejar realizar compra de roupas e, nesse caso, ele busca em sua memória o local que pode haver, conforme ele recorda, mais lojas de roupas próximas umas das outras, sendo sua tendência ir até esse local. (iii) Associações pressupostas: Ocorre quando subestimamos ou superestimamos a probabilidade de dois eventos ocorrerem ao mesmo tempo com base em nossa recordação. Como exemplo, pode-se citar o fato de o indivíduo conhecer muitos usuários de maconha que são delinquentes e, então, quando é questionado se a maconha está relacionada com a delinquência, esse indivíduo, provavelmente, irá afirmar que sim.

Desse modo, é necessário ter cautela com os desvios que possam ser ocasionados pelas heurísticas, ainda que haja ganho de tempo na tomada de decisão. Visando superar esse problema, recomenda-se estabelecer prioridades, obter informações relevantes, ter cuidado na tomada de decisão e ter consciência da existência das heurísticas, vieses e da possível influência que esses podem exercer sobre o processo decisório (Fernandes, Dantas & Macedo, 2011).

2.3 Teoria do Prospecto e a Tolerância ao Risco

A Teoria do Prospecto foi proposta por Kahneman e Tversky (1979) e tem como ideia central que, em situações de risco, a decisão é uma escolha entre aversão e tolerância ao risco (Cardoso, Riccio & Lopes, 2008). Nesse sentido, as pessoas tendem a arriscar mais para evitar uma perda e, em situações com propensão de ganho, evitam correr riscos (Kahneman & Tversky, 1979).

Bolton e Ockenfels (2010) defendem que não há diferença na aversão ao risco quando a pessoa decide para sua vida pessoal ou quando decide por terceiros, como, por exemplo, para a organização. Entretanto, a maioria dos estudos apresentam que há diferenças na aversão ao risco nessas situações (Eriksen & Kvaloy, 2009; Schultz et al., 2018). Em situações de perda, quando decide por terceiros, a pessoa tem menor aversão ao risco, ou seja, ela se arrisca mais para evitar uma perda, do que quando decide para si próprio e, dessa forma, a decisão por terceiros se aproxima da racionalidade (Andersson, et al., 2014). Assim, surge a seguinte hipótese de pesquisa que será testada neste estudo:

H1A: Para a propensão de ganho, os indivíduos tendem a arriscar menos na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal.

H1B: Para evitar uma perda, os indivíduos tendem a arriscar mais na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal.

As decisões tomadas de forma intuitiva (sistema 1) estão sujeitas a uma presença maior das heurísticas e dos vieses, pois são tomadas de forma rápida e sem uma análise profunda. Quando toma decisões no formato racional (sistema 2), a pessoa analisa mais profundamente a decisão e tende a não ser tão influenciada pelas heurísticas. Dessa forma, ela toma decisões analíticas, verificando os possíveis riscos inerentes a essa decisão, podendo, assim, ter maior tolerância ao risco (Kahneman, 2012). Com esse fundamento, tem-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H2: Independentemente do campo (pessoal ou organizacional), quanto maior a tolerância ao risco do indivíduo, menor o efeito da heurística da disponibilidade em decisões sobre o preço.

O risco está presente no processo decisório, seja em decisões no campo pessoal (decisões relacionadas à vida pessoal do indivíduo) ou organizacional (decisões relacionadas à empresa na qual o indivíduo trabalha). Conforme Geetha e Selvakumar (2016), as pessoas têm diferentes tolerâncias ao risco, estando alguns mais dispostos a correr riscos e outros mais avessos ou menos tolerantes a eles. Tal tolerância pode ser influenciada por fatores demográficos, psicológicos, financeiros e comportamentais.

Nesse sentido, Ross, Nora e Milani (2015) analisaram a aversão ao risco dos profissionais do setor financeiro, demonstrando os resultados do estudo que os respondentes do sexo masculino são mais propensos ao risco e que, quanto maior o tempo de atividade profissional ou maior o número de dependentes, maior é a aversão ao risco, ou seja, tais indivíduos estão menos dispostos a correrem riscos. Shepherd et al. (2015) também defende que, quanto maior a experiência, maior a tolerância ao risco. A propensão ao risco por parte do sexo masculino também é evidenciada pelos autores Meier-Pesti e Goetze (2005), Montinari e Rancan (2013) e Brooks et al. (2018).

Fagundes (2019) analisou a influência do campo de decisão sobre a tolerância ao risco dos gestores. Como resultado do estudo, foi possível concluir que: os gestores são menos tolerantes ao risco em situações que envolvem

ganhos do que naquelas que envolvem perdas; quanto maior a idade, mais tolerante ao risco é o gestor; indivíduos do gênero feminino são menos tolerantes ao risco do que os do gênero masculino; em relação ao estado civil, os solteiros são mais tolerantes ao risco e, quando se casam, tornam-se menos tolerantes ao risco; quanto maior o grau de instrução, maior a tolerância ao risco. Como se percebe, as características demográficas do indivíduo poderão afetar a tolerância ao risco, propondo-se, dessa forma, a seguinte hipótese:

H3: As características demográficas dos gestores afetam a sua decisão sobre a precificação no âmbito pessoal (decisão de compra) e organizacional (decisão de venda), considerando a tolerância ao risco diante de decisões sobre o preço.

Oliveira e Krauter (2015) encontraram em seu estudo que estudantes e profissionais preferem um ganho certo a um ganho maior e incerto, sendo eles mais tolerantes ao risco em situações de perda. A conclusão do estudo foi que, mesmo com experiência profissional e com formação acadêmica, as pessoas tomam decisões de forma não racional, sendo tal resultado demonstrado nas pesquisas de Grable e Joo (2004). Entretanto, Nogueira (2009) e Fagundes (2019) defendem que os indivíduos com maior escolaridade são menos tolerantes ao risco. Outra variável que tem influência na aversão ao risco é o estado civil, arriscando-se mais os indivíduos solteiros (Hallahan et al., 2004; Yao et al., 2011).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esse estudo visa identificar os efeitos de decisão dos campos pessoal e organizacional no processo de precificação, na decisão de compra e na tolerância ao risco. Sendo assim, foi realizado um experimento, o qual visa estudar a influência de determinada variável independente sobre uma variável dependente (GIL, 2006), tendo sido adotado o experimento autêntico, que apresenta aleatoriedade na designação dos participantes para o grupo de controle ou para o grupo experimental, sendo ele considerado um método de experimento mais confiável (Walliman, 2011).

Em relação ao ambiente de aplicação, esta pesquisa caracteriza-se como experimento em condições de laboratório, uma vez que procurou seguir os mesmos procedimentos de um experimento de laboratório, mas com aplicação virtual (Aguar, 2017).

3.1 Seleção da amostra e coleta de dados

A população do estudo é formada por 628 alunos de cursos de especialização lato sensu oferecidos pela Universidade Federal de Uberlândia nas áreas de negócios (Administração e Contabilidade). A amostra são os respondentes da pesquisa, a qual é classificada como não probabilística e determinada por conveniência, sendo composta por 174 respondentes que aceitaram participar da pesquisa.

A escolha se justifica por se tratar de alunos dos cursos lato sensu na área de gestão que, normalmente, estão ou estiveram inseridos no mercado de trabalho, ou seja, participam ou participaram do processo decisório das organizações e, assim, compartilham características inerentes aos gestores de

empresas. Além disso, estudantes de contabilidade de nível avançado podem ser substitutos adequados de profissionais de contabilidade em contexto de decisão (Mortensen, Fisher & Wines, 2012).

Para validação do questionário foi realizado um pré-teste do instrumento com 20 alunos da pós-graduação *stricto sensu*, os quais não participaram posteriormente da pesquisa, com o intuito de verificar a sua compreensibilidade e garantir que fosse possível avaliar o que era almejado pela pesquisa por meio desse instrumento. Os participantes responderam o questionário e enviaram sugestões sobre seu formato, e conteúdo.

Após revisão e conclusão, o questionário foi disponibilizado para os participantes da pesquisa no Google Forms, e o link do questionário foi enviado à Fundação de Apoio Universitário da Universidade Federal de Uberlândia (FAU), a qual é responsável pela gestão dos cursos de pós-graduação *lato sensu* da UFU, e a FAU, por sua vez, encaminhou o link aos alunos matriculados e egressos nos cursos de MBA nas áreas de Administração e Ciências Contábeis, os dados foram coletados no período 30/10/2020 à 15/12/2020.

A coleta de dados do experimento foi realizada por meio de dois modelos de questionários, sendo um modelo envolvendo decisões relacionados ao campo pessoal e o outro, questões para o campo organizacional. Para a coleta de dados, os indivíduos foram destinados aleatoriamente para os grupos de controle ou experimental. Assim, o indivíduo respondeu apenas um questionário (do campo pessoal ou organizacional). Tal escolha se deu para que o participante não fizesse comparações entre as respostas no campo pessoal e as respostas do campo organizacional. Ademais, para evitar viés no resultado, os questionários foram elaborados de forma homogênea, assim, eles são similares em relação ao conteúdo.

Para a organização do questionário, foram mantidas as alternativas de respostas dos autores Kahneman e Tversky (1979) e Fagundes (2019), adaptando-se somente o cenário da pergunta e da resposta com o intuito de inseri-las no objeto de estudo desta pesquisa. Importante mencionar que o projeto da pesquisa foi submetido ao comitê de ética, tendo sido devidamente aprovado.

As questões foram do tipo fechadas, apresentando duas alternativas, concentrando-se, no primeiro bloco, a alternativa "A", que é a opção mais arriscada, e a alternativa "B", que é a opção mais segura, inferindo-se que as pessoas mais avessas ao risco escolhem a alternativa "B". As questões foram adaptadas com vistas a criar 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 à questão 1 do grupo experimental, havendo como principal diferença o campo a ser investigado, ou seja, o pessoal ou o organizacional.

No segundo bloco, as questões que abordam a heurística da disponibilidade foram distribuídas da seguinte forma: oito questões buscam avaliar o efeito dos três vieses da heurística da disponibilidade, de modo que as questões um e dois do bloco avaliam o viés da facilidade de lembrança; as questões três e quatro avaliam o viés da recuperabilidade; e as questões cinco a

oito avaliam o viés das associações pressupostas. No terceiro bloco, são levantados os dados sociodemográficos do participante.

3.2 Delineamento experimental e Técnicas de Análise de Dados

O delineamento experimental utilizado nesta pesquisa é o experimento em condições de laboratório “between-participants” com um grupo de controle e um experimental sem pré e pós-teste. O delineamento “between-participants” visa entender diferenças de comportamento entre diferentes grupos com apenas uma variável independente (Aguiar, 2017).

Para que o experimento seja considerado válido, há diversos princípios que devem ser considerados pelo pesquisador com vistas a diminuir as ameaças e aumentar a sua validade interna e externa (Leary, 2001). A validade interna representa até que ponto as ideias sobre causa e efeito entre as variáveis estudadas são apoiadas no estudo. Já a validade externa evidencia até que ponto as descobertas podem ser generalizadas para outras populações e ambientes (Walliman, 2011). Com base em Gall, Gall, Borg (2007), para o delineamento experimental proposto, foram levantadas as ameaças relacionadas à validade interna e externa do experimento e realizadas as tratativas de controle com vistas a alcançar a validade esperada.

Visando atender aos requisitos de um experimento, esta pesquisa prevê a manipulação da variável independente “campo de decisão” com o propósito de verificar se, quando o indivíduo decide sobre questões pessoais (campo pessoal) ou sobre questões profissionais (campo organizacional), há impacto sobre 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”. Nas questões do bloco 1, a alternativa B é a opção de menor risco, ou seja, alternativa escolhida por pessoas avessas ao risco. No bloco 2, a alternativa B é a que possui influência do viés analisado.

No campo pessoal, são decididas situações do dia a dia, como comprar ou não um determinado objeto, trocar de emprego, mudar de cidade, entre outras. Conforme Fagundes (2019), as decisões tomadas no campo pessoal trarão consequências não apenas para o indivíduo, podendo afetar também aqueles à sua volta. Assim, o campo pessoal é considerado como grupo de controle, visto ser o campo no qual as pessoas, naturalmente, tomam decisões a todo momento. Já a manipulação da variável é feita por meio do campo organizacional, sendo esse o tratamento/intervenção.

Para análise dos dados, foi utilizada, primeiramente, a estatística descritiva com o intuito de descrever o perfil dos participantes, classificando-o conforme os dados sociodemográficos, bem como a estatística descritiva das questões apresentadas no instrumento para exploração dos achados. Para verificar o efeito das variáveis independentes sobre a probabilidade de o participante ter maior ou menor aversão ao risco, foi ajustado o modelo de regressão logística. A variável foi codificada da seguinte forma: 1 para a opção mais arriscada; e 0 para a opção mais segura. Para verificar se o modelo proposto se ajusta bem aos dados, utilizou-se o teste de Hosmer e Lemeshow e, para aferir o grau de significância de cada coeficiente da equação de regressão logística, utilizou-se

a estatística de Wald (Corrar et al., 2007). O Quadro 1 apresenta as variáveis utilizadas no teste de regressão:

Quadro 1

Variáveis da regressão logística

Variável dependente	Variáveis independentes
Tolerância ao Risco	Campo de Decisão; Idade; Sexo; Estado Civil; Grau de Instrução; Período que trabalhou como gestor; Faixa de renda aproximada; Marca; Garantia; Heurística da Disponibilidade.

Fonte: Elaborado pelos autores.

Importante ressaltar, que as variáveis demográficas escolhidas para o estudo foram com base em estudos anteriores indicados na revisão de literatura. Recomenda-se para futuras pesquisa a investigação de outras características que poderão influenciar a tolerância ao risco.

O Quadro 2 demonstra as hipóteses testadas no presente estudo, considerando as variáveis selecionadas.

Quadro 2

Hipóteses da pesquisa

Hipótese
H_{1A}: Para a propensão de ganho, os indivíduos tendem a arriscar menos na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal.
H_{1B}: Para evitar uma perda, os indivíduos tendem a arriscar mais na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal.
H₂: Independentemente do campo, quanto maior é a tolerância ao risco do participante, menor é o efeito da heurística da disponibilidade em decisões sobre o preço.
H₃: As características demográficas dos gestores afetam a sua decisão sobre a precificação nos âmbitos pessoal (decisão de compra) e organizacional (decisão de venda), considerando a tolerância ao risco diante de decisões sobre o preço.

Fonte: Elaborado pelos autores

No próximo tópico, apresentam-se a análise e discussão dos resultados da pesquisa, considerando-se as hipóteses propostas.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Primeiramente, é descrita a amostra participante da pesquisa, que foi composta por 174 respondentes, sendo 87 respostas para cada campo. Verifica-se que a maioria dos participantes (79,88%) tem entre 20 e 40 anos. Em relação ao sexo, 53,45% dos respondentes são do sexo feminino e o restante, do masculino. Além disso, constatou-se que 46,55% dos respondentes são solteiros e 39,08% são casados.

Quanto à qualificação acadêmica, 78,16% têm especialização completa. Além disso, 54,6% dos respondentes afirmaram que trabalham atualmente em algum cargo relacionado à gestão empresarial e 56,9% dos respondentes já trabalharam com gestão empresarial durante sua carreira. Em relação à renda, a maioria dos respondentes (58,61%) recebe entre R\$2.091,00 e R\$7.315,00.

4.1 Análise da Tolerância ao risco

Em relação à tolerância ao risco, foi realizada uma primeira análise com o intuito de verificar o comportamento dos respondentes no momento da tomada de decisão. Assim, buscou-se identificar se os respondentes se mostraram mais ou menos tolerantes ao risco no momento de tomar uma decisão (ganho ou perda) em relação ao preço nos campos pessoal e organizacional. A Tabela 1 apresenta os achados referentes à tolerância ao risco dos respondentes.

Tabela 1
Tolerância ao risco

Perspectiva	Decisão	Campo pessoal		Campo organizacional	
		Mais tolerante	Menos tolerante	Mais tolerante	Menos tolerante
Ganho	1	34,20%	65,80%	46,70%	53,30%
Garantia	2	76,30%	23,70%	40,00%	60,00%
Ganho	3	47,40%	52,60%	18,70%	81,30%
Marca	4	3,90%	96,10%	13,30%	86,70%
Marca e preço	5	21,10%	78,90%	22,70%	77,30%
Marca e garantia	6	26,30%	73,70%	30,70%	69,30%
Ganho	7	64,50%	35,50%	58,70%	41,30%
Ganho	8	35,50%	64,50%	52,00%	48,00%
Concorrente	9	39,50%	60,50%	11,90%	88,10%
Concorrente	10	9,20%	90,80%	10,70%	89,30%
Perda	11	30,30%	69,70%	25,30%	74,70%
Perda	12	72,40%	27,60%	60,00%	40,00%
Perda	13	63,20%	36,80%	65,30%	34,70%
Perda	14	59,20%	40,80%	45,30%	54,70%
Perda	15	36,80%	63,20%	62,70%	37,30%
Perda	16	43,40%	56,60%	40,00%	60,00%

Fonte: Dados da pesquisa.

Nos campos pessoal e organizacional, os indivíduos foram mais tolerantes ao risco em situações de perda e menos tolerantes ao risco em situações de ganho. Tal afirmação é fundamentada pela Teoria do Prospecto, a qual defende que os indivíduos se arriscam mais para evitar ter uma perda e, em situações que podem ter um ganho, preferem evitar riscos (Kahneman & Tversky, 1979).

4.1.1 Análise da influência dos campos pessoal e organizacional sobre a tolerância ao risco

Na análise com perspectiva de ganhos, avaliou-se se a variável campo de decisão ('Campo') tem efeito sobre a aversão ao risco do gestor e do consumidor, ou seja, verificou-se se o indivíduo tem diferente aversão ao risco quando decide para sua vida pessoal e quando decide pela organização. A Tabela 2 ilustra os resultados identificados.

Tabela 2

Resultado da regressão logística sobre o campo de decisão ('Campo') em situações de ganho.

Coeficientes	Estimativa	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor-p	Pseudo R ²	Hosmer & Lemeshow
Intercepto	0,542	0,222	2,436	---	0,015 *		
Campo	-0,380	0,309	-1,229	0,68 4	0,219	0,010	1,000

Fonte: Dados da pesquisa.

O resultado da regressão logística demonstra que a variável 'Campo' não é significativa em situação de ganhos, ou seja, não afeta a aversão ao risco. Tal resultado é compatível com aqueles encontrados por Bolton e Ockenfels (2010), mas diferencia-se dos achados de Eriksen e Kvaloy (2009), de Andersson et al. (2014) e de Schultz et al. (2018). No estudo de tais autores, a variável 'Campo' foi significativa e, para esses autores, se o indivíduo se volta para a vida pessoal ou para a organização, ele fica sujeito a uma diferente aversão ao risco.

Este achado, contraria a lógica do dia a dia, onde naturalmente conclui-se que a pessoa irá arriscar menos quando utiliza o dinheiro (recursos financeiros) da organização, em situação de ganhos. E se arriscará mais para evitar perdas do dinheiro da organização, já que este não pertence diretamente a ela, e ela não deseja que terceiros sejam prejudicados por sua decisão (Fagundes, 2019).

Portanto, para o presente estudo, a hipótese H1A: "Para a propensão de ganho, os indivíduos tendem a arriscar menos na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal" foi rejeitada a um nível de significância de 10%.

Prosseguindo com a análise estatística dos dados, foi avaliado se os indivíduos tendem a arriscar mais na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal em situações de perda. Assim como em situação de ganho, os resultados demonstraram que a variável 'Campo' não é significativa (Tabela 3).

Tabela 3

Resultado da regressão logística sobre o campo de decisão ('Campo') em situações de perda.

Coeficientes	Estimativas	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor-p	Pseudo R ²	Hosmer & Lemeshow
Intercepto	-0,396	0,219	-1,811	---	0,070		
Campo	-0,297	0,316	-0,942	0,74 3	0,346	0,007	1,000

Fonte: Dados da pesquisa.

Verificou-se que a hipótese H1B: "Para evitar uma perda, os indivíduos tendem a arriscar mais na decisão do preço no campo organizacional do que quando tomam decisões no campo pessoal" foi rejeitada a um nível de significância de 10%, ou seja, em situações de perda, o fato de o indivíduo tomar decisão para sua vida pessoal ou para a organização não afeta sua aversão ao

risco. Assim, verificou-se que o indivíduo decidindo com recurso financeiro próprio (pessoal) ou com recursos da organização está disposto a correr os mesmos riscos. No próximo tópico, será analisado o campo pessoal.

4.1.2 Campo pessoal em situação de ganho e perda

Os testes estatísticos foram realizados para verificar o efeito do concorrente, da marca, do preço e da garantia sobre a aversão ao risco do indivíduo na sua vida pessoal em situações de perda e ganho. A Tabela 4 apresenta os resultados da regressão logística

Tabela 4

Resultado da regressão logística em situações de ganho e perda no campo pessoal.

Coeficientes	Estimativa	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor-p	Pseudo R ²	VIF	Hosmer & Lemeshow
Intercepto	-1,696	1,262	-1,344	---	0,179		---	
ConcorrenteB	-0,178	0,488	-0,366	0,837	0,715		4,974	
Concorrente2B	-0,223	0,767	-0,291	0,800	0,771		5,210	
GarantiaB	0,522	0,534	0,977	1,686	0,329	0,073	4,694	0,801
MarcaB	0,647	1,252	0,517	1,910	0,605		7,389	
Marca_Precob	0,331	0,647	0,512	1,393	0,609		5,983	
Marca_GarantiaB	0,774	0,563	1,375	2,168	0,169		5,360	

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados evidenciaram que, quando o consumidor decide se vai comprar um produto, as variáveis concorrente, marca, preço e garantia não afetam sua aversão ao risco.

4.1.3 Campo pessoal em situação de ganho

Nessa análise, foi avaliado se as características demográficas dos indivíduos têm efeito sobre a aversão ao risco em decisões para a vida pessoal, havendo perspectiva de ganhos.

Os achados indicam, a um nível de significância de 10%, que a variável 'sexo' (D2) é significativa, ou seja, considerando as decisões pessoais, as mulheres são 253,3% mais avessas ao risco do que os homens em situações de ganho, indicando que os homens se arriscam mais nessa situação. Tal resultado corrobora os achados dos estudos realizados por Meier-Pesti e Goetze (2005), por Montinari e Rancan (2013), por Andersson et al. (2014), por Geetha e Selvakumar (2016) e por Brooks et al. (2018), os quais identificaram que a mulher é mais avessa ao risco do que o homem.

Dessa forma, os achados deste estudo evidenciaram que, se o público-alvo da venda de produtos for mulheres, é necessário saber que, na aquisição de um produto, ela será mais avessa ao risco com o intuito de obter ganhos, enquanto o homem se arriscará mais. Assim, se a comercialização for de um produto

desconhecido, sugere-se à organização analisar a determinação do preço para que ele seja atrativo às mulheres.

Os resultados indicaram também ser significativa a variável 'grau de instrução' (D4). Os indivíduos com especialização, mestrado ou doutorado são 243,1% mais avessos ao risco em situações de ganho quando decidem para sua vida pessoal do que aqueles que têm um menor grau de escolaridade. Esse resultado converge para aqueles encontrados por Nogueira (2009) e Fagundes (2019), os quais aduzem que os indivíduos com maior escolaridade são menos tolerantes ao risco, mas diverge daqueles encontrados pelos autores Grable e Joo (2004) e Geetha e Selvakumar (2016), os quais defendem que os indivíduos com maior escolaridade são mais tolerantes ao risco. Tal resultado se justifica devido ao fato de as pessoas com mais escolaridade analisarem mais profundamente suas decisões e, com isso, utilizarem o sistema 2 para decisão, pois, conforme Kahneman (2012) são decisões menos avessas ao risco, mais lentas e laboriosas.

Assim, caso o público-alvo do produto seja indivíduos de maior escolaridade, o gestor deve revisar o preço para que ele seja convidativo para esse público, não tendo sido significativas as demais variáveis.

4.1.4 Campo pessoal em situação de perda

Nesta seção, avaliou-se se as características demográficas dos indivíduos têm efeito sobre a disposição em arriscar nas decisões da vida pessoal com perspectiva de perdas, estando os resultados obtidos apresentados na Tabela 5, abaixo:

Tabela 5

Resultado da regressão logística em situações de perda no campo pessoal

Coeficientes	Estimativas	Erro padrão	Estatística z	OR	Valor p	Pseudo R ²	VIF	Hosmer and Lem.
Intercepto	-0,455	0,711	-0,640		0,522			
D1B	0,265	0,615	0,430	1,303	0,667		5,401	
D2B	1,068	0,549	1,947	2,909	0,052		6,542	
D3B	-0,214	0,552	-0,387	0,808	0,699	0,117	6,156	0,323
D4B	-0,158	0,646	-0,244	0,854	0,807		5,449	
D5B	-1,112	0,553	-2,013	0,329	0,044*		6,641	
D7B	-0,137	0,520	-0,264	0,872	0,792		5,547	

Fonte: Dados da pesquisa.

A um nível de significância de 10%, assim como em perspectivas de ganhos, a variável 'sexo' (D2) foi significativa, ou seja, em situações de perda, mulheres são 190,9% mais avessas ao risco que os homens na tomada de decisão em relação ao preço, optando por decisões para a vida pessoal. Já em situações de ganho, os homens arriscam mais que as mulheres em decisões para a vida pessoal. Os resultados são compatíveis com os encontrados nos estudos de Meier-Pesti e Goetze (2005), Montinari e Rancan (2013), Andersson et al. (2014), Geetha

e Selvakumar (2016) e de Brooks et al. (2018), os quais identificaram que as mulheres são mais avessas ao risco que os homens em situações de perda.

Tal resultado indica que os consumidores do sexo masculino se arriscam mais no momento da aquisição de um produto do que consumidores do sexo feminino para evitar uma possível perda. Assim, caso o público-alvo seja os homens, o gestor deverá ter em mente que, diante de um produto novo com potenciais benefícios, o homem não observará tanto o seu preço no momento da aquisição.

Conforme os resultados obtidos, de forma geral, é possível aceitar parcialmente a hipótese "H3: As características demográficas dos gestores afetam a sua decisão sobre a precificação nos âmbitos pessoal (decisão de compra) e organizacional (decisão de venda), considerando a tolerância ao risco diante de decisões sobre o preço", visto que, no campo organizacional, em situação de ganho, foi significativa a variável 'estado civil'. Já em perspectiva de perdas, foram significativas as variáveis 'idade', 'estado civil', e 'período que trabalhou como gestor'.

No campo pessoal, para situações de ganho, foram significativas, ao nível de significância de 10%, as seguintes variáveis: 'sexo' e 'grau de instrução'. Quanto à perspectiva de perdas, foi significativa a variável 'sexo'. No próximo tópico, será analisado o campo organizacional.

4.1.5 Campo organizacional em situação de ganho e perda

Com o intuito de avaliar os efeitos do concorrente, da marca, do preço e da garantia sobre a disposição do indivíduo em arriscar, foi ajustado um modelo de regressão logística. Assim, foi criada a variável dependente 'Averso1', que considerou o indivíduo como avesso quando optou pela alternativa 'B' em quantidade maior que 5 nas questões sobre ganho e perda, sendo o total de 10 questões. A Tabela 6 apresenta os resultados da regressão.

Tabela 6

Resultado da regressão logística em situações de ganho e perda no campo organizacional

Coeficientes	Estimativa	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor-p	Pseudo R ²	VIF	Hosmer & Lemeshow
Intercepto	-0,311	0,916	-0,340	---	0,734		---	
ConcorrenteB	-0,203	0,874	-0,232	0,817	0,817		6,761	
Concorrente2B	0,522	0,892	0,585	1,685	0,559		7,042	
GarantiaB	0,361	0,466	0,775	1,435	0,438	0,075	4,609	0,969
MarcaB	-0,378	0,705	-0,536	0,686	0,592		5,830	
Marca_Precob	1,091	0,662	1,648	2,977	0,099		6,507	
Marca_GarantiaB	-1,016	0,583	-1,743	0,362	0,081		6,454	

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados da regressão logística indicaram que foram significativas apenas as variáveis 'marca_preço' e 'marca_garantia', tendo a questão 5

avaliado a marca em conjunto com o preço. O questionamento diz respeito a se o gestor prefere vender o celular A, sendo sua marca nova e pouco conhecida no mercado, pelo valor de R\$ 1.200,00, ou o celular B, sendo sua marca bem conhecida no mercado, pelo valor de R\$ 1.500,00. Tal variável foi significativa, ou seja, a marca, em conjunto com o preço, influencia na aversão ao risco por parte do gestor. Assim, indivíduos que escolheram vender o celular B de uma marca mais conhecida por R\$1.500,00 são 197,7% mais avessos do que aqueles que escolheram vender o celular A de marca menos conhecida por R\$1.200,00. O produto novo e de marca menos conhecida com menor preço talvez poderia proporcionar mais vendas em virtude de o preço ser menor e, sendo avesso ao risco, o gestor poderia perder essa oportunidade.

A questão 6 avaliou marca em conjunto com garantia, questionando se o gestor prefere vender a geladeira A, sendo sua marca nova e pouco conhecida no mercado, com dois anos de garantia, ou a geladeira B, por ser de uma marca bem conhecida no mercado e com um ano de garantia. Essa variável também foi significativa, ou seja, afeta a tolerância ao risco. Dessa forma, indivíduos mais avessos ao risco irão oferecer um produto de uma marca mais conhecida e com menor garantia, confiando nessa marca e podendo perder margens de lucros maiores com a marca nova que tem maior garantia. Assim, a chance de aversão em relação à geladeira B é 63,8% menor do que em relação à geladeira A.

Portanto, é possível notar que, quando decide pela organização, o gestor pode ser influenciado pela Teoria do Prospecto e agir de forma avessa ao risco, oferecendo para os consumidores os produtos de marcas mais conhecidas, ainda que com um preço maior, ou com um prazo de garantia menor. Com isso, ele pode prejudicar a venda de marcas novas que, talvez, até proporcionem uma margem de lucro maior.

4.1.6 Campo organizacional em situação de ganho

Adicionalmente, foram analisadas se as características demográficas (idade – D1, sexo – D2, estado civil – D3, grau de instrução – D4, período que trabalhou como gestor – D5 e faixa de renda aproximada – D6) dos indivíduos têm algum efeito sobre sua tolerância ao risco em situações de ganho no que tange ao campo organizacional. Nesse caso, para a variável dependente, foi criada a variável 'Avessoganho' tendo sido o indivíduo considerado como avesso ao ganho quando da opção pela alternativa 'B' em quantidade maior que 2 nas 4 questões que tratam do ganho. Os dados obtidos são apresentados na Tabela 7, abaixo:

Tabela 7

Resultado da regressão logística em situações de ganho no campo organizacional

Coeficientes	Estimativas	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor p	Pseudo R ²	VIF	Hosmer and Lem.
Intercepto	-0,566	1,055	-0,536		0,592			
D1B	-0,003	0,636	-0,004	0,997	0,997	0,180	5,527	0,892
D2B	0,578	0,494	1,171	1,782	0,242		5,214	

D3B	0,839	0,504	-1,664	2,314	0,096	5,440
D4B	1,027	0,904	1,136	2,792	0,256	5,258
D5B	1,013	0,617	1,641	2,753	0,101	8,039
D6B	0,277	0,619	0,448	1,320	0,654	8,201
D7B	-0,395	0,565	-0,699	0,674	0,484	6,458

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir dos dados obtidos, é possível concluir que, ao nível de significância de 10%, a variável 'estado civil' (D3) é significativa, então, os indivíduos não solteiros são 131,4% mais avessos ao risco do que os solteiros em decisões do campo organizacional para situações de ganho. Tal resultado condiz com os achados dos estudos de Hallahan et al. (2004), de Yao et al. (2011) e de Geetha e Selvakumar (2016).

Assim, os achados deste estudo indicam que gestores solteiros arriscam mais do que os não solteiros no momento de precificar um produto, definindo um preço superior ao que o mercado absorveria com o intuito de obter um ganho. Tal resultado pode se justificar pela responsabilidade que o gestor não solteiro tem em casa com sua família, reconhecendo ele que a decisão que tomar pela organização pode refletir na sua vida pessoal e, conseqüentemente, na vida financeira da sua família e, dessa forma, ele prefere evitar riscos. As demais variáveis não foram significativas.

4.1.7 Campo organizacional em situação de perda

Posteriormente, foi avaliado se as características demográficas dos indivíduos têm efeito sobre a aversão ao risco em decisões para a vida organizacional com perspectiva de perdas, tendo sido significativas as variáveis idade, estado civil e período de trabalho como gestor a um nível de significância de 10%.

Logo, os achados indicam que o gestor mais novo, com o intuito de evitar uma perda, pode se arriscar mais, precificando um produto com um preço equivocado; por outro lado, o gestor mais velho pode evitar se arriscar na precificação de um produto para evitar uma perda. Os resultados evidenciam o anseio dos mais novos em querer se destacar e conquistar seu espaço na organização e, para isso, eles precisam se arriscar mais. Por outro lado, a pessoa mais velha já tem um receio maior em perder seu emprego, tendo em vista a preocupação devido à sua idade e a dificuldade de recolocação no mercado de trabalho.

Assim como na situação de ganhos, a variável 'estado civil' (D3) apresentou significância, sendo indivíduos não solteiros 192,5% mais avessos ao risco que os solteiros em situações com perspectiva de perda quando decidem pela organização em que trabalham. Tal resultado foi encontrado para situações de ganho e converge para os resultados encontrados pelos autores Hallahan et al. (2004), Yao et al. (2011) e Geetha e Selvakumar (2016).

Desse modo, os achados do estudo reforçam que gestores solteiros se arriscam mais e gestores não solteiros preferem evitar situações de risco no campo

organizacional, talvez, por causa da experiência com decisões financeiras em situações familiares.

Verificou-se, ainda, que pessoas que trabalharam como gestores empresariais (D5) em um período superior a 3 anos são 68,4% menos avessas ao risco, ou seja, elas se arriscam mais do que aquelas que têm menos de 3 anos de experiência quando decidem pela organização em situações nas quais pode haver uma perda. Tais achados indicam que a experiência nos cargos de gestão pode influenciar na decisão de risco, visto que, quanto mais experiência, maior é a tolerância ao risco. Esses resultados corroboram os achados de Shepherd et al. (2015) e de Ross et al. (2015).

É importante ressaltar que os achados do trabalho apontam às organizações que os gestores com mais experiência poderão se arriscar mais na precificação de um produto com vistas a evitar perdas nas vendas, enquanto gestores com menos experiência serão mais resguardados no momento de precificar, evitando se arriscar por um preço que poderá resultar em perda de vendas e/ou redução da lucratividade.

4.1.8 Fechamento dos resultados da tolerância ao risco

Conforme os resultados expostos acima, foi elaborado o Quadro 3 que demonstra quais variáveis foram significativas:

Quadro 3

Descrição das variáveis da regressão logística em situações de ganho no campo pessoal

Variável	C.O ganho e perda	C.O ganho	C.O perda	C.P ganho e perda	C.P ganho	C.P perda
Concorrente	Não	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Concorrente2	Não	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Garantia	Não	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Marca	Não	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Marca_Preco	Sim	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Marca_Garantia	Sim	N/A	N/A	Não	N/A	N/A
Idade	N/A	Não	Sim	N/A	Não	Não
Sexo	N/A	Não	Não	N/A	Sim	Sim
Estado civil	N/A	Sim	Sim	N/A	Não	Não
Grau de instrução	N/A	Não	Não	N/A	Sim	Não
Período que trabalhou como gestor	N/A	Não	Sim	N/A	Não	Não
Renda	N/A	Não	Não	N/A	Não	Não

Fonte: Dados da pesquisa.

Na primeira linha, foram utilizadas as letras C.O para 'campo organizacional' e C.P para 'campo pessoal'. Em relação à significância, as variáveis significativas receberam a palavra 'Sim' no quadro e as não significativas receberam 'Não'. Para a coluna que não se aplica àquela variável,

foram utilizadas no quadro as letras 'N/A'. No Quadro 4, abaixo, são apresentadas as variáveis que influenciam o gestor na aversão ao risco em relação ao preço.

Quadro 4

Variáveis que influenciam o gestor

Variável	Menos avesso ao risco (se arrisca mais)	Mais avesso ao risco (se arrisca menos)
Idade	Mais novos se arriscam mais	Mais velhos se arriscam menos
Estado civil	Solteiros se arriscam mais	Não solteiros se arriscam menos
Período que trabalhou como gestor	Gestores com mais de três anos de experiência em gestão se arriscam mais	Gestores com menos de três anos de experiência em gestão se arriscam menos
Marca_Preço	Gestores menos avessos ao risco preferem vender o produto de marca menos conhecida com preço menor	Gestores mais avessos ao risco preferem vender o produto de marca mais conhecida, ainda que com preço maior, o que pode dificultar a venda
Marca_Garantia	Gestores menos avessos ao risco preferem vender o produto de marca menos conhecida e com garantia maior	Gestores mais avessos ao risco preferem vender o produto de marca conhecida, ainda que o período de garantia seja menor

Fonte: Dados da pesquisa.

As variáveis que influenciam o consumidor no momento de arriscar em adquirir um produto são: 'Sexo' e 'Grau de instrução', conforme exposto no Quadro 5, abaixo:

Quadro 5

Variáveis que influenciam o consumidor

Variável	Menos avesso ao risco (se arrisca mais)	Mais avesso ao risco (se arrisca menos)
Sexo	Clientes do sexo masculino se arriscam mais	Clientes do sexo feminino se arriscam menos
Grau de instrução	Clientes com apenas o ensino superior se arriscam mais	Clientes com especialização, mestrado ou doutorado se arriscam menos

Fonte: Dados da pesquisa.

Tais resultados possibilitam que o gestor, ao oferecer um novo produto para um público feminino, tenha consciência de que as mulheres são mais avessas ao risco do que os homens, os quais podem ser mais resistentes a preços maiores, comparando-os com os dos concorrentes. Por outro lado, o homem irá se arriscar mais no momento de comprar um produto e, caso identifique um potencial benefício, pode ser que ele não seja tão influenciado pelo preço como a mulher o é.

Os consumidores com maior nível de escolaridade também são mais avessos ao risco. Dessa forma, caso o público-alvo seja esse, é importante que os preços sejam convidativos para despertar o interesse do consumidor. Além disso, clientes que são também gestores são mais avessos ao risco no momento da compra. Assim, para esse público-alvo (curso profissionalizante, por exemplo), é importante que o preço seja atrativo.

Já para o gestor, é importante conhecer as próprias características que podem influenciá-lo a ser ou não mais avesso ao risco. Com os achados desta pesquisa, é possível confirmar que gestores solteiros se arriscam mais no momento de precificar um produto (assim, é necessário estar atento para não se definir um preço superior ao que o mercado absorve), enquanto os casados são mais avessos ao risco e podem precificar com um preço menor que o mercado está disposto a absorver.

A idade também pode influenciar o gestor na precificação, visto que o gestor mais novo se arrisca mais ao precificar um produto. Assim, ele pode precificar um produto com preço superior ao que o mercado está disposto a pagar, enquanto o mais velho evita riscos, podendo precificar com um valor inferior àquele que o mercado pagaria.

Ademais, gestores com mais de 3 anos de experiência se arriscam mais do que aqueles que têm menos de 3 anos de experiência. Dessa forma, quanto maior a experiência, mais tolerante ao risco o gestor é, logo, é necessário se atentar para não precificar com um valor maior que aquele que o mercado absorveria.

Em uma situação em que o gestor irá vender dois produtos de marcas diferentes com as mesmas especificações, se for avesso ao risco, ele irá preferir vender o produto de marca conhecida por um preço maior, podendo ser mais difícil do que vender o produto de marca menos conhecida por um preço menor.

Além disso, se for avesso ao risco, o gestor irá preferir vender um produto de marca conhecida e com garantia menor do que vender um produto de marca desconhecida com garantia maior.

4.2 Heurística da disponibilidade

Com o intuito de avaliar a influência da heurística da disponibilidade e seus vieses na tomada de decisão em relação ao preço nos campos pessoal e organizacional, foram apresentadas oito questões, sendo as mesmas para ambos os grupos de participantes da pesquisa (pessoal e organizacional). Os indivíduos que escolheram a alternativa B foram influenciados pelo viés proposto na questão.

As questões 1 e 2 avaliaram o viés da facilidade de lembrança, avaliando as questões 3 e 4 o viés da recuperabilidade. Já as questões 5 e 7 servem como guia para a associação pressuposta. Portanto, a questão 5 deve ser analisada em conjunto com a 6 e a questão 7, em conjunto com a 8. Caso o participante assinale a alternativa A na questão 5, a tendência é que ela assinale B na questão 6. Para que a associação pressuposta seja atendida, o mesmo vale para as questões 7 e 8.

Dando sequência à análise estatística a fim de verificar se, independentemente do campo, a tolerância ao risco do participante tem efeito sobre a presença da heurística da disponibilidade nas suas decisões sobre o preço, foi realizada a regressão logística apenas com as variáveis 'Averso1', tendo sido o indivíduo considerado como avesso ao risco quando escolheu a alternativa B em mais de 8 questões de um total de 16 questões, e 'Dispon1', que

classificou o indivíduo como influenciado pela heurística da disponibilidade se escolheu a alternativa B em mais de três questões, de um total de seis. Os resultados do modelo são apresentados na Tabela 8, abaixo:

Tabela 8

Resultado da regressão logística para avaliar a heurística da disponibilidade

Coefficientes	Estimativa	Erro padrão	Estatística Z	OR	Valor-p	Pseudo R²	Hosmer & Lemeshow
Intercepto	0,642	0,226	2,846	---	0,004		1,000
Dispon1	0,927	0,363	2,556	2,526	0,011	0,057	

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio dos dados acima, é possível concluir que a variável 'Dispon1' é significativa a um nível de significância de 10% e, assim, a hipótese H2: "Independente do campo, quanto maior a tolerância ao risco do participante, menor o efeito da heurística da disponibilidade em decisões sobre o preço", foi rejeitada, ou seja, quanto maior a tolerância ao risco do participante, maior o efeito da heurística da disponibilidade em decisões sobre o preço, visto que o participante se arrisca mais e pode não analisar profundamente as opções disponíveis.

Quando tem maior tolerância ao risco, o indivíduo se arrisca mais e pode decidir utilizando o sistema 1, ou seja, uma decisão de forma mais automática e rápida. As decisões tomadas no sistema 1 estão mais suscetíveis a serem influenciadas pelas heurísticas e seus vieses (Kahneman, 2012).

Adicionalmente, foi verificado, individualmente, o efeito da tolerância ao risco sobre a heurística por questão e por viés, tendo sido, nesse caso, significativos os vieses facilidade de lembrança e associações pressupostas.

O resultado demonstra que o viés facilidade de lembrança é significativo, ou seja, quanto maior a aversão ao risco, maior o efeito desse viés para o indivíduo. Assim, uma pessoa que é avessa ao risco irá desconsiderar, com base na sua última experiência, a reputação que a loja já tem no mercado.

O viés das associações pressupostas foi significativo e diretamente proporcional, ou seja, quanto maior a aversão do indivíduo ao risco, maior o efeito desse viés para essa situação. Assim, indivíduos mais avessos ao risco, como, por exemplo, as mulheres, serão mais impactados pelo viés da associação pressuposta no momento de fazer uma compra.

Adicionalmente, foi testado também se as variáveis demográficas têm efeito sobre a presença da heurística da disponibilidade nas decisões sobre o preço, não tendo sido nenhuma das variáveis significativas ao nível de significância de 10%, ou seja, essas variáveis não tiveram efeito sobre a heurística da disponibilidade nas decisões de preço.

Os achados evidenciam que o gestor ou consumidor podem recorrer ao uso da heurística da disponibilidade e seus vieses de forma involuntária. É importante que o gestor saiba que o consumidor pode ser influenciado pelo viés da facilidade de lembrança, ficando em sua memória a última imagem que teve

da loja e desconsiderando suas experiências anteriores e a reputação da loja. Os indivíduos mais avessos ao risco, como as mulheres, estão mais sujeitos a esse viés.

Também é comum que o consumidor faça associações pressupostas e, quanto maior a aversão ao risco do indivíduo, maior é a associação pressuposta. Assim, indivíduos mais avessos ao risco serão mais impactados no momento de suas compras. O gestor deve ter conhecimento de que indivíduos mais avessos ao risco pensarão que uma loja luxuosa vende a um preço mais alto do que as demais, relacionando sua experiência com outras lojas luxuosas que praticavam preço alto.

5 CONCLUSÕES

Essa pesquisa teve como diferencial relacionar, em um único estudo, a tolerância ao risco à luz da Teoria do Prospecto, em relação ao preço, em dois campos (pessoal e organizacional), e a análise da heurística da disponibilidade.

Os resultados deste trabalho indicam que a decisão tomada para a vida pessoal ou para a organização não afeta a tolerância ao risco do indivíduo, ou seja, os comportamentos testados e verificados no campo pessoal tendem a se repetir no organizacional, diferentemente do encontrado na literatura pesquisada. A Teoria do Prospecto defende que as pessoas se arriscam mais para evitar uma perda e arriscam menos em situações que podem ter um ganho. Tal afirmação foi confirmada por meio dos resultados deste estudo.

Além disso, este estudo investigou as características demográficas dos indivíduos que têm efeito sobre sua tolerância ao risco. Assim, as variáveis que afetam o gestor no momento de definir o preço de um produto, sendo mais ou menos avesso ao risco, são: 'idade', 'estado civil', e 'já trabalhou como gestor'. Já quanto ao consumidor se arriscar a comprar um produto, as variáveis que o influenciam são: 'sexo' e 'grau de instrução'.

Um dos achados importantes e até destoante da literatura consiste no fato de que o campo em que a decisão é tomada, não interfere na sua aversão ao risco. Isso indica que os comportamentos já testados e verificados no campo pessoal tendem a se repetir no organizacional. Ou seja, decidir com seu dinheiro ou com o dos outros, decidir sozinho ou em colegiado não afeta suas preferências. Afinal, uma das grandes contribuições de um estudo desta natureza consiste justamente neste ponto. Na extrapolação dos resultados encontrados para o seu uso no mundo real, visto que, esta é uma ciência que se "alimenta" ou tem como laboratório, justamente a observação do "mundo real".

Foi verificado também se as variáveis 'Concorrente', 'Marca_Preço', 'Garantia', 'Marca', e 'Marca_Garantia' influenciam na aversão ao risco do indivíduo. Foi constatado que nenhuma dessas variáveis afetam a aversão ao risco do consumidor e que apenas as variáveis 'Marca_Preço' e 'Marca_Garantia' afetam a aversão ao risco do gestor.

Complementarmente, gestores menos avessos ao risco preferem vender o produto de marca menos conhecida com preço menor e gestores mais avessos ao risco preferem vender o produto de marca mais conhecida com preço maior. Além disso, gestores menos avessos ao risco preferem vender o produto de marca

menos conhecida e com maior garantia, enquanto gestores mais avessos ao risco preferem vender o produto de marca mais conhecida, ainda que com garantia menor.

Identificou-se também que, para a heurística da disponibilidade, quanto maior a tolerância ao risco do participante, maior o efeito da heurística em decisões sobre o preço. Além disso, foram significativos para este estudo os vieses: facilidade de lembrança e associações pressupostas, podendo a tolerância ao risco do indivíduo ser afetada na presença desses vieses, já que o indivíduo mais avesso ao risco está mais sujeito a tais vieses. As variáveis demográficas não tiveram efeito sobre a presença da heurística da disponibilidade e tolerância ao risco.

Portanto, os achados deste estudo contribuem para ampliar os conhecimentos sobre a tolerância ao risco em conjunto com o preço, a heurística da disponibilidade e a análise nos campos pessoal e organizacional. Ademais, os achados indicam o direcionamento do comportamento do gestor e consumidor no momento de vender ou adquirir um produto com base em seu preço. Dessa forma, baseado nas suas características, a partir dos resultados deste estudo, o gestor pode verificar o direcionamento involuntário das suas ações de precificação, podendo evitar possíveis vieses, assim como pode também conhecer as características do seu público-alvo que os influenciam no momento de adquirir um produto e utilizar tais características de forma consciente com o intuito de aumentar a lucratividade da empresa. Reforça-se a contribuição prática do presente estudo no que tange ao uso dos resultados pelos gestores (organizações) considerando um experimento realizado com situações problemas que envolve decisões pessoais e/ou organizacionais.

Importante relatar as limitações do estudo, em relação ao tamanho da amostra e o público estudado, não se esgotando o tema com os resultados encontrados. Assim, são recomendados estudos futuros que utilizem outros públicos ou, ainda, a réplica deste trabalho. É possível também acrescentar outras variáveis, bem como verificar o comportamento em relação às heurísticas da representatividade e ancoragem e seus vieses. Sugere-se, para pesquisas futuras, verificar se, com amostras com características diferentes às utilizadas neste estudo, o campo permanece sem influenciar na aversão ao risco do indivíduo, pois, caso seja confirmado por mais estudos, é possível extrapolar novos achados do campo pessoal para o campo organizacional. Sugere-se também verificar se, quando o indivíduo decide em grupo, o comportamento é diferente, bem como utilizar outros métodos de análise e comparar os resultados obtidos com este estudo.

REFERÊNCIAS

Aguiar, A. B. (2017). Pesquisa experimental em contabilidade: Propósito, desenho e execução. *Asaa Journal.*, 10 (2), 224-244. <https://doi.org/10.14392/asaa.2017100206>.

- Alves, C. A., Varotto, L. F., & Gonçalves, M. N. (2012). Objetivos e métodos de preço no varejo: estudo na zona sul de São Paulo. *Revista de Administração de Empresas*, 52 (6), 595-612. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902012000600003>.
- Andersson, O., Holm, H. J., Tyran, J. R., & Wengström, E. (2014). Deciding for others reduces loss aversion. *Management Science*, 62 (1), 29-36. Disponível em: https://lusem.lu.se/media/kwc/working-papers/2014/kwc-wp-2014-4_1.pdf. Acesso em: 08 jan. 2021.
- Atkinson, A. A., Banker, R. D., Kaplan, R. S. & Yong, S. M. (2011). *Contabilidade Gerencial*. São Paulo: Atlas, 3 ed.
- Bazerman, M. H. (2004). *Processo decisório: para os cursos de administração, economia e MBA's* (5a ed). Elsevier.
- Bernoulli, D. (1954). Exposition of a new theory on the measurement of risk. *Econometrica*, 22 (1), 23-36. (Trabalho original publicado em 1738). <https://doi.org/10.2307/1909829>.
- Brooks, C., Sangiorgi, I., Hillenbrand, C., & Money, K. (2018). Why are older investors less willing to take financial risks? *International Review of Financial Analysis*, 56, 52-72. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2017.12.008>.
- Bolton, G. E., & Ockenfels, A. (2010). Betrayal aversion: evidence from Brasil, China, Omã, Suíça, Turquia e Estados Unidos, *American Economic Review*, 100 (1), 628-33. <https://doi.org/10.1257/aer.100.1.628>.
- Cardoso, R. L., Riccio, E., & Lopes, A. B. (2008). O Processo decisório em um ambiente de informação contábil: Um estudo usando a Teoria dos Prospectos. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS*, 5 (2), 85-95, <https://doi.org/10.4013/base.20082.01>.
- Corrar, S. L., Paulo, E., & Dias Filho, J.M. (Coord.). (2007). *Análise multivariada para cursos de administração, ciências contábeis e economia*. Atlas.
- Eriksen, K.W., & Kvaloy, O. (2009). Myopic investment management. *Review of Finance*, 14 (3), 521-542. <https://doi.org/10.1093/rof/rfp019>.
- Fagundes, E. (2019). *Tolerância ao risco dos gestores: uma análise na tomada de decisões nos campos pessoal e organizacional*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina].
- Fernandes, R., Dantas, M. M., & Macedo, M. A. S. (2011). Análise do comportamento decisório de profissionais de contabilidade sob a perspectiva da racionalidade limitada: um estudo sobre os impactos da teoria dos prospectos e das heurísticas da representatividade e da disponibilidade. *Anais do 18o Congresso Brasileiro De Custos*.

- Gall, M., Gall, J. & Borg, R.(2007). Educational research an introduction. 8. ed. New York: NY Pearson Education.
- Geetha, S. N., & Selvakumar, M. M. (2016). An analysis on the factors influencing risk tolerance level of individual investors. *International Journal of Business Excellence*, 9 (2), 253-264. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2016.074867>.
- GIL, A. C. (2006). Como elaborar projetos de pesquisa (4a ed). Atlas.
- Grable, J.E., & Joo, S.H. (2004). Environmental and biophysical factors associated with financial risk tolerance. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 15 (1), 73-82. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2260471#. Acesso em 07 mar. 2021.
- Hallahan, T. A., Faff, R. W., & Mckenzie, M. D. (2004). An empirical investigation of personal financial risk tolerance. *Financial Services Review-Greenwich*, 13 (1), 57-78. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.392.58&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em 07 mar. 2021.
- Harvey, N., Twyman, M., & Harries, C. (2006). Making decisions for other people: the problem of judging acceptable levels of risk. *Forum: Qualitative Social Research*, 7 (1).
- Leary, M.R. (2001). Introduction to behavioral research methods, 3.ed. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decisions under Risk. *Econometrica*, 47 (2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>.
- Kahneman, D. (2012). Rápido e devagar: duas formas de pensar. Objetiva.
- Lima Filho, R. N., Bruni, A. L., Sampaio, M. S., Cordeiro Filho, J.B., & Carvalho Jr., C.V.O. (2010). Heurísticas e práticas orçamentárias: um estudo experimental. *Revista Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 5 (1), 42-58. https://doi.org/10.21446/scg_ufrj.v5i1.13190.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1975). Teoria das organizações. FGV.
- March. J. G. (2010). Como as decisões realmente acontecem. Leopardo.
- Meier-Pesti, K., & Goetze, E. (2005). Masculinity and femininity as predictors of financial risk-taking: Evidence from a priming study on gender salience. *ACR European Advances*, 7, 45-46. Disponível em: <https://www.acrwebsite.org/volumes/13766/eacr/vol7/E-07>. Acesso em 08 mar. 2021.

- Montinari, N., & Rancan M. (2013). Social preferences under risk: the role of social distance. *Jena Economic Research Papers*, 50 (1). Disponível em: <https://www.econstor.eu/handle/10419/98455>. Acesso em 08 mar. 2021.
- Mortensen, T., Fisher, R., & Wines, G. (2012). Students as surrogates for practicing accountants: Further evidence. *Accounting Forum*, 36 (4), 251-265. <https://doi.org/10.1016/j.acccfor.2012.06.003>.
- Nogueira, R. C. G. (2009). *Finanças comportamentais: diferenças na tolerância de risco entre cônjuges - replicando uma pesquisa e propondo alternativas complementares*. [Dissertação de Mestrado em Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro].
- Oliveira, R. L., & Krauter, E. (2015). Teoria do prospecto: como as finanças comportamentais podem explicar a tomada de decisão. *Revista Pretexto*, 16 (3), 106-121. <https://doi.org/10.21714/pretexto.v20i3.7134>.
- Reis, R. G. B., & Santana, A. F. B. (2012). Formação de preço de venda e a Relação de Custo x Volume x Lucro: Um Estudo de Caso em uma Empresa de Confecções. *Revista Eletrônica Saber Contábil*, 2 (2), 93-114.
- Ross, G. D., Nora, B. D., & Milani, B. (2015). Aversão ao risco em profissionais do setor financeiro. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 8, 104-118. DOI: 10.5902/1983465916344.
- Rosadas, L.A.S.; Macedo, M.A.S. (2004). Formação do preço de venda: Uma análise do setor de material de construção. *Anais do 11o Congresso Brasileiro de Custos*, Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/download/2440/2440>. Acesso em 17 abr. 2020.
- Securato, J. R. (2012). *Decisões financeiras em condições de risco*. Saint Paul.
- Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2015). Thinking about entrepreneurial decision making: Review and research agenda. *Journal of management*, 41 (1), 11-46. <https://doi.org/10.1177/0149206314541153>.
- SIMON, H. A. (1947). *Administrative behavior: a study of decision-making processes in administrative organization*. Macmillan.
- Smith, G. E., & Nagle, T. T. (1995). Frames of reference and buyer's perception of price and value. *California Management Review*, 38 (1), 98-116. <https://doi.org/10.2307/41165823>.
- Schultz, K. L., Robinson, L. W., Thomas, L.J. Schultz, J., & McClain, J. O. (2018). The use of framing in inventory decisions. *Production and Operations Management*. 27 (1), 49-57. <https://doi.org/10.1111/poms.12782>.

- Sollisch, J. (2016, 10 Junho). The cure for decision fatigue. Wall Street Journal (WSJ), Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/the-cure-for-decision-fatigue-1465596928>. Acesso em: 10 jan. 2021.
- Swerts, G.B.A. (2001). A Teoria da decisão e sua utilização pela contabilidade. Revista de Contabilidade do Mestrado de Ciências Contábeis da UERJ, 6 (1), 72-85, Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rcmccuerj/article/view/7299/pdf> Acesso em: 26 set. 2019.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. Science, 185 (4157), 1124-1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>.
- Walliman, N. (2011). Research methods: the basics. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203836071>.
- Yao, J., & Li, D. (2013). Bounded rationality as a source of loss aversion and optimism: A study of psychological adaptation under incomplete information. Journal of Economic Dynamics and Control, 37 (1), 18-31, <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2012.07.002>.