



Preferências dos Estudantes de Ciências Contábeis nas Decisões Gerenciais: um estudo da aversão e exposição ao risco propostas pela Teoria do Prospecto

Preferences of Accounting Students in Management Decisions: a study of aversion and exposure to risk proposed by the Prospect Theory

Preferencias de los estudiantes de contabilidad en las decisiones de gestión: un estudio de aversión y exposición al riesgo propuesto por la teoría de la perspectiva

Lisiany Andrino Borges

<https://orcid.org/0000-0002-8797-4494>

Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

lisianyandrino@hotmail.com

Vanessa Ramos da Silva

<https://orcid.org/0000-0001-8386-8048>

Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

vanessaramossilva@hotmail.com

Edvalda Araújo Leal

<https://orcid.org/0000-0002-7497-5949>

Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

edvalda@ufu.br

Janser Moura Pereira

<https://orcid.org/0000-0002-4622-6203>

Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil

janser@ufu.br

RESUMO

O processo de análise das informações apresenta limitações quando se consideram fatores comportamentais, crenças e experiências dos indivíduos tomadores de decisão. Essas diferentes perspectivas são abordadas pela Teoria do Prospecto. A presente pesquisa tem como objetivo verificar a preferência de estudantes de Ciências Contábeis, no processo decisório gerencial, quanto à aversão e à exposição ao risco, à luz dessa teoria. Adotou-se como metodologia a aplicação de um experimento com estudantes dos 5º ao 10º períodos do curso de Ciências Contábeis, agrupados conforme a presença ou ausência de experiência profissional. A amostra, de caráter intencional e não probabilístico, foi composta por 151 alunos. Os achados reforçam a presença do efeito *framing*, evidenciando que a forma de apresentação das alternativas

influencia a tomada de decisão, provocando alterações nas respostas. Verificou-se que, de acordo com a Teoria do Prospecto, os participantes foram influenciados pela perspectiva de ganho ou perda, sendo que a maioria optou por um ganho certo. Os resultados também indicam que, na maioria das situações analisadas, a experiência profissional não exerceu influência significativa sobre o padrão de preferência dos respondentes.

Palavras-Chave: Decisões Gerenciais. Teoria do Prospecto. Aversão ao Risco. Exposição ao Risco.

ABSTRACT

The process of information analysis presents limitations when considering behavioral factors, beliefs, and the experiences of decision-makers. These different perspectives are addressed by Prospect Theory. The objective of this research is to examine the preferences of Accounting students in managerial decision-making regarding risk aversion and risk-seeking behavior, in light of this theory. The methodology involved conducting an experiment with students from the 5th to the 10th semesters of the Accounting program, grouped according to the presence or absence of professional experience. The sample, which was intentional and non-probabilistic in nature, consisted of 151 students. The findings reinforce the presence of the framing effect, showing that the way alternatives are presented influences decision-making, leading to changes in responses. It was observed that, according to Prospect Theory, participants were influenced by the prospect of gain or loss, with most opting for a certain gain. The results also indicate that, in most of the analyzed situations, professional experience did not significantly influence the respondents' preference patterns.

Keywords: Management Decisions. Prospect Theory. Risk Aversion. Risk Exposure.

RESUMEN

El proceso de análisis de la información presenta limitaciones cuando se consideran factores conductuales, creencias y experiencias de los individuos que toman decisiones. Estas diferentes perspectivas son abordadas por la Teoría del Prospecto. La presente investigación tiene como objetivo verificar la preferencia de los estudiantes de Ciencias Contables en el proceso de toma de decisiones gerenciales, en cuanto a la aversión y la exposición al riesgo, a la luz de dicha teoría. Se adoptó como metodología la aplicación de un experimento con estudiantes de 5º a 10º semestre del curso de Ciencias Contables, agrupados según la presencia o ausencia de experiencia profesional. La muestra, de carácter intencional y no probabilístico, estuvo compuesta por 151 estudiantes. Los hallazgos refuerzan la presencia del efecto framing, evidenciando que la forma de presentación de las alternativas influye en la toma de decisiones, provocando cambios en las respuestas. Se constató que, de acuerdo con la Teoría del Prospecto, los participantes fueron influenciados por la perspectiva de ganancia o pérdida, siendo que la mayoría optó por una ganancia segura. Los resultados también indican que, en la mayoría de las situaciones analizadas, la experiencia profesional no ejerció una influencia significativa sobre el patrón de preferencia de los encuestados.

Palabras-Clave: Decisiones de gestión. Teoría del Prospecto. Aversión al riesgo. Exposición a riesgos.

1 INTRODUÇÃO

A tomada de decisão faz parte do cotidiano das pessoas, podendo ser tomada com base em informações limitadas ou incompletas (Luppe *et al.*, 2007). Dessa forma, os tomadores de decisão têm limitação em sua análise das informações, não conseguindo decidir de forma inteiramente racional, sendo, assim, influenciados por aspectos como fatores comportamentais, crenças e experiências (Simon, 1957; Oliveira *et al.*, 2015).

Os estudos sobre tomada de decisão avançaram significativamente com as contribuições de Kahneman e Tversky (1979), que propuseram a Teoria do Prospecto, a qual investiga decisões sob risco. Essa teoria aponta que os indivíduos apresentam diferentes atitudes diante de situações de ganhos e perdas: tendem a aceitar mais riscos para evitar perdas e a evitá-los quando há a possibilidade de ganhos. Além disso, a Teoria do Prospecto pode ser aplicada de forma estratégica para influenciar decisões, uma vez que a forma como uma situação é estruturada, enfatizando ganhos em vez de perdas, pode alterar significativamente a percepção e, conseqüentemente, a decisão tomada (Smith; Nagle, 1995).

Posteriormente, os mesmos autores aprofundaram essa abordagem ao desenvolverem o conceito de efeito *framing* (Kahneman; Tversky, 1986). Esse efeito demonstra que a forma de apresentação de um problema, mesmo sem alteração de seu conteúdo, pode modificar a decisão do indivíduo, tornando-se uma ferramenta de influência sutil, porém poderosa.

As pesquisas em contabilidade comportamental investigam como o comportamento humano afeta a produção e a interpretação das informações contábeis. Embora a função do contador envolva a representação fiel da realidade, sabe-se que ele também está sujeito a vieses cognitivos que podem comprometer a qualidade das informações produzidas (Lucena *et al.*, 2011). Assim, é fundamental que os profissionais contábeis compreendam os fatores comportamentais que podem influenciá-los, a fim de mitigar seus efeitos.

Assim, a problemática que instigou o presente estudo é: Qual a preferência dos estudantes de Ciências Contábeis no processo decisório gerencial em relação à aversão e exposição ao risco? Para tanto, definiu-se como objetivo: verificar a preferência dos estudantes de Ciências Contábeis no processo decisório gerencial em relação à aversão e exposição ao risco, à luz da Teoria do Prospecto. A metodologia adotada foi a aplicação de um experimento com estudantes com e sem experiência profissional.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender melhor os vieses que afetam o processo decisório e identificar possíveis distorções causadas pela forma de apresentação das informações. Do ponto de vista acadêmico, este estudo contribui para o avanço da literatura em contabilidade comportamental ao oferecer evidências empíricas da influência da Teoria do Prospecto e do efeito *framing* no processo decisório de estudantes de Ciências Contábeis. Os resultados ampliam a compreensão sobre a atuação de vieses cognitivos em contextos de decisão gerencial e fortalecem o debate sobre a racionalidade limitada na formação de futuros profissionais da área contábil.

Do ponto de vista gerencial, os achados destacam a importância de considerar os aspectos psicológicos e perceptuais envolvidos na tomada de decisão. A constatação de que a forma de apresentação das informações pode afetar significativamente as escolhas reforça a necessidade de uma comunicação mais clara e estratégica no ambiente organizacional. Além disso, o estudo oferece subsídios para a formação de profissionais mais conscientes dos vieses que podem interferir em suas decisões, favorecendo práticas gerenciais mais racionais e consistentes.

O presente trabalho está estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução, a qual introduz o conteúdo proposto, apresenta o problema de pesquisa, os objetivos, a

justificativa do estudo. A segunda traz o referencial teórico, abordando conceitos importantes para o estudo do tema, bem como os estudos correlatos. A terceira expõe os aspectos metodológicos do trabalho. A quarta seção apresenta a análise dos resultados e, por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico, apresenta-se o referencial teórico que embasa a pesquisa, abordando, inicialmente, a Teoria do Prospecto e o efeito *framing*, suas definições, aplicações e, posteriormente, será abordado o processo decisório, finalizando com a apresentação dos estudos correlatos.

2.1 FINANÇAS COMPORTAMENTAIS: TEORIA DO PROSPECTO

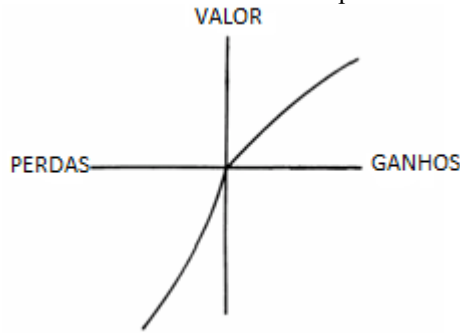
As teorias tradicionais de Finanças têm como referência principal a existência de mercados eficientes e a racionalidade dos agentes econômicos (Barros; Felipe, 2015). Os autores destacam as finanças comportamentais como uma corrente de estudo que analisa as decisões tomadas pelos agentes econômicos, com a adoção de métodos da Psicologia para identificar os vieses cognitivos e emocionais e, assim, explicar o afastamento da racionalidade plena.

Diante dos diversos aspectos comportamentais dos agentes e seus impactos econômicos, surgem os estudos sobre Finanças Comportamentais (Ross *et al.*, 2015). A Teoria da Utilidade Esperada argumenta que o valor de um item é determinado por sua utilidade e valor subjetivo, e não necessariamente por seu preço. Assim, dois produtos com o mesmo preço podem ter utilidades distintas para diferentes pessoas, que escolherão aquele que lhes proporciona maior utilidade (Bernoulli, 1738;1954).

Essa teoria teve grande relevância na análise de tomada de decisão ao incorporar o risco, mostrando que as pessoas, em geral, preferem opções mais seguras, mesmo quando alternativas arriscadas poderiam oferecer maiores ganhos. Essa preferência revela o peso dos fatores psicológicos e comportamentais nas decisões (Kahneman, 2012). No entanto, Kahneman e Tversky (1979) identificaram uma limitação na Teoria da Utilidade Esperada: ela não oferece um parâmetro comparativo de satisfação entre indivíduos. Em resposta, propuseram a Teoria do Prospecto (*Prospect Theory*), que aborda decisões sob risco, distinguindo entre atitudes de aversão ou tolerância ao risco.

Segundo Ross *et al.* (2015), uma pessoa é avessa ao risco quando prefere uma situação segura a uma alternativa incerta com valor esperado semelhante. Essa aversão pode ser influenciada por fatores demográficos, psicológicos, comportamentais e financeiros, resultando em diferentes percepções de risco entre os indivíduos (Geetha; Selvakumar, 2016; March, 2009). Assim, uma situação percebida como arriscada por alguém pode ser considerada segura por outra pessoa (Securato, 1996).

Com base na ideia de racionalidade limitada e na incapacidade dos indivíduos de processar todas as informações disponíveis (Barros; Felipe, 2015), a Teoria do Prospecto argumenta que a função de valor percebido é assimétrica para perdas e ganhos — sendo mais sensível às perdas, como ilustrado na Figura 1.

Figura 1 - Função Hipotética de Valor da Teoria do Prospecto

Fonte: Kahneman; Tversky (1979).

Ao analisar a Figura 1, observa-se que os agentes econômicos tendem a assumir mais riscos para evitar perdas e são mais conservadores diante da possibilidade de ganhos. Isso ocorre porque o impacto emocional de uma perda é geralmente maior do que o de um ganho equivalente. Diferente da Teoria da Utilidade Esperada, que pressupõe uma função simétrica, a Teoria do Prospecto mostra que o valor subjetivo atribuído a perdas e ganhos é desigual (Falleiro *et al.*, 2014; Rogers *et al.*, 2007).

Kahneman e Tversky (1979) também introduziram o conceito de efeito *framing*, aprofundado posteriormente em sua obra *Rational Choice and the Framing of Decisions* (1986). O *framing* refere-se à forma como a apresentação de uma situação pode influenciar a decisão, mesmo quando o conteúdo é logicamente equivalente (Tversky; Kahneman, 1986). Barreto *et al.* (2012) observam que o *framing* altera apenas a estrutura da apresentação, sem distorcer os fatos.

Kahneman (2012) explica que mudanças sutis na formulação de um problema, mesmo irrelevantes do ponto de vista lógico, podem alterar significativamente as preferências dos indivíduos. Por exemplo, é mais reconfortante afirmar que há 90% de chance de sobrevivência após uma cirurgia do que dizer que há 10% de chance de mortalidade, ainda que ambas as afirmações sejam equivalentes. Assim, o efeito *framing* age de forma automática no processo de decisão, sendo de difícil controle (Tversky; Kahneman, 1986), o que contraria os pressupostos de racionalidade plena (Barreto *et al.*, 2012).

No momento da tomada de decisão, Kahneman e Tversky (1979) afirmam que os indivíduos não consideram valores absolutos, mas sim mudanças relativas em relação a um ponto de referência. Um exemplo citado por Serpa e Ávila (2004) mostra que a percepção da temperatura de um objeto depende da temperatura corporal do indivíduo.

Ao relacionar o efeito *framing* com a Teoria do Prospecto, Souza *et al.* (2011) explicam que, quando os resultados são percebidos como ganhos, os indivíduos tendem à aversão ao risco; ao contrário, quando interpretam os resultados como perdas, tendem a aceitar mais riscos.

Diversos estudos empíricos abordam o tema. Rutledge (1995), um dos pioneiros, examinou os efeitos do *framing* por meio de um experimento com 70 alunos de MBA e concluiu que a ordem e a forma de apresentação das informações influenciam significativamente as decisões.

Serpa e Avila (2004) investigaram se diferentes formas de apresentação de preços afetariam a decisão de compra, além de avaliar se experiência ou conhecimento no tema poderiam reduzir o efeito *framing*. Os resultados mostraram que, mesmo indivíduos experientes, embora em menor grau, ainda são influenciados pela forma de apresentação.

No contexto contábil, Cardoso, Riccio e Lopes (2008) analisaram se a forma de apresentação de problemas afeta a decisão dos indivíduos, bem como o papel da experiência.

O experimento, realizado com estudantes de graduação e pós-graduação, revelou que até mesmo profissionais experientes sofrem influência do *framing*.

Barreto *et al.* (2012) também estudaram o efeito *framing* e o efeito certeza em decisões de profissionais da contabilidade. Com um experimento aplicado a 155 alunos de pós-graduação, constataram que a forma de apresentação influencia o julgamento: diante de perdas, os indivíduos tendem a optar por alternativas mais arriscadas; diante de ganhos, preferem alternativas seguras.

Kruger *et al.* (2018), por sua vez, realizaram um experimento com estudantes de Administração para verificar como a forma de apresentação de informações interfere na tomada de decisão à luz da Teoria do Prospecto. Concluíram que variáveis como experiência e gênero possuem relação significativa com a aversão ao risco.

Com base nos estudos apresentados, é possível propor hipóteses teóricas que reforçam e expandem a compreensão da Teoria do Prospecto no contexto da contabilidade comportamental e que serão analisadas no estudo empírico proposto.

H1a: A influência do *framing* nas decisões se mantém mesmo em indivíduos com experiência contábil, sugerindo que a racionalidade limitada persiste independentemente da prática profissional (Tversky; Kahneman, 1986; Serpa; Ávila, 2004).

H1b: A reversão de preferência em contextos de perda reforça a assimetria da função de valor, destacando a maior sensibilidade às perdas (Kahneman; Tversky, 1979; Falleiro *et al.*, 2014).

H1c: A redução linear de probabilidades não altera a preferência quando o *framing* permanece constante, indicando que o formato da apresentação tem maior influência que o risco objetivo (Ross *et al.*, 2015; Kahneman, 2012).

H1d: A alteração na forma de apresentação das probabilidades entre problemas equivalentes não implica em reversão de preferência, indicando que variações estruturais na probabilidade, quando mantido o enquadramento (*framing*), não afetam significativamente a escolha (Kahneman; Tversky, 1979; Tversky; Kahneman, 1986).

Por fim, ressalta-se que a tomada de decisão é um elemento central na gestão empresarial. Gestores precisam tomar decisões que podem determinar o sucesso ou fracasso de projetos e influenciar diretamente o desempenho organizacional (Securato, 1996).

2.2 O USO DAS INFORMAÇÕES NO PROCESSO DECISÓRIO

As decisões precisam ser tomadas sempre que se está diante de um problema e há mais que uma opção de escolha, inclusive a possibilidade de não decidir. Muitas vezes, não se percebe a quantidade de decisões que tomamos diariamente, mas elas são inúmeras (Perdigão *et al.*, 2012). No ambiente empresarial, as decisões são constantes, desde as mais simples até as mais complexas, constituindo uma das tarefas mais importantes, arriscadas e desafiadoras para os gestores (Hammond, Keeney; Raiffa, 1998; Fagundes *et al.*, 2018). Essas decisões podem estar relacionadas a fatores sociais, ambientais e econômicos, exigindo procedimentos adequados para lidar com tais dimensões (Courtney, 2001).

As decisões organizacionais geralmente se dividem em dois tipos: decisões em situações de certeza, nas quais é possível controlar as variáveis envolvidas, normalmente associadas ao ambiente interno da empresa; e decisões em situações de incerteza, em que não é possível controlar as variáveis, geralmente relacionadas ao ambiente externo (Perdigão *et al.*, 2012). De acordo com os autores, decisões em contextos de incerteza têm sido amplamente estudadas, incluindo as chamadas “armadilhas” no processo decisório — como a alteração da forma de apresentação das informações, que pode influenciar significativamente a escolha (Kruger *et al.*, 2018).

A assimetria de informações é uma das manifestações mais comuns da incerteza no ambiente organizacional. Segundo Scott (2015), existem dois tipos principais de assimetria informacional: seleção adversa e risco moral. A seleção adversa ocorre quando alguns indivíduos possuem informações privilegiadas sobre a situação atual ou as perspectivas futuras da empresa, em detrimento dos demais. Já o risco moral refere-se a ações tomadas por uma das partes de uma relação contratual que não são observáveis pelas outras partes envolvidas.

Nesse cenário, a tomada de decisão nas organizações deve ser conduzida com cautela, de forma a minimizar os riscos de consequências negativas. Os gestores devem considerar não apenas os fatores internos e externos, mas também os vieses que podem influenciar o processo decisório. Uma decisão bem fundamentada pode trazer êxito e impulsionar o sucesso organizacional (Perdigão *et al.*, 2012).

Gomes (2002) propõe um conjunto de etapas para orientar o processo decisório, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Processo Decisorial

Etapas	Caracterização
Análise e identificação da situação	Levantamento criterioso de informações para identificar detalhes da decisão a ser tomada.
Desenvolvimento de alternativas	Alternativas possíveis para resolução do problema.
Comparação entre as alternativas	Vantagens e desvantagens de cada alternativa.
Classificação dos riscos de cada alternativa	Verificar o grau de risco de cada alternativa, alinhando o risco com o objetivo desejado.
Escolher a melhor alternativa	Após os passos anteriores, é possível identificar qual a melhor alternativa.
Execução e avaliação	Após definir a melhor alternativa, deve-se colocá-la em prática e avaliar constantemente os resultados, comparando-os com as previsões anteriores.

Fonte: Organizado pelos autores com base em Gomes (2002)

Segundo Kahneman e Tversky (1979), com base na Teoria do Prospecto, os tomadores de decisão tendem a evitar alternativas com maior risco quando confrontados com possibilidades de ganho, mas demonstram maior disposição ao risco quando o objetivo é evitar perdas. Compreender tais padrões é essencial para aprimorar a qualidade das decisões.

No contexto empresarial, a contabilidade é uma ferramenta essencial para a tomada de decisão, oferecendo suporte ao planejamento e ao controle, tanto para os gestores quanto para os investidores externos. Por meio das demonstrações contábeis, é possível obter informações sobre o desempenho da empresa, seus resultados, indicadores de liquidez, níveis de endividamento e rentabilidade (Hansen; Mowen, 2001). Atkinson *et al.* (2011) complementam que tais demonstrações permitem identificar fragilidades organizacionais, favorecendo o redirecionamento estratégico.

Nesse processo, os usuários das informações contábeis também estão sujeitos aos efeitos descritos pela Teoria do Prospecto, demonstrando tendência à aversão ao risco em situações de possível ganho e maior propensão ao risco em contextos de possível perda, muitas vezes influenciados pelo efeito *framing*. Assim, a forma como os dados contábeis são apresentados, enfatizando ganhos ou perdas, pode impactar significativamente a decisão do gestor.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa objetiva verificar a preferência dos estudantes de Ciências Contábeis no processo decisório gerencial em relação à aversão e exposição ao risco à luz da Teoria do Prospecto. Quanto ao objetivo, a pesquisa é descritiva, já que busca estabelecer relações entre as variáveis, comparando se a forma de apresentação influencia no processo decisório (GIL, 2006). Em relação aos procedimentos, esta pesquisa se caracteriza como um experimento de laboratório, o qual estuda a influência de determinada variável independente sobre a variável dependente (Gil, 2006).

Para ser considerado um experimento, é necessário que o pesquisador tenha controle sobre quando e onde o experimento ocorrerá, em que consiste o experimento e quem serão os participantes. Além disso, é necessário que os participantes sejam distribuídos aleatoriamente entre os grupos experimentais e de controle, devendo o pesquisador manipular as variáveis independentes com o intuito de produzir resultados válidos e replicáveis (Gray, 2012).

A população deste estudo é composta pelos alunos que cursam Ciências Contábeis nas turmas de 5º a 10º períodos de uma Universidade Pública localizada em Minas Gerais, sendo o total da população de 450 estudantes matriculados no 2º semestre de 2020, que corresponde ao período da coleta de dados. A amostra é intencional e não probabilística, sendo composta por 151 alunos que aceitaram participar da pesquisa.

Para o experimento, cada turma participante foi dividida aleatoriamente em grupo de controle e grupo experimental (com experiência profissional e sem experiência profissional). A divisão foi direcionada a partir da primeira questão do questionário, a qual indagava: “Você possui experiência profissional em contabilidade?”. Aqueles que responderam “não” foram direcionados para a versão 1 (sem experiência) e os que responderam sim foram direcionados para a versão 2 (com experiência), na versão 2, foi alterada a forma de estruturação do problema para verificar se essa alteração tem impacto sobre a decisão.

Os questionários foram adaptados dos autores Cardoso, Riccio e Lopes (2008), os quais elaboraram cinco problemas baseados em Kahneman e Tversky (1979; 1984). Os problemas são compostos por situações hipotéticas, devendo o gestor decidir sobre uma das alternativas (anexo 1). A escolha por estudantes é justificada pelo autor Mortensen *et al.* (2012), o qual conclui que estudantes de contabilidade de nível avançado podem ser substitutos adequados de profissionais de contabilidade na tomada de decisão.

Com o intuito de conferir maior validade interna ao experimento, os participantes foram destinados ao grupo de controle e experimental de forma aleatória. Destaca-se que o procedimento para aplicação foi o mesmo para ambos os grupos. Por sua vez, os questionários foram enviados por e-mail, dificultando a comunicação entre os participantes acerca do instrumento, visto que, uma vez iniciada a aplicação do questionário, não há como pausar e continuar de onde parou em um outro momento. Nesse caso, deve-se reiniciar o processo, o que evita as ameaças de maturação que representam alterações físicas ou psicológicas nos sujeitos durante o experimento devido à passagem do tempo) e, também a ameaça denominada história que representa mudanças ambientais que podem impactar na pesquisa (Smith, 2003; Gall; Gall; Borg, 2007; Nasu, 2016; Shadish; Cook; Campbell, 2002).

Visando conferir maior validade externa ao experimento, foi realizado apenas um tipo de tratamento experimental, sendo ele a alteração na estruturação do problema. Ademais, os objetivos e as hipóteses da pesquisa não serão informados aos participantes com vistas a evitar o Efeito Hawthorne (o participante sabe que está participando de um experimento, seu objetivo e hipóteses, por isso melhora seu desempenho). A forma de aplicação foi a mesma para ambos os grupos e a forma de realização do experimento foi detalhada neste tópico para que seja replicável para outros grupos.

Utilizou-se o teste de qui-quadrado (χ^2), para analisar a independência e a homogeneidade. Para dados pareados, foi utilizado o teste *McNemar* e, para as hipóteses com variável de controle, foi realizado o teste de *Cochran Mantel Haenszel*, tendo sido adotado para todos os testes o nível de significância de 5%. Ressalta-se que tais testes são comuns para estudos experimentais (Meyer; Rigsby, 2001).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando o objetivo proposto pelo estudo, a metodologia empregada e com base na Teoria do Prospecto (Kahneman; Tversky, 1979), os resultados obtidos serão analisados conforme as situações hipotéticas destacadas para os problemas direcionados aos respondentes. A Situação 1 apresentada no questionário foi constituída a fim de conhecer qual seria a opção, entre Plano A e Plano B, escolhida pelos respondentes Com e Sem Experiência

Tabela 1 – Situação 1

Experiência Contábil (Respondentes)	Situação 1	
	A	B
Com	26,15%	73,85%
Sem	77,9%	22,1%

Fonte: Elaborada pelos autores.

As alternativas dispostas na Situação 1 alterava os termos “recuperados” e “perdidos”, conforme o questionário aplicado para o respondente que informou ter ou não experiência. Para as pessoas sem experiência, o termo utilizado foi “recuperados” e, para aqueles com experiência, o termo escolhido foi “perdidos”. Ao observar a Tabela 1, percebe-se uma modificação entre a opção assinalada pelos grupos. Os resultados do teste estatístico ($\chi^2 = 40,171$ e valor-p < 0,0001) ratificam o efeito *framing*, tendo em vista que a maneira como a informação é apresentada pode afetar a decisão. Assim, a H_{1a} : a manipulação do ponto de referência não implicará reversão de preferências entre as opções é rejeitada. A questão que trazia o termo “recuperados” (sem experiência) apresentava uma perspectiva de ganho. Nesse caso, a maioria dos respondentes optaram pela alternativa A, a qual tratava de um ganho certo de R\$100 mil, enquanto, na alternativa B, havia 1/3 de probabilidade de recuperação de R\$300 mil e 2/3 de probabilidade de não haver qualquer recuperação.

Já a questão que trazia o termo “perdidos” (com experiência) apresentava a perspectiva de perda. Nesse caso, a maioria dos respondentes optaram pela opção mais arriscada (alternativa B), com 1/3 de probabilidade de nada ser perdido e 2/3 de probabilidade de R\$300 mil serem perdidos, enquanto a alternativa A trazia como certa a recuperação de R\$200 mil.

Ambas as respostas acima evidenciam a presença da Teoria do Prospecto, já que a Teoria aponta que as pessoas se arriscam mais para evitar uma perda e se arriscam menos em situações que podem ter um ganho (Kahneman; Tversky, 1979). Os resultados convergem para os resultados apresentados no estudo de Cardoso, Riccio e Lopes (2008)

Adicionalmente, foram testadas, nesse problema, mais duas hipóteses: a primeira avalia a não influência da experiência na escolha ($\chi^2 = 0,8066$ e valor-p = 0,8399), ou seja, a experiência não influencia na preferência na hora da escolha; a segunda trata da não associação entre *framing* e preferência por meio do controle da variável experiência, cujo resultado demonstrou não existir significância estatística no efeito conjunto de experiência e *framing* (Cochran Mantel Haenszel, valor-p = 0,7125), sendo esse resultado divergente dos achados evidenciados no trabalho de Cardoso, Riccio e Lopes (2008).

Para identificar se existem diferenças entre as opções de escolha de alternativas ao abordar a tomada de decisão sobre o lucro ou o prejuízo, a Situação 2 apresentou, para a Decisão 1 (lucro), as opções A e B e, para a Decisão 2 (prejuízo), as opções C e D.

Tabela 2 - Situação 2

Experiência Contábil (Respondentes)	Par de Decisões				Total
	A-C	A-D	B-C	B-D	
Com	8,6%	19,2%	4,6%	10,6%	43,0%
Sem	12,6	27,2%	6,6%	10,6%	57,0%
Total	21,2%	46,4%	11,2%	21,2%	100%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Para a análise da Tabela 2, o par de alternativas B-C, o menos votado, representa o maior valor esperado, assim como no estudo de Cardoso, Riccio e Lopes (2008), em que o par A-D foram as escolhas mais assinaladas pelos participantes. A escolha do par A-D é explicado pela Teoria do Prospecto, já que, na decisão 01, havia perspectivas de ganhos. Então, a maioria optou por um ganho certo, enquanto a decisão 02 apresentava perspectiva de perda, preferindo a maioria arriscar para não haver uma perda certa, embora o maior valor esperado era das questões B-C.

Testando a H_{1b} : não há distinção de preferência entre A-D e B-C para cada grupo, o próximo passo é realizar o teste de McNemar para o contraste A-D *versus* B-C. Desse modo, a hipótese H_{1b} : Não há distinção de preferência entre as alternativas apresentadas, dada a igualdade dos resultados finais é rejeitada ($\chi^2 = 22,688$ e valor-p < 0,0001), evidenciando que, em ambos os grupos, existem alterações significativas nas escolhas de acordo com a forma de apresentação

Além disso, foi testado, de forma complementar, se experiência e preferência são independentes por grupo: i. para o grupo de respondentes sem experiência ($\chi^2 = 25,535$ e valor-p < 0,0001); ii. para o grupo de respondentes com experiência ($\chi^2 = 15,923$ e valor-p = 0,0011). Portanto, a hipótese de independência foi rejeitada para ambos.

As escolhas referentes às estratégias financeiras estão estruturadas nas Situações 3 e 4, apontando as probabilidades de lucro.

Tabela 3 – Situações 3 e 5

Experiência Contábil (Respondentes)	Tipo - Probabilidade	
	Situação 3	Situação 5
Com	29,2% / 70,8%	23,1% / 76,9%
Sem	34,9% / 65,1%	38,4% / 61,6%
Total	32,5% / 67,5%	31,8% / 68,2%

Fonte: Elaborada pelos autores.

Para testar a hipótese de independência do tipo de questionário e experiência, ou seja, avaliando a associação entre experiência e Situação (3 e 5), têm-se:

- Situação 3: $\chi^2 = 0,5397$ e valor-p = 0,4852
- Situação 5: $\chi^2 = 3,9941$ e valor-p = 0,0559

Em ambos os casos, a experiência não influenciou sobre a escolha das alternativas nas Situações 3 e 5. Na situação 3, existia a possibilidade de um lucro certo de R\$100 mil ou 80% de chances de um lucro de R\$150 mil; já na situação 5, existia a possibilidade de um lucro de

R\$100 com 25% de chances, ou de 150 mil com 20% de chances. Os resultados do teste estatístico de homogeneidade rejeitaram a existência de diferença no padrão de decisão devido à redução linear nas probabilidades dos problemas ($\chi^2 = 4,5338$ e valor-p = 0,2138). Tais resultados condizem com a teoria da utilidade esperada e divergem dos resultados obtidos por Cardoso, Riccio e Lopes (2008). Assim, os resultados confirmam a hipótese H_{1c} : a redução linear das probabilidades das alternativas apresentadas não implicará reversão de preferências.

Avaliando a hipótese de associação entre *framing* e preferência, pelo controle da variável experiência, o resultado demonstrou não existir associação significativa entre preferência e *framing*, controlando-se o grupo experiência (Cochran Mantel Haenszel, valor-p = 0,4552), convergindo esse resultado daquele encontrado no estudo de Cardoso, Riccio e Lopes (2008).

A Tabela 4, a seguir, analisa a frequência da probabilidade de acontecer a reversão de preferências.

Tabela 4 – Frequência da probabilidade de acontecer a reversão de preferências

Experiência Contábil (Respondentes)	Tipo - Probabilidade	
	Situação 4	Situação 5
Com	43,1% / 56,9%	23,1% / 76,9%
Sem	48,8% / 51,2%	38,4% / 61,6%
Total	46,4% / 53,6%	31,8% / 68,2%

Fonte: elaborada pelos autores.

Ao observar a Tabela 4, identifica-se que a probabilidade analisada na Situação 4 demonstra proximidade entre as preferências, diferentemente da Situação 5, em que as frequências das escolhas entre as opções A e B apresentam maiores desigualdades, como aconteceu no trabalho de Cardoso, Riccio e Lopes (2008).

A hipótese de independência do tipo de questionário e experiência foi aceita em ambos os problemas, ou seja, avaliando a associação entre experiência e Situação (4 e 5), têm-se:

- Situação 4: $\chi^2 = 0,4940$ e valor-p = 0,5195
- Situação 5: $\chi^2 = 3,9941$ e valor-p = 0,0559

O teste de homogeneidade confirmou que, em ambos os casos, não há associação entre experiência e a forma de apresentação das situações 4 e 5 ($\chi^2 = 4,4881$ e valor-p = 0,2137). Dessa forma, a H_{1d} : A alteração na apresentação das probabilidades dos dois problemas não implicará reversão de preferências foi confirmada.

Avaliando a hipótese de associação entre *framing* e preferência pelo controle da variável experiência, o resultado demonstrou não existir associação significativa entre preferência e *framing*, controlando-se o grupo experiência (Cochran Mantel Haenszel, valor-p = 0,2878).

O Quadro 2 sintetiza as hipóteses testadas e detalha o desdobramento de determinadas hipóteses.

Quadro 2 - Síntese das Hipóteses Testadas no Estudo

Hipótese	Descrição	Resultado do Teste	Status	Justificativa
H1a	A manipulação do ponto de referência (<i>framing</i>) não implicará reversão de preferências entre as opções.	$\chi^2 = 40,171$; p < 0,0001	Rejeitada	A forma de apresentação (“recuperados” vs. “perdidos”) alterou significativamente as preferências, evidenciando o efeito <i>framing</i> .

Hipótese	Descrição	Resultado do Teste	Status	Justificativa
H1b	Não há distinção de preferência entre as alternativas A-D e B-C (dado o mesmo resultado final).	$\chi^2 = 22,688$; $p < 0,0001$	Rejeitada	Houve mudança significativa na escolha entre as alternativas, confirmando influência da apresentação sobre as decisões.
Desdobramento sob H1b	Experiência e preferência são independentes (grupo sem experiência).	$\chi^2 = 25,535$; $p < 0,0001$	Rejeitada	A experiência influenciou significativamente as escolhas.
Desdobramento sob H1b	Experiência e preferência são independentes (grupo com experiência).	$\chi^2 = 15,923$; $p = 0,0011$	Rejeitada	A experiência também influenciou significativamente as escolhas nesse grupo.
H1c	A redução linear nas probabilidades das alternativas não implicará reversão de preferências.	$\chi^2 = 4,5338$; $p = 0,2138$	Confirmada	A redução das probabilidades não alterou as preferências dos respondentes, em consonância com a Teoria da Utilidade Esperada.
Desdobramento sob H1c	Associação entre <i>framing</i> e preferência, controlando pela experiência (Situação 3).	Cochran-Mantel-Haenszel, $p = 0,4552$	Não há associação significativa	<i>Framing</i> não influenciou significativamente a decisão quando controlada a variável experiência.
H1d	A alteração na apresentação das probabilidades dos dois problemas (Situação 4 e 5) não implicará reversão de preferências.	$\chi^2 = 4,4881$; $p = 0,2137$	Confirmada	A forma de apresentação das probabilidades não alterou significativamente as escolhas.
Desdobramento sob H1d	Associação entre <i>framing</i> e preferência, controlando pela experiência (Situação 5).	Cochran-Mantel-Haenszel, $p = 0,2878$	Não há associação significativa	<i>Framing</i> novamente não se mostrou relevante ao controlar-se a experiência.

Fonte: Organizado pelos autores.

Os resultados deste estudo oferecem importantes contribuições teóricas e práticas no campo da contabilidade comportamental, à luz da Teoria do Prospecto (Kahneman; Tversky, 1979). Teoricamente, o estudo confirma que decisões contábeis gerenciais não ocorrem de forma estritamente racional, sendo influenciadas por fatores psicológicos e pela forma como as informações são apresentadas (efeito *framing*). Mesmo indivíduos com experiência profissional demonstraram sensibilidade ao enquadramento das alternativas, o que reforça os pressupostos de racionalidade limitada (Simon, 1957; Barros; Felipe, 2015) e o papel dos vieses cognitivos na tomada de decisão (Kahneman, 2012; Tversky; Kahneman, 1986).

A aplicação da Teoria do Prospecto no contexto de estudantes de Ciências Contábeis evidencia que, em situações de ganho, há tendência à aversão ao risco, enquanto, diante de perdas, os indivíduos assumem comportamentos mais arriscados — em consonância com estudos anteriores (Cardoso; Riccio; Lopes, 2008; Serpa; Ávila, 2004). Esses achados reforçam a relevância da contabilidade comportamental como campo de investigação sobre como os profissionais interpretam e reagem às informações contábeis.

Do ponto de vista prático, os resultados destacam a necessidade de atenção à forma como relatórios contábeis e projeções financeiras são estruturados. A simples alteração de termos pode impactar significativamente decisões organizacionais. Isso é especialmente relevante em contextos como planejamento orçamentário, controle gerencial e comunicação com stakeholders. Além disso, os achados apontam para a importância de que a formação

contábil inclua o desenvolvimento de competências críticas e comportamentais, preparando o profissional não apenas para lidar com números, mas também para reconhecer e mitigar os vieses que influenciam o julgamento humano (Lucena *et al.*, 2011).

Em suma, o estudo contribui para uma compreensão mais realista e aplicada da função do contador, enfatizando que, para além da técnica, o profissional precisa considerar aspectos subjetivos e comportamentais que permeiam as decisões em ambientes organizacionais complexos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi verificar a preferência dos estudantes de Ciências Contábeis no processo decisório gerencial em relação à aversão e exposição ao risco à luz da Teoria do Prospecto. Os resultados, com base na Teoria do Prospecto, evidenciaram que os estudantes de Ciências Contábeis são influenciados pela forma de apresentação das informações.

Os achados reforçam a existência do efeito *framing*, visto que, na primeira situação testada, a mudança do termo de “recuperados” para “perdidos” provoca alteração nas respostas, considerando que a maneira como a informação é apresentada pode afetar a decisão, conforme aponta a Teoria do Prospecto. Na segunda situação analisada, o respondente não escolhe o maior valor esperado, mas é influenciado pela perspectiva de ganho ou perda na sua decisão, tendo a maioria optou por ganho certo, o que também é explicado pela Teoria do Prospecto.

Para testar a terceira hipótese, foi realizada a análise em conjunto das situações 3 e 5, com o fim de verificar se a redução linear das probabilidades implica em reversão de preferência, concluindo-se que a redução linear provoca reversão de preferências. Por último, para a análise da quarta hipótese, foi investigada as situações 4 e 5, com alteração na apresentação de probabilidades dos dois problemas, o que implicou em reversão de preferências. Também, conclui-se que não existe associação entre preferência e *framing*, o que foi controlado por grupo de experiência profissional. A pesquisa verificou se a experiência profissional tem efeito sobre preferências e/ou decisões. Os resultados demonstram que a experiência não tem efeito sobre o padrão de preferência.

Os achados deste estudo implicam no entendimento prático do processo decisório, visto que os gestores podem se beneficiar das informações, o que indica a necessidade de maior cautela no momento de analisar as informações gerenciais disponibilizadas, evitando, assim, que o gestor seja influenciado pela forma de apresentação. Ademais, o gestor deve, ter ciência de que a forma de elaboração e disponibilização das informações (perspectiva de ganho ou de perda) pode influenciar os usuários da informação na perspectiva da escolha, inclusive, em se tratando de pessoas com experiência profissional.

A informação demonstrada com perspectiva de ganho poderá fazer com que o usuário seja mais avesso ao risco e prefira um lucro certo a se arriscar e, em situações com perspectiva de perda, o usuário irá preferir se arriscar para evitar uma perda. Nesse sentido, este estudo contribui para as pesquisas experimentais e comportamentais em contabilidade.

As limitações deste estudo consistem na amostra envolvendo estudantes de Ciências Contábeis, os quais se declararam com ou sem experiência profissional. Além disso, as decisões foram pessoais e não podem ser generalizadas para decisões em grupo. Para pesquisas futuras, sugere-se a aplicação do instrumento com profissionais da área contábil, bem como estudos sobre o efeito *framing* para decisões em grupos ou decisões organizacionais.

REFERÊNCIAS

- ATKINSON, A. A.; BANKER, R. D.; KAPLAN, R. S.; YOUNG, S.M. **Contabilidade Gerencial**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BARROS, T. S.; FELIPE, I. J. S. Teoria do prospecto: evidências aplicadas em finanças comportamentais. **R. Adm. FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 14, n. 4, p. 75-95, out./dez., 2015.
- BARRETO, P.S.; MACEDO, M.A.S.; ALVES, F.J. Análise do comportamento decisório frente à influência dos efeitos certeza e *framing* no ambiente contábil. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 19. 2012, Bento Gonçalves. **Anais [...]**. Bento Gonçalves, 2012. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/217/217>. Acesso em 02 out. 2019.
- BERNOULLI, D. Exposition of a new theory on the measurement of risk. **Econometrica**, New York, v. 22, p. 23-36, 1954. Trabalho original publicado em 1738. DOI: 10.2307/1909829. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/1909829?seq=1#page_scan_tab_contents. Acesso em: 19 mar. 2020.
- COURTNEY, J. F. Decision making and knowledge management in inquiring organizations: toward a new decision-making paradigm for DSS. **Decision Support Systems**, v. 31, n. 1, p. 17-38, 2001.
- FAGUNDES, E.; SCHNORRENBERGER, D.; LUNKES, R.J. Aversão ao risco na tomada de decisões organizacionais: análise da literatura e oportunidades de pesquisa. **Revista de Contabilidade do Mestrado de Ciências Contábeis da UERJ**, v.23, n.2, p.18-36, 2018.
- FALLEIRO, M; SILVA, C. E. L; TAI, S. Teoria do Prospecto e as diferenças de comportamento perante o risco entre gênero, escolaridade e idade. *In*: Encontro Nacional de Economia - ANPEC, 42, 2014, Natal. **Anais [...]**. Natal, 2014. Disponível em: https://www.anpec.org.br/encontro/2014/submissao/files_I/i8-211e0a2c5d1e748ad976a3f40b5c1c4d.pdf. Acesso em: 19 mar. 2020.
- GALL, M.; GALL, J.; BORG, R. **Educational research an introduction**. 8. ed. New York: NY Pearson Education, 2007.
- GEETHA, S. N.; SELVAKUMAR, M. M. An analysis on the factors influencing risk tolerance level of individual investors. **International Journal of Business Excellence**, Olney, v. 9, n.2, p. 253-264, 2016.
- GOMES, L. F. A. M. **Tomada de decisão gerencial: enfoque multicritério**. São Paulo: Atlas, 2002.
- HANSEN, D. R; MOWEN, M. M. **Gestão de custos: contabilidade e controle**. 1. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
- HAMMOND, J. S.; KEENEY, R. L.; RAIFFA, H. The hidden traps in decision making. **Harvard business review**, v. 76, n. 5, p. 47-58, 1998.
- KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Tradução Cássio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- KAHNEMAN, D. ; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decisions under Risk. **Econometrica**, New Haven, v. 47 n. 2, p. 263-291, 1979. DOI: 10.2307/1914185 Disponível

em: <https://www-jstor-org.ez34.periodicos.capes.gov.br/stable/pdf/1914185.pdf?refreqid=excelsior%3A042c8006d69f74d7444af2ebd3ecd063>. Acesso em: 19 mar.2020.

KRUGER, S.D. PRESTES, M. MAZZIONI, S. PETRY, S.M. Processo decisório sob efeito de preferências: aversão e exposição ao risco. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 15, n.36, p.166-187, 2018.

LUCENA, W. G. L.; FERNANDES, M. S. A.; SILVA, J. D. G. A contabilidade comportamental e os efeitos cognitivos no processo decisório: uma amostra com operadores da contabilidade. **Revista Universo Contábil**, FURB, Blumenau, v. 7, n. 3, p. 41-58, jul./set. 2011.

LUPPE, M. R.; ANGELO, C. F, FAVERO, L. P. L. Decisões de Consumo: a Heurística da Ancoragem e seus Efeitos no Julgamento. *In*: Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração - Enanpad, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/MKT-B384.pdf>. Acesso em: 25 set. 2019.

MARCH, J.G. **Como as decisões realmente acontecem**. 1. ed. São Paulo: Leopardo, 2009.

MEYER, M.; RIGSBY, J. T. A descriptive analysis of the content and contributors of behavioral research in accounting 1989-1998. **Behavioral Research in Accounting**, v.13: p. 253-278, 2001.

NASU, V.H. **O efeito do Sistema de Resposta do Estudante (SRE) sobre o desempenho acadêmico e a satisfação discente**: um quase-experimento com alunos de ciências contábeis.2016.148f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

OLIVEIRA, R. L; KRAUTER, E. Teoria do prospecto: como as finanças comportamentais podem explicar a tomada de decisão. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 16, n.3, p. 106-121, 2015. DOI: 10.21714/pretexto.v16i3.1863. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/pretexto/article/view/1863>. Acesso em 20 jul.2019.

PERDIGÃO, J.G.L.; FULGENCIO, E.V.; SOUSA, S.A.C.; NETO J.B.M.; DORNELAS, J.S. Processo decisório: um estudo comparativo de tomada de decisão em organizações de segmentos distintos. *In*: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia - SEGET, 9, 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/7416262.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2020.

RUTLEDGE, R. W. The ability to moderate recency effects through framing of management accounting information. **Journal of Managerial Issues**, Pittsburg, v. 7, n. 1, p.27-35, 1995.

ROGERS, P.; SECURATO, J. R; RIBEIRO, K.C.S. Finanças comportamentais no Brasil: um estudo comparativo. **Revista de Economia e Administração – REA**, São Paulo, v.6, n.1, p.49-68, 2007. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/25896/financas-comportamentais-no-brasil--um-estudo-c--->. Acesso em: 20 mar. 2020.

ROSS, G. D.; NORA, B. D.; MILANI, B. Aversão ao risco em profissionais do setor financeiro. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, Santa Maria, v. 8, p. 104-118, 2015. DOI: 10.5902/1983465916344. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/37132/aversao-ao-risco-em-profissionais-do-setor-financeiro>. Acesso em: 21 mar. 2020.

SHADISH, W.R.; COOK, T.D.; CAMPBELL, D.T. **Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference**. 2 ed. Boston: Houghton Mifflin, 2002.

SCOTT, W. R. **Financial Accounting Theory**. 7 ed. Toronto: Pearson, 2015.

SECURATO, J. R. **Decisões financeiras em condições de risco**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SERPA, D. A.; AVILA, M. G. Percepção de preço e valor: um teste experimental. **RAE Eletrônica**, São Paulo, v. 3, n. 2, Art. 13, jul./dez, 2004. Disponível em: <http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1353&Secao=MERCA DO&Volume=3&Numero=2&Ano=2004>. Acesso em: 26 ago. 2019.

SIMON, H. A. **Models of man**. New York: John Wiley and Sons, 1957.

SMITH, G. E.; NAGLE, T. T. Frames of Reference and Buyer's Perception of Price and Value. **California Management Review**, California, v. 38, n. 1, p. 98-116, 1995. DOI: 10.2307/41165823

SMITH, M. **Research methods in accounting**. London: Sage Publications, 2003.

SOUZA, F. J. V.; FARIAS, M. V. M.; QUIRINO, M. C. O.; VIEIRA, E. R. F. C. O reflexo do ensino da controladoria na minimização do efeito *framing*. **Revista Ambiente Contábil**. UFRN, Natal – RN. v. 3, n. 1, p. 72 – 88, jan/jun. 2011.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Rational choice and the *framing* of decisions. **Journal of Business**, v. 59, n. 4, p. 2, 1986.

Agradecimentos:

À FAPEMIG e ao CNPq pelo apoio ao projeto de pesquisa

ANEXO I – QUESTIONÁRIO GRUPO 1 (CONTROLE) - CARDOSO, RICCIO E LOPES (2008)

Situação 1:

Uma empresa de médio porte está se preparando para a falta de energia elétrica, que, estima-se, venha a gerar R\$ 300 mil de prejuízos. O diretor de operações tem investigado alternativas para reduzir os impactos da falta de energia e desenvolveu dois planos. Em relação a cada plano, ele avalia o seguinte:

Plano A: Se a opção 01 for adotada, R\$ 100 mil serão recuperados.

Plano B: Se a opção 02 for adotada, há 1/3 de probabilidade de que os R\$ 300 mil de prejuízo serão recuperados e 2/3 de probabilidade de que nada seja recuperado.

Qual dos planos você recomendaria, A ou B?

Resposta: _____

Situação 2:

Você está diante de um par de decisões que têm que ser tomadas simultaneamente. Examine cada decisão e em seguida faça sua opção: (A) ou (B) na decisão 1 e (C) ou (D) na decisão 2.

Decisão 01: Situação de corte de custos administrativos:

(A) um lucro certo de \$ 480;

(B) 25% de chances de lucrar \$ 2000 e 75% de chances de não lucrar nada.

Qual das alternativas você recomendaria, A ou B?

Resposta: _____

Decisão 02: Situação de aumento de custos tributários:

(C) um prejuízo certo de \$ 1.500;

(D) 75% de chances de perder \$ 2000 e 25% de não perder nada.

Qual das alternativas você recomendaria, C ou D?

Resposta: _____

Situação 3:

Duas estratégias financeiras são apresentadas a você.

Qual você prefere:

Opção 01: Um lucro certo de R\$ 100 mil.

Opção 02: 80% de chances de lucrar R\$ 150 mil.

Qual das opções você escolheria, 1 ou 2?

Resposta: _____

Situação 4:

Você está na função de “controller” e está realizando um processo de escolha de projetos de investimentos em TI – Tecnologia da Informação. O processo de escolha deve ocorrer em duas etapas. A 1ª etapa é uma análise da solidez financeira do projeto e existem 75% de chances do processo terminar neste momento sem lucro nenhum e 25% de chances de o projeto que você está analisando passar para a 2ª fase. Na segunda etapa você tem que escolher entre duas opções. Você precisa definir sua escolha antes do início do processo.

Opção 3: lucrar com certeza R\$ 100 mil.

Opção 4: lucrar R\$ 150 mil com 80% de chances.

Qual das opções você escolheria, 3 ou 4?

Resposta: _____

Situação 5:

Qual das duas opções de lucro você prefere em um determinado projeto?

(A) Lucrar R\$ 100 mil com 25% de chances.

(B) Lucrar R\$ 150 mil com 20% de chances

Qual das alternativas você escolheria, A ou B?

Resposta: _____

ANEXO II – QUESTIONÁRIO GRUPO 2 (EXPERIMENTAL)

Situação 1

Uma empresa de médio porte está se preparando para a falta de energia elétrica, que, estima-se, venha a gerar R\$ 300 mil de prejuízos. O diretor de operações tem investigado alternativas para reduzir os impactos da falta de energia e desenvolveu dois planos. Em relação a cada plano, ele avalia o seguinte:

Plano A: Se a opção 3 for adotada, R\$ 200 mil serão perdidos.

Plano B: Se a opção 4 for adotada, há 1/3 de probabilidade de nada ser perdido e 2/3 de probabilidade de que R\$ 300 mil sejam perdidos.

Qual dos planos você recomendaria, A ou B?

Resposta: _____

Situação 2

Você está diante de algumas decisões que têm que ser tomadas simultaneamente. Examine cada decisão e em seguida faça sua opção: (A) ou (B) na decisão 1 e (C) ou (D) na decisão 2.

Decisão 01: Situação de corte de custos administrativos:

(A) um lucro certo de \$ 480;

(B) 25% de chances de lucrar \$ 2000 e 75% de chances de não lucrar nada.

Qual das alternativas você recomendaria, A ou B?

Resposta: _____

Decisão 02: Situação de aumento de custos tributários:

(C) um prejuízo certo de \$ 1.500;

(D) 75% de chances de perder \$ 2000 e 25% de não perder nada.

Qual das alternativas você recomendaria, C ou D?

Resposta: _____

Situação 3:

Duas estratégias financeiras são apresentadas a você.

Qual você prefere:

Opção 01: Um lucro certo de R\$ 100 mil.

Opção 02: 80% de chances de lucrar R\$ 150 mil.

Qual das opções você escolheria, 1 ou 2?

Resposta: _____

Situação 4

Você está na função de “controller” e está realizando um processo de escolha de projetos de investimentos em TI – Tecnologia da Informação. O processo de escolha deve ocorrer em duas etapas. A 1ª etapa é uma análise da solidez financeira do projeto, e existem 75% de chances do

processo terminar neste momento sem lucro nenhum e 25% de chances de o projeto que você está analisando passar para a 2ª fase. Na segunda etapa, você tem que escolher entre duas opções. Você precisa definir sua escolha antes do início do processo.

Opção 3: lucrar com certeza R\$ 100 mil.

Opção 4: lucrar R\$ 150 mil com 80% de chances.

Qual das opções você escolheria, 3 ou 4?

Resposta: _____

Situação 5

Qual das duas opções de lucro você prefere em um determinado projeto?

(A) Lucrar R\$ 100 mil com 25% de chances.

(B) Lucrar R\$ 150 mil com 20% de chances.

Qual das alternativas você escolheria, A ou B?

Resposta: _____

DADOS DEMOGRÁFICOS

1. Gênero
 - A) Masculino
 - B) Feminino
2. Idade: _____
3. Estado civil:
 - A) Solteiro (a)
 - B) Casado (a)
 - C) Divorciado (a)
 - D) Viúvo
4. Qual período está cursando: _____
5. Qual o turno do seu curso?
 - A) Integral
 - B) Noturno
6. Possui experiência profissional?
 - A) Sim
 - B) Não
7. Atualmente está trabalhando?
 - A) Não estou trabalhando
 - B) Trabalho na área contábil
 - C) Trabalho, mas não na área contábil.