



## INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

### INFLUENCE OF *FORMULATION EFFECT* ON THE PREFERENCES OF USERS OF ACCOUNTING INFORMATION

### INFLUENCIA DEL EFECTO DE LA FORMULACIÓN EN LAS PREFERENCIAS DE LOS USUARIOS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE

Recebido em: 22-06-2022  
Avaliado em: 18-11-2022  
Reformulado em: 21-12-2022  
Aceito para publicação em: 05-10-2023  
Publicado em: 31-01-2024  
Editor Responsável: Vinicius C. da Silva Zonatto

Rodrigo Rengel<sup>1</sup>  
Darci Schnorrenberger<sup>2</sup>  
Valdirene Gasparetto<sup>3</sup>

#### RESUMO

Esta pesquisa tem o objetivo de identificar a influência do *formulation effect* nas preferências dos usuários de informações contábeis por agregar ou desagregar informações. Para isso, realizou-se uma survey com 524 estudantes de Administração. Apresentou-se 3 tipos de *formulation effect*: cenários puros (sem descrição do contexto), cenários com demonstrativos contábeis (especificamente contábil) e cenários descritivos (cenários financeiros com contextualização descritiva). Para análise, utilizou-se de estatística descritiva, qui-quadrado e regressão logística. Os resultados indicam que a influência do *formulation effect* existe e é significativo a ponto de inverter, substancialmente, as preferências dos indivíduos. Constatou-se que a utilidade de valor percebido influencia mais nas decisões com cenários puros, conforme estipulado pela Teoria da Contabilidade Mental, diferentemente de situações de decisões organizacionais (cenários com demonstrativos e descritivos), em que a busca por suporte técnico passa a ter mais importância do que as preferências pessoais. Assim, demonstrou-se que as decisões puras são mais impactadas pelas características do decisor ao passo que nas decisões com caráter contábil/gerencial as preferências por suporte técnico assumiram protagonismo em detrimento às características pessoais. Deste modo, contribui-se com os conhecimentos acerca de informações contábeis, bem como para a Teoria da Contabilidade Mental, visto que se apresenta o *formulation effect* como fator de influência no comportamento e nas preferências por agregação ou desagregação. Estes achados contribuem tanto no campo das discussões teóricas sobre a importância da forma de apresentar as informações como também auxilia os

<sup>1</sup>Doutor em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Professor da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC); ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1767-1655>; E-mail: [rengel.rodrigo@hotmail.com](mailto:rengel.rodrigo@hotmail.com)

<sup>2</sup>Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6613-5221>; E-mail: [darcisc@gmail.com](mailto:darcisc@gmail.com)

<sup>3</sup>Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Professora do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina (PPGC-UFSC); ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2825-4067>; E-mail: [valdirenegasparetto@gmail.com](mailto:valdirenegasparetto@gmail.com)

preparadores de informações dando-lhes subsídios sobre as preferências dos usuários, visando um melhor suporte informacional e, conseqüentemente, resultando em decisões e desempenho melhores das organizações.

**Palavras-chave:** *Formulation effect*; Teoria da Contabilidade Mental; Usuários de informações contábeis.

### ABSTRACT

This research aims to identify the influence of the *formulation effect* on users' preferences of accounting information for aggregating or disaggregating accounting information. For this, we carried out a survey with 524 business students. Three types of *formulation effect* were presented: pure scenarios (without context description), scenarios with accounting statements (specifically accounting) and descriptive scenarios (financial scenarios with descriptive contextualization). For analysis, we used descriptive statistics, chi-square, and logistic regression. The results indicate that the influence of the *formulation effect* exists and is significant in substantially reversing individuals' preferences. We found that the usefulness of perceived value influences more in decisions with pure scenarios, as stipulated by the Theory of Mental Accounting, unlike situations of organizational decisions (scenarios with statements and descriptions), in which the search for technical support becomes more important than personal preferences. Thus, we demonstrated that the characteristics of the decision-maker have more impact on pure decisions. In contrast, in decisions of an accounting/managerial nature, preferences for technical support assumed protagonism to the detriment of personal characteristics. In this way, it contributes to knowledge about accounting information, as well as to the Theory of Mental Accounting, since the *formulation effect* presents as an influencing factor in behavior and preferences for aggregation or disaggregation. These findings contribute to theoretical discussions about the importance of presenting information and helping information preparers by giving them subsidies on user preferences, aiming at better informational support and, consequently, resulting in better decisions and performance of organizations.

**Keywords:** *Formulation effect*; Mental Accounting Theory; Accounting information users.

### RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo identificar la influencia del efecto de formulación en las preferencias de los usuarios de la información contable para agregar o desagregar la información contable. Para ello se realizó una encuesta a 524 estudiantes de negocios. Se presentaron tres tipos de efectos de formulación: escenarios puros (sin descripción de contexto), escenarios con estados contables (específicamente contables) y escenarios descriptivos (escenarios financieros con contextualización descriptiva). Para el análisis se utilizó estadística descriptiva, chi-cuadrado y regresión logística. Los resultados indican que la influencia de formulación existe y es significativo hasta el punto de revertir sustancialmente las preferencias de los individuos. Se encontró que las decisiones, según lo estipulado por la Teoría de la Contabilidad Mental, están más presentes en escenarios puros, porque no hay contextualización, la utilidad del valor percibido influye en las decisiones. A diferencia de las situaciones de decisiones organizacionales (escenarios con declaraciones y descripciones) en las que la búsqueda de soporte técnico se vuelve más importante que las preferencias personales. Así, se demostró que las decisiones puras son más impactadas por las características del decisor, mientras que en las decisiones de carácter contable/gerencial, las preferencias por el soporte técnico asumieron el protagonismo en detrimento de las características personales. De esta forma, contribuye al conocimiento de la información contable, así como a la Teoría de

la Contabilidad Mental, ya que el efecto de formulación se presenta como un factor influyente en el comportamiento y las preferencias por la agregación o desagregación. Estos hallazgos contribuyen tanto en el campo de las discusiones teóricas sobre la importancia de la forma de presentación de la información como también ayudan a los preparadores de información al otorgarles subsidios sobre las preferencias de los usuarios, con el objetivo de un mejor soporte informativo y, en consecuencia, resultando en mejores decisiones y desempeño de las organizaciones.

**Palabras-clave:** Efecto de la Formulación; Teoría de la Contabilidad Mental; Usuarios de la información contable.

## 1 INTRODUÇÃO

Decisões são tomadas com base no conjunto de informações disponíveis no momento da escolha, mas também são influenciadas pelo perfil cognitivo e atributos particulares do decisor (Faraci et al., 2013; Luft, et al., 2016). Assim, informações importantes para alguns são ignoradas por outros, o que leva a decisões e resultados diferentes em um mesmo contexto de decisão (Azadeh et al., 2015; Faraci, et al., 2013; Watts, et al., 2009).

Teorias econômicas, como a da Utilidade Esperada e a dos Jogos, defendem a constância das preferências dos decisores e a racionalidade das decisões. Em contraponto, teorias com abordagens psicológicas como a da Racionalidade Limitada, do Prospecto, da Contabilidade Mental (TCM), entre outras, consideram, também, as diferenças cognitivas como oriundas da racionalidade limitada do indivíduo (Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981). Um dos aspectos destacados são as diferentes decisões devido a variáveis não monetárias, como o efeito enquadramento (*formulation* ou *framing effect*). Nele, defende-se que a modificação da forma de apresentar as alternativas, sem alterar os resultados líquidos, muda as preferências e viola a invariância decisional, preconizada pelas teorias econômicas tradicionais (Kahneman, 2003). A literatura não é consensual a respeito desta temática, haja vista que há pesquisas que defendem que a influência do efeito enquadramento nas decisões existe (Levin, et al., 2002; Tversky & Kahneman, 1981) e outras que não (Fagley & Miller, 1987; Takemura, 1993; Mandel, 2001).

Por isso, Slovic (1995) recomenda investigações a partir do enquadramento proposto na TCM, pois entende que podem auxiliar na tomada de decisões, maximizando a utilidade percebida, o que é confirmado por Hsee et al. (1999), ao apontarem que as pessoas avaliam de modo diferente situações isoladas (desagregadas) e situações conjuntas (agregadas).

Conforme os pressupostos da TCM, um indivíduo não vê o pagamento e o consumo de forma separada, ou seja, uma perda e um ganho separadamente (Thaler, 1985). Esta transação é agregada, ou seja, o pagamento é mentalmente associado ao consumo, e o consumo é associado ao pagamento (Prelec & Loewenstein, 1998). Porém, a utilidade percebida pelo indivíduo não é a mesma em ambos os cenários. Sua força é dependente da forma como é apresentada a sequência de eventos.

Nesta pesquisa, os aspectos comportamentais são investigados no processo decisório, sob o prisma dos aspectos psicológicos, cognitivos e pessoais apresentados na TCM. A Teoria refere-se ao conjunto de operações cognitivas que os indivíduos utilizam para organizar, avaliar e acompanhar suas atividades financeiras (Kahneman & Tversky, 1984; Thaler, 1985, 2008). Esta codificação é feita visando a maximização da utilidade percebida e não apenas a utilidade financeira esperada. No entanto, causas e consequências da desagregação de informações financeiras em demonstrativos contábeis são limitadas (Riedl & Srinivasan, 2010).

Assim, assume-se o pressuposto de que a forma como as informações são apresentadas influencia nas preferências e escolhas do decisor. Para esta pesquisa, investiga-se tais

preferências sobre situações que envolvem cenários contábeis gerenciais para tomada de decisões organizacionais. Desta forma, a questão que norteia esta pesquisa é: qual a influência do *formulation effect* nas preferências de contabilidade mental dos usuários de informações contábeis? Com isso, o objetivo da pesquisa consiste em identificar a influência do *formulation effect* nas preferências dos usuários de informações contábeis por agregar ou desagregar informações contábeis.

Esta pesquisa se justifica por propor-se a investigar aspectos subjetivos e psicológicos inerentes ao ser humano que, conforme Fuji e Slomski (2003), vão além da racionalidade pura. Compreender melhor o processo psicológico das decisões e entender quais e como os fatores influenciam as preferências por agregar ou desagregar informações em contas mentais individuais estão entre os principais desafios apontados por pesquisadores da área (Hales, 2015; Thaler, 2008).

Estudos sobre o tema aplicados ao campo organizacional, ainda são escassos, fragmentados e não unânimes, principalmente em relação à busca por compreensão das dissonâncias cognitivas, resultantes da influência de heurísticas e vieses que afetam o comportamento humano no processo decisório (Fagundes, et al., 2018; Nobre et al., 2016; Shepherd, et al., 2015; Souza, 2017). Quanto a originalidade, este estudo justifica-se ao abordar o *formulation effect* como a apresentação contábil da informação de diferentes maneiras e no campo organizacional, gerando decisões diversas (Hartono, 2004; Koonce, et al., 2005).

Como contribuições, para a literatura comportamental e a TCM, espera-se agregar a respeito da discussão da interferência do *formulation effect* (campo de análise) na preferência por agregar ou desagregar informações contábeis. Estas colaborações teóricas são referentes a abordagem de cenários em três diferentes campos de análise: (i) cenários puros, isto é, sem nenhuma contextualização do decisor como gestor; (ii) em demonstrativo contábil para tomada de decisão, com base nas normas contábeis de exposição; e (iii) apresentação descritiva dos fatos contábeis, ou seja, situação apresentada com contextualização do decisor e de modo narrativo. No que tange aos aspectos práticos, contribui-se, indiretamente, com os preparadores de informações dando-lhes subsídios sobre as preferências dos usuários de informações contábeis, visando um melhor suporte informacional e, conseqüentemente, resultando em decisões e desempenho melhores das organizações.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Teoria da Contabilidade Mental

Os estudos voltados à tomada de decisões evoluíram com o tempo. Com base em uma abordagem econômica, as pesquisas da área se adaptaram às necessidades e mudanças no ambiente. Com isso, as abordagens deixaram de ser puramente racionais e voltadas à busca da solução ótima e passaram a contemplar preocupações e preferências dos indivíduos.

Na perspectiva comportamental, Richard Thaler apresentou a TCM, que segue os preceitos da Teoria do Prospecto (TP) quanto à aversão ao risco no domínio de ganhos e perdas. Kahneman e Tversky (1984) apontam que este processo de contabilização mental é um mecanismo de organização que as pessoas utilizam para suas contas e transações. Estas podem conter irregularidades psicológicas, por conseguinte, a percepção de valor de ganhos e perdas têm impacto nas opções escolhidas, a fim de maximizar a utilidade percebida (Kahneman & Tversky, 1984). Estes atalhos mentais (heurísticas) ao serem utilizados, podem gerar vieses que impactam nas decisões e suas conseqüências (Macedo Junior et al., 2007).

Dentre os aspectos da TCM, optou-se por trabalhar com a edição hedônica, que se refere à preferência dos indivíduos por agregar ou desagregar informações em situações experimentais. As regras expostas na TCM a respeito da edição hedônica são baseadas na função de valor da TP e foram definidas por Thaler (1985). Esta codificação mental tratada por Thaler (2008) refere-se a preferências por agregar ou desagregar informações. A função de

valor da TP neste caso é usada para fazer previsões se a preferência do indivíduo é por enquadrar os resultados de modo agregado ou desagregado (Soman, 2004). A TCM difere da TP ao apresentar combinações de cenários e não visões isoladas, com resultados únicos e unidimensionais (Thaler, 2008).

A codificação mental se dá de duas maneiras: agregação, ou seja, resultados em conjunto  $v(x+y)$ ; ou desagregação - avaliações separadas  $v(x) + v(y)$ . Entende-se que  $x$  e  $y$  são resultados (ganhos ou perdas) e  $v$  é a utilidade percebida de cada operação. Esta decisão é realizada de acordo com a utilidade percebida pelo decisor (Thaler, 1985, 2008, Soman, 2004). Emprega-se a chamada edição hedônica para análise da melhor opção, como segue:

$$v(x \& y) = \text{Max} [v(x + y), v(x) + v(y)]$$

Em que “&” denota a representação psicológica da combinação dos dois resultados (Soman, 2004). Como exposto pela TCM, a operação mental do indivíduo pode se dividir em quatro perspectivas: (i) desagregar ganhos múltiplos; (ii) agregar perdas múltiplas; (iii) agregar ganhos mistos; e (iv) desagregar perdas mistas.

Desagregar ganhos múltiplos, para que o prazer dos ganhos seja aumentado e não unificado numa única transação financeira. Assim, percebe-se maior utilidade psicológica, mostrando-os separadamente, dado que a função de ganho é côncava (Thaler, 1985; 2008). Como exemplo, Thaler (2008) questiona quem é mais feliz: quem ganha duas loterias que pagam \$50 e \$25 respectivamente, ou quem ganha \$75 numa única loteria. Para 64% dos pesquisados, quem ganha duas vezes é mais feliz, mesmo que o valor final seja o mesmo.

Agregar perdas múltiplas, uma vez que a função de perdas é convexa, isto é, a utilidade psicológica percebida pelo indivíduo ao apresentar perdas separadamente é menor do que apresentá-las combinadas. Como exemplo, os cartões de crédito se utilizam deste artifício para que o agrupamento de diversas pequenas perdas se torne uma perda maior e, por conseguinte, reduzem a perda percebida, como apresenta a TCM (Thaler, 1985).

Agregar ganhos mistos, visando compensar a aversão à perda, já que o valor psicológico é mais acentuado no domínio de perda. Logo, apresentar resultados separados pode resultar numa utilidade percebida menor do que se apresentados conjuntamente. Nestes casos, a agregação equivale a um “cancelamento” mental das perdas (Thaler, 2008).

Desagregar perdas mistas, pois a utilidade de um ganho menor pode exceder a utilidade de reduzir ligeiramente uma perda maior. Embora a função de valor para perdas seja mais acentuada, ao final da curvatura, o aumento das perdas não gera grandes modificações no valor percebido. Por outro lado, ganhos iniciais são mais íngremes que as perdas “finais”. Thaler (2008), trata estes cenários como “*silver lining*” devido a expressão popular americana “*every cloud has a silver lining*” ou “depois da tempestade vem a bonança”.

## 2.2 Formulation effect

São variadas as formas pelas quais uma informação pode ser apresentada. Isso é importante para o processo decisório, pois influencia nas preferências (Kahneman & Tversky, 1984, 1986). Este efeito é conhecido como *formulation effect*. Estas constatações violam os pressupostos das teorias econômicas de decisão tradicionais, em que a escolha se baseia única e exclusivamente na maximização de valor e utilidade, independentemente da ordem em que se apresentam as alternativas (Kahneman & Tversky, 1979).

As teorias econômicas de apoio e de tomada de decisão, que entendem o indivíduo como um *econ* (homem completamente racional), apoiam-se no pressuposto de que ao modificar a descrição ou forma de apresentação, não há variação nas preferências e escolhas do decisor (Kahneman & Tversky, 1986; Tversky, et al., 1988). Porém, há pesquisas que apontam esta

inconsistência nas preferências do decisor. Lichtenstein e Slovic (1971) e Slovic e Lichtenstein (1983) alertam para esta resistência dos economistas em crer neste viés de decisão e recomendam mais investigações.

A partir destas constatações, Kahneman e Tversky (1984) alertam que o indivíduo pode ser influenciado pelo *formulation effect* inconscientemente. Destacam também que manipulações de apresentação afetam as preferências e consequentes decisões, mesmo sem mudar os resultados líquidos, modificando apenas a forma e/ou ordem de apresentação. Tratando-se de informações contábeis, essa diferença seria a forma de apresentação das informações, seja em forma de demonstrativos contábeis, relatórios gerenciais descritivos ou simplesmente a informação do resultado líquido sem qualquer contextualização prévia. Gestores enfrentam constantemente riscos e incertezas, deste modo, a tomada de decisões é uma das principais atividades que exercem (Abatecola, et al., 2018; Ramadani, et al., 2017).

Ao tratar de informações contábeis, Koonce, et al. (2005), ao analisarem a percepção de risco sobre investimentos, constataram que o modo de apresentação impactava nas preferências e decisões dos usuários. Hartono (2004) identifica evidências de que a ordem de apresentação das informações afeta o valor das ações. Quanto às situações no ambiente contábil, Chang, et al. (2002) e Lima e Silva (2013) entendem que são de grande importância, pois uma das funções das informações contábeis é o suporte à tomada de decisões (Fernandes, et al., 2011; Moreira et al., 2013; Tiessen & Waterhouse, 1983). Os preparadores de informações devem evitar vieses de apresentação minimizando possíveis inconsistências no processo decisório (Emby & Finley, 1997; Rutledge, 1995). Com isto, apresenta-se a primeira hipótese desta pesquisa.

H1: O *formulation effect* apresenta diferença significativa nas preferências por agregar e desagregar informações contábeis.

Barreto et al. (2013) identificaram este problema e constataram que estes profissionais acabam apresentando estas inconsistências devido à racionalidade limitada e desconhecimento dos vieses cognitivos. Desta forma, busca-se investigar na pesquisa o *formulation effect* a partir da alteração dos cenários apresentados, sem, no entanto, modificar os resultados líquidos. Para isto, apresenta-se três tipos de cenários.

Os cenários “puros” apresentam apenas valores monetários e representam as decisões de controle para identificar alterações nos demais cenários. Em seguida, têm-se cenários descritivos, em que além das informações dos cenários puros, apresenta-se uma contextualização textual do problema, o que de acordo com Lima e Silva (2013), altera as preferências dos indivíduos. Por fim, os cenários são tratados com demonstrativos contábeis que, segundo Lima e Silva (2013) também influenciam nas preferências do indivíduo. Nos dois últimos cenários, caracteriza-se os decisores como usuários de informações contábeis.

Informações contábeis podem facilitar e influenciar o indivíduo no processo decisório (Sprinkle, 2003). Pesquisas relatam influência das práticas e procedimentos contábeis nos julgamentos e tomada de decisões (Sprinkle & Williamson, 2006). Complementarmente, tanto o *Financial Accounting Standards Board (FASB)* quanto o *International Accounting Standards Board (IASB)* orientam que as informações contábeis devam ser desagregadas para fornecer maior suporte ao processo decisório de gestores e investidores (Guragai, et al., 2020). Ainda assim, pesquisas indicam que possa haver apresentação oportunista destas informações, de modo a maximizar a utilidade percebida por investidores (Bonner, et al., 2014; Guragai, et al., 2020).

Diante do exposto, embora alguns casos de decisão por agregar ou desagregar informações contábeis a TCM apresente utilidade negativa ao decisor, ao tratar de cenários de gestão (informações contábeis) os gestores optam por sua desagregação (maior volume de

informações), em virtude dos benefícios obtidos para o processo decisório (Suave, 2017). Destarte, apresenta-se a segunda hipótese desta pesquisa.

H2: Em situações contábeis os indivíduos deixam de seguir a TCM e optam por desagregar informações para um processo decisório mais eficiente.

Definidas as bases conceituais e os pressupostos norteadores da pesquisa, parte-se para a definição e descrição dos aspectos metodológicos que compõem o pano de fundo da pesquisa e os procedimentos e recursos usados para desenvolvê-la.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem dedutiva, quantitativa, descritiva e de levantamento, do tipo *survey*. Inicialmente, realizou-se um pré-teste com cinco alunos do curso de Administração e cinco administradores, para verificar se as preferências dos estudantes estavam alinhadas com as dos profissionais. Buscou-se, também, verificar sua compreensão das questões. Os participantes do pré-teste não participaram da coleta de dados final, por já possuírem o viés de conhecer o instrumento de coleta.

A Tabela 1 apresenta a estrutura do instrumento de pesquisa e a base teórica utilizada para adaptação dos cenários de decisão deste estudo. Também apresenta a perspectiva na qual se enquadra a TCM, ou seja, se está em perspectiva de ganhos múltiplos, perdas múltiplas, ganhos mistos e perdas mistas. Os cenários tratam das preferências de recebimento de informações para tomada de decisões de forma agregada ou desagregada.

O *formulation effect* foi analisado mediante a comparação das preferências em três cenários decisoriais: sem nenhuma contextualização (puros) (trata-se somente de escolhas sem aprofundamento da situação), em decisões que envolvem demonstrativos contábeis (trata-se de escolhas sobre informações da Demonstração do Resultado do Exercício) e com apresentação descritiva da situação contábil (situações contábeis seguidas de narrativa) conforme Apêndice A (instrumento de pesquisa).

**Tabela 1**

*Estrutura do instrumento de pesquisa*

<i>Formulation effect</i>	Cenários (Perspectivas)	Embasamento teórico
Puros	C1(G); C2(PM); C3(P); C4(GM)	(Thaler, 2008; Fennema & Koonce, 2010; Bonner, et al., 2014; Suave, 2017)
Demonstrativos contábeis	C5(P); C6(PM); C7(G); C8(GM)	
Descritivos	C9(G); C10(P); C11(GM); C12(PM)	

**Nota:** Entende-se que C = Cenário; G = Ganhos Múltiplos; P = Perdas Múltiplas; GM = Ganhos mistos; PM = Perdas Mistas.

As variáveis do estudo foram estabelecidas a partir da literatura, na qual verificou-se as que apontam sua influência no comportamento dos indivíduos no momento da tomada de decisões ligadas à função de valor. Para melhor representação das variáveis dependentes, independentes e de controle, assim como o detalhamento das respectivas siglas, descrições, operacionalização e embasamentos teóricos, apresenta-se a Tabela 2.

INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE  
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

**Tabela 2**

*Embasamento das variáveis dependentes, independentes e de controle do estudo*

<b>Variável Dependente</b>		
<b>Variável</b>	<b>Operacionalização</b>	<b>Embasamento teórico</b>
Preferência por agregar ou desagregar (PAD)	Variável <i>dummy</i> com duas categorias: desagregar (0) agregar (1).	(Bonner, et al., 2014; Fennema & Koonce, 2010; Thaler, 2008; Suave, 2017)
<b>Variáveis Independentes</b>		
<b>Variável Explicativa</b>		
<b>Variável</b>	<b>Operacionalização</b>	<b>Embasamento teórico</b>
Informação contábil (INFCNT)	Variável <i>dummy</i> com duas categorias: informação pura (0) informação contábil (1).	(Fernandes, et al., 2011; Moreira <i>et al.</i> , 2013; Porton & Longaray, 2006; Thaler, 1980; 1985; 2008)
<b>Variáveis de controle</b>		
<b>Variável</b>	<b>Operacionalização</b>	<b>Embasamento teórico</b>
Gênero (GEN)	Variável <i>dummy</i> com duas categorias: masculino (0) feminino (1).	(Brooks <i>et al.</i> , 2018; Francis <i>et al.</i> , 2015; Geetha & Selvakumar, 2016; Ramiah <i>et al.</i> , 2016; Yao, Sharpe & Wang, 2011)
Idade (IDA)	Variável contínua medida em anos	(Brooks <i>et al.</i> , 2018; Geetha & Selvakumar, 2016; Ramiah <i>et al.</i> , 2016; Ross, et al., 2015; Yao, et al., 2011)
Estado civil (CIV)	Variável <i>dummy</i> com duas categorias: solteiro (0) não solteiros (1).	(Geetha & Selvakumar, 2016; Yao, et al., 2011)
Dependentes (DEP)	Número de dependentes	(Yao, Sharpe & Wang, 2011)
Experiência (EXP)	Variável contínua medida em anos	(Ross, et al., 2015; Shepherd, et al., 2015)
Grau de instrução (GIN)	Variável <i>dummy</i> com duas categorias: graduação incompleta (0) graduação completa (1).	(Geetha & Selvakumar, 2016)
Semestre (SEM)	Variável contínua medida em número de semestres cursados	(Tan & Yates, 1995)
Faixa de renda mensal (FRM)	Variável <i>dummy</i> com seis categorias: até 1 SM (0); de 1 a 2 SM (1); de 2 a 3 SM (2); de 3 a 4 SM (3); de 4 a 5 SM (4); mais de 5 SM (5).	(Brooks <i>et al.</i> , 2018; Geetha & Selvakumar, 2016; Yao, et al., 2011)
Percepção de condição financeira própria (PCP)	Variável <i>dummy</i> com cinco categorias: ME (0); PE (1); FE (2); CS (3); FBS (4).	(Camerer, 2005)

**Nota:** Entende-se que SM = Salários-Mínimos; ME = Muito Endividado; PE = Pouco Endividado; FE = Financeiramente Equilibrado; CS = Com algumas sobras e/ou aplicações/investimentos; FBS = Financeiramente bem-sucedido.

Informou-se aos participantes as motivações do estudo e que os dados não seriam individualizados, garantindo o sigilo característico de estudos desta natureza. Informou-se também que não há respostas certas ou erradas, e que poderiam deixar de participar da pesquisa a qualquer momento. Adicionalmente, solicitou-se a assinatura de um termo de anuência e consentimento para participação e uso dos dados na pesquisa.

A população compreendeu 1.014 alunos do curso de Administração de duas universidades públicas e duas privadas de Santa Catarina. Obteve-se 613 respostas. Destas, 22 não eram do curso de Administração e foram descartadas para evitar vieses de formação; 13 não autorizaram a utilização das respostas; e 54 estavam incompletas, totalizando a amostra final de 524 respostas válidas. O grau de confiança é de 99% e a margem de erro é de 4%. Os respondentes inicialmente respondiam os cenários puros, em seguida enquadravam-se como usuários de informações contábeis de cunho tático e operacional. A pesquisa de Remus (1986) indica que não há diferença significativa entre respostas de graduandos e profissionais da área



de negócios. Ademais, a amostra investigada trata de profissionais em formação para serem futuros usuários das informações contábeis.

Para análise dos dados, realizou-se um teste qui-quadrado. Todas as decisões de cada *formulation effect* são analisadas em conjunto, para buscar identificar o perfil de preferência para cada formulação. Desconsidera-se as perspectivas de decisão da TCM, já que são espelhadas nos três grupos.

Adicionalmente, analisou-se os dados por meio de estatística descritiva e de regressões logísticas. Diante do exposto, possibilita-se a estimativa de probabilidade da variável dependente, que consiste na preferência por agregar ou desagregar informações, resultar em diferentes valores em função das demais variáveis. Para tanto, utilizou-se a Equação 1 para cada cenário analisado. As informações contábeis foram tratadas como variável independente e as variáveis demográficas como de controle.

$$P(PAD) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 INFCNT_i + \beta_2 GEN_i + \beta_3 IDA_i + \beta_4 CIV_i + \beta_5 DEP_i + \beta_6 EXP_i + \beta_7 GIN_i + \beta_8 SEM_i + \beta_9 FRM_i + \beta_{10} PCP_i + \mu)}} \quad \text{Equação (1)}$$

Em que:

PAD é a variável dependente (Preferência por Agregar ou Desagregar);

$\beta_0$  é o intercepto;

$\beta_{1,2,3}$  são os coeficientes angulares;

INFCNT, GEN, IDA, CIV, DEP, EXP, GIN, SEM, FRM e PCP são as variáveis independentes e de controle; e

$\mu$  são os resíduos da regressão.

A partir da apresentação teórica e dos procedimentos metodológicos desta pesquisa, trata-se os resultados e as análises dos dados na próxima seção.

#### 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para compreensão da amostra, destaca-se que a idade média foi de 22 anos e 9 meses, com variação de 17 a 55 anos. A proporção de participantes do gênero masculino foi de 53,4%, e quanto ao estado civil, 90,7% se declararam solteiros. Apenas 41 respondentes relataram possuir dependentes. Os achados são condizentes com a amostra pesquisada: jovens e estudantes de graduação. Em relação ao grau de instrução, 5,3% informaram que possuíam outra graduação. Quanto ao semestre cursado, houve equilíbrio nas fases.

Quanto a experiência profissional na área de gestão, a média foi de 10 meses. Questionados sobre renda mensal individual, 38% dos respondentes afirmaram possuir renda mensal de até 3 salários-mínimos. Levantou-se também a percepção dos respondentes sobre sua condição financeira própria. Os extremos foram as minorias, 1,9% se consideraram muito endividados, enquanto 3,2% se consideraram muito bem-sucedidos. O percentual de participantes que se classificaram como financeiramente equilibrados foi o de maior concentração, com 52,9%.

Inicialmente analisou-se os dados de forma isolada para verificação das preferências dos indivíduos. Dividiu-se a análise em cenários puros (Tabela 3), com demonstrativos contábeis (Tabela 4), e descritivos (Tabela 5). A Tabela 3 apresenta as preferências em relação aos cenários puros.

INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE  
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

**Tabela 3***Preferências dos operadores em cenários puros*

Cenários Puros	Preferências				TOTAL	
	Agregar		Desagregar		N	%
	N	%	N	%		
C1 (G)	292	55,7	232	44,2	524	100
C2 (PM)	246	46,9	278	53,0	524	100
C3 (P)	295	56,3	229	43,7	524	100
C4 (GM)	359	68,5	165	31,4	524	100
<b>MÉDIA/TOTAL</b>	<b>56,9%</b>		<b>43,1%</b>		<b>100%</b>	

**Nota:** Entende-se que C = Cenário; G = Ganhos Múltiplos; P = Perdas Múltiplas; GM = Ganhos mistos; PM = Perdas Mistas.

A Tabela 3 apresenta os resultados para cada situação dos cenários. Em linhas gerais, somente para ganhos múltiplos (C1) os resultados não seguiram tendência estipulada pela TCM (Thaler, 1985; 2008). Como possíveis razões, encontram-se o pequeno volume de informações adicionais e os baixos valores envolvidos nas decisões, levando-os a atribuir menor relevância. A média geral teve predomínio para a agregação de informações (56,87%). Complementarmente, somente em situações de perdas mistas a preferência foi por desagregar (C2), o que corrobora com Thaler (1985) ao apresentar esta tendência como “*silver lining*”, isto é, sempre há algo positivo a ser tirado de situações negativas (ganhos em cenários de perdas, neste caso).

Para situações de ganhos mistos (C4) e perdas múltiplas (C3), os achados da pesquisa seguem os preceitos da TCM. A opção por agregar tais informações deriva da aversão à perda do indivíduo, destacada por Kahneman e Tversky (1979) como duas vezes mais forte que a atração por ganhos. Infere-se que os participantes da pesquisa são menos tolerantes a perdas, o que faz com que prefiram informações agregadas e sem o impacto destes decréscimos em suas funções de valor.

Na Tabela 4 encontram-se as preferências dos respondentes frente a demonstrativos contábeis (segundo cenário da pesquisa).

**Tabela 4***Preferências dos operadores em cenários de demonstrativos contábeis*

Cenários Demonstrativos contábeis	Preferências				TOTAL	
	Agregar		Desagregar		N	%
	N	%	N	%		
C5 (P)	88	16,8	436	83,2	524	100
C6 (PM)	52	9,9	472	90,1	524	100
C7 (G)	59	11,3	465	88,7	524	100
C8 (GM)	42	8,0	482	92,0	524	100
<b>MÉDIA/TOTAL</b>	<b>11,5%</b>		<b>88,5%</b>		<b>100%</b>	

**Nota:** Entende-se que C = Cenário; G = Ganhos Múltiplos; P = Perdas Múltiplas; GM = Ganhos mistos; PM = Perdas Mistas.

Com base na Tabela 4 é possível perceber a influência do *formulation effect* nas preferências e decisões dos indivíduos. Em cenários puros (Tabela 3), em 3 das 4 situações, prevaleceu a preferência por agregar. Já na Tabela 4 (demonstrativos contábeis) estas preferências se invertem e em todas as situações prevaleceu a preferência por desagregar informações, com média de 88,5% dos casos. A importância gerencial da informação contábil é levada em consideração nestes casos, de forma que as preferências particulares se esvaem e prevalece a busca por suporte informacional para um processo decisório eficiente, corroborando Koonce, et al. (2005), que destacam a influência do *formulation effect* para informações contábeis.

Observa-se que independentemente da perspectiva de análise de cada situação, a preferência se manteve por desagregar, evidenciando que a aversão a perdas apresentada na Tabela 3 não se confirma para cenários organizacionais. Como possíveis razões pode-se elencar a preocupação com o processo decisório e a gestão organizacional, bem como a maneira diferente de tratar recursos organizacionais em relação aos pessoais.

Apresenta-se na Tabela 5 as preferências por agregar ou desagregar em cenários descritivos (terceiro cenário da pesquisa).

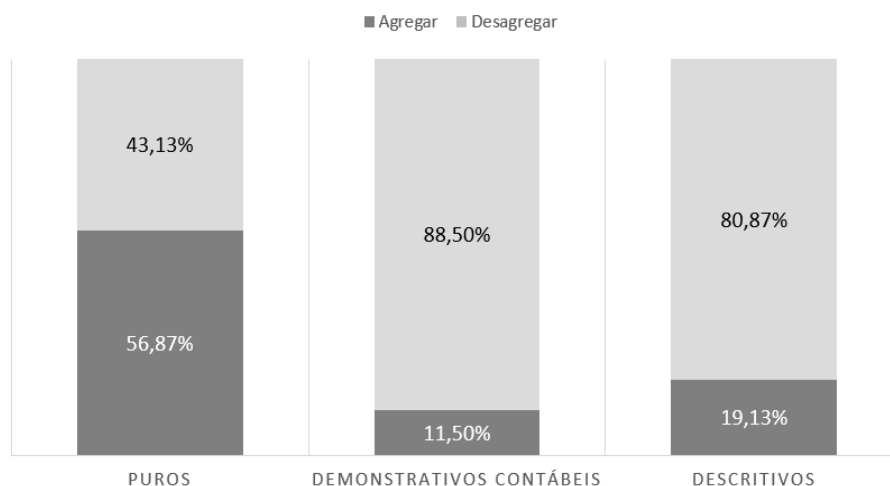
**Tabela 5**  
*Preferências dos operadores em cenários descritivos*

Cenários Descritivos	Preferências				TOTAL	
	Agregar		Desagregar			
	N	%	N	%	N	%
C9 (G)	83	15,8	441	84,2	524	100
C10 (P)	161	30,7	363	69,3	524	100
C11 (GM)	52	9,9	472	90,1	524	100
C12 (PM)	105	20,0	419	80,0	524	100
<b>MÉDIA/TOTAL</b>	<b>19,1%</b>		<b>80,9%</b>		<b>100%</b>	

**Nota:** Entende-se que C = Cenário; G = Ganhos Múltiplos; P = Perdas Múltiplas; GM = Ganhos mistos; PM = Perdas Mistas.

Em cenários descritivos, a preferência por desagregar também prevaleceu em todos os cenários (média de 80,9%). Mesmo em cenários adversos à desagregação, conforme a TCM aponta (perdas múltiplas e ganhos mistos), a opção foi por desagregar as informações. Isto demonstra a importância do detalhamento informacional dado referente a situações contábeis para a gestão, especialmente os gestores diretamente responsáveis pelas decisões em questão (cunho mais tático e operacional). Infere-se a partir destes resultados, que os usuários de informações se interessam mais por esta qualidade da informação para tomada de decisões gerenciais do que exclusivamente com sua função de valor percebida (como apontam as teorias com abordagem psicológica). Ademais, destaca-se que novamente o cenário de perdas múltiplas (C10) apresentou maior nível de agregação das informações, o que embora não siga a TCM com maior preferência, indica influência comportamental na decisão, mesmo que envolva o ambiente decisório empresarial. Por fim, realiza-se uma comparação agrupada das preferências por cada tipo de *formulation effect* na Figura 1.

**Figura 1**  
*Visão geral de preferências conforme o formulation effect*



INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE  
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

Ao analisar a Figura 1, percebe-se a grande mudança e até inversão de preferência dos usuários das informações, quando confrontados com situações decisórias puras, com demonstrativos contábeis e com cenários descritivos, confirmando o *formulation effect*. Em demonstrativos contábeis, há ampla preferência por desagregar informações, reforçando a busca dos decisores pelas informações contábeis.

De modo geral, observa-se que em cenários puros há um equilíbrio nas preferências, mas com tendência para agregação. Esta preferência se modifica significativamente ao analisar cenários com informações contábeis (demonstrativos contábeis e descritivos). Por fim, ao apresentar os cenários com situações contábeis de forma descritiva, embora a maioria prefira a desagregação, há um aumento na preferência por agregar, se comparada aos demonstrativos contábeis. A motivação para isso talvez seja a similaridade que estas possuem em relação aos cenários puros, uma vez que se acrescenta o contexto da empresa e o tipo de informação a que se referem os ganhos e perdas. Para verificar a H1, realizou-se o teste Qui-Quadrado, apresentado na Tabela 6.

**Tabela 6**

*Teste Qui-Quadrado formulation effect*

<i>Formulation effect</i>	p-valor X <sup>2</sup>
Puros	0,000***
Demonstrativos contábeis	0,000***
Descritivos	0,000***
Geral	0,000***

**Nota:** \*significância ao nível de 10%; \*\*significância ao nível de 5%, e; \*\*\*significância ao nível de 1%.

Percebe-se que as preferências dos indivíduos são moldadas conforme o cenário apresentado. Isto é, embora os cenários estejam apresentados num mesmo *formulation effect*, as decisões são tomadas pelos indivíduos de modo isolado para cada situação específica. Portanto, aceita-se a H1. Estes achados corroboram Kahneman e Tversky (1986) e Tversky, et al. (1988), que apontaram relação entre o *formulation effect* e as decisões tomadas pelos indivíduos. Constata-se que não há um padrão de escolhas e preferências entre agregar e desagregar informações, sendo necessária uma análise específica sobre cada ambiente e situação decisória.

Por já terem sido estudadas e constatadas em estudos anteriores, as preferências pela TCM em cenários puros foram utilizadas como base (controle) para a verificação do *formulation effect* na preferência por agregar ou desagregar informações. Portanto, utilizou-se um comparativo das preferências dos mesmos participantes com os cenários puros de base/parâmetro para os cenários equiparados de informações contábeis (em demonstrativos contábeis e descritivas), conforme a Tabela 7. As variáveis demográficas foram utilizadas somente como controle.

**Tabela 7**

*Influência da informação contábil*

Variáveis	DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS				DESCRITIVOS			
	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
INFCNT	0.000*** (0.223)	0.000*** (0.082)	0.000*** (0.095)	0.000*** (0.036)	0.000*** (0.144)	0.000*** (0.335)	0.000*** (0.046)	0.000*** (0.275)
IDA	0.012** (1.050)	0.234 (0.975)	0.823 (1.005)	0.080* (1.042)	0.867 (1.003)	0.036** (0.961)	0.201 (1.029)	0.000*** (1.073)
GEN	0.401 (0.885)	0.260 (1.192)	0.306 (1.171)	0.299 (1.194)	0.166 (1.226)	0.044** (1.311)	0.082* (1.335)	0.471 (0.903)
CIV	0.175 (0.667)	0.165 (1.525)	0.324 (1.352)	0.626 (0.849)	0.657 (1.137)	0.124 (1.503)	0.443 (0.778)	0.079* (0.594)

Variáveis	DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS				DESCRITIVOS			
	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
DEP	0.189 (0.773)	0.228 (1.279)	0.663 (0.914)	0.106 (0.695)	0.802 (1.050)	0.583 (1.103)	0.606 (0.893)	0.067* (0.702)
GIN	0.903 (1.041)	0.578 (1.220)	0.509 (1.262)	0.067* (0.487)	0.783 (0.910)	0.254 (1.421)	0.252 (0.645)	0.578 (0.833)
SEM	0.295 (0.971)	0.664 (0.987)	0.056* (0.944)	0.689 (1.013)	0.079* (0.951)	0.311 (0.974)	0.611 (1.016)	0.020** (0.938)
EXP	0.907 (0.996)	0.300 (1.042)	0.052* (0.917)	0.012** (0.889)	0.246 (0.955)	0.466 (1.025)	0.008*** (0.885)	0.401 (0.969)
REN2	0.673 (0.922)	0.663 (1.095)	0.268 (1.256)	0.850 (1.044)	0.831 (1.043)	0.972 (0.994)	0.279 (0.786)	0.564 (1.116)
REN3	0.894 (1.030)	0.919 (0.976)	0.438 (1.202)	0.751 (0.920)	0.276 (1.276)	0.295 (0.806)	0.948 (1.017)	0.705 (1.086)
REN4	0.208 (0.669)	0.422 (0.761)	0.334 (0.716)	0.559 (0.808)	0.296 (0.710)	0.161 (0.664)	0.239 (0.657)	0.513 (0.816)
REN5	0.113 (0.488)	0.448 (0.712)	0.458 (0.715)	0.860 (1.087)	0.300 (0.635)	0.206 (0.614)	0.651 (1.232)	0.397 (0.699)
REN6	0.486 (1.228)	0.461 (0.785)	0.528 (1.224)	0.611 (1.198)	0.665 (1.141)	0.110 (0.636)	0.855 (0.939)	0.370 (1.300)
PE	0.680 (1.255)	0.872 (0.911)	0.538 (0.706)	0.035** (3.943)	0.711 (1.227)	0.392 (1.556)	0.065* (3.261)	0.309 (1.783)
FE	0.596 (1.326)	0.491 (0.681)	0.380 (0.619)	0.137 (2.541)	0.666 (1.259)	0.340 (1.612)	0.138 (2.506)	0.257 (1.870)
CS	0.896 (1.074)	0.486 (0.672)	0.210 (0.495)	0.217 (2.207)	0.921 (0.947)	0.380 (1.568)	0.199 (2.259)	0.373 (1.652)
FBS	0.739 (1.246)	0.801 (0.839)	0.342 (0.520)	0.147 (3.088)	0.984 (0.987)	0.959 (1.033)	0.119 (3.295)	0.558 (1.487)
Const.	0.098 (0.322)	0.149 (2.886)	0.284 (2.162)	0.203 (0.357)	0.836 (1.155)	0.239 (2.159)	0.370 (0.490)	0.007 (0.153)
Obs.	1.048	1.048	1.048	1.048	1.048	1.048	1.048	1.048
LR chi2	129.36	287.00	271.49	476.88	209.01	94.72	439.90	109.80
Prob>chi2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Pseudo R2	0.0986	0.2156	0.2031	0.3420	0.1529	0.0660	0.3134	0.0822

**Nota:** \* nível de significância de 10%; \*\* nível de significância de 5%; \*\*\* nível de significância de 1%.

Estes achados demonstram que para decisões baseadas em informações contábeis, as perspectivas de decisão e a busca por maximização da função de valor não se fazem presentes, como estipulado pela TCM. O suporte para o processo decisório e a busca por uma gestão mais eficiente são priorizados pelos participantes. Todos os cenários possuem modelos que se explicam ao nível 1%, isto é, apresenta-se razão de chance significativa do *formulation effect* (informação contábil) para a preferência por desagregar, sendo assim, aceita-se a H2.

Com isto, os resultados destoam dos apregoados pela TCM ao apresentar preferências moldadas, principalmente, pela contextualização apresentada ao indivíduo e não pelas quatro perspectivas apresentadas na Teoria (Thaler, 1980; 1985). Por outro lado, corrobora em partes com os achados de Suave (2017) ao demonstrar que embora não apresente maximização da utilidade percebida do indivíduo, este opta por desagregar informações para o processo decisório (em cenários contábeis como em demonstrativos contábeis e descritivos).

Infere-se que gestores devem atentar aos efeitos do *formulation effect* em sua tomada de decisão, a qual ocorre constantemente (Abatecola, et al., 2018; Ramadani, et al., 2017). A forma de apresentação da informação pode distorcer a percepção do usuário da informação contábil, portanto, deve ser objeto de discussão com o preparador das informações (contadores). Os resultados agregam ainda ao destacar divergência entre a forma de apresentação das informações contábeis, voltadas para maximizar a utilidade percebida do usuário (Bonner, et

al., 2014; Guragai, et al., 2020), e sua preferência de desagregar informações em todas as perspectivas, independentemente da utilidade percebida, haja vista que maximiza sua capacidade de tomada de decisão. Esses achados corroboram o estudo de Suave (2017), que indica preferência de gestores por possuírem maior volume informacional para decisões gerenciais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados indicam que o efeito do *formulation effect* existe e é significativo a ponto de inverter, substancialmente, as preferências dos indivíduos. Isso se verificou quando os participantes da pesquisa foram apresentados a situações decisórias sem qualquer contextualização (puras) e as preferências por eles manifestadas coincidiram com as apregoadas pela literatura e pela TCM. Porém, quando confrontados com situações de decisão que envolviam informações mais técnicas (demonstrativos contábeis e situações contábeis em narrativa), suas preferências se inverteram e destoaram da literatura.

Estes achados mostram-se particularmente relevantes para quem está diretamente envolvido na pesquisa do tema, bem como para quem prepara informações e para quem as utiliza para subsidiar suas decisões. Isso porque, na maioria das vezes, estas preferências não são explícitas e, portanto, conhecê-las pode representar uma vantagem competitiva dentro do processo de gestão. Há de se atentar para o fato de que este conhecimento é neutro. Quem decide o tipo e forma de uso são as pessoas e suas motivações. Por isso, conhecer estes efeitos pode constituir-se até mesmo num antídoto para pessoas mal-intencionadas.

Esta pesquisa agrega à TCM, ao apontar aspectos adicionais que influenciam as decisões por agregar ou desagregar, e não somente a utilidade percebida, a perspectiva de análise e aversão à perda. Os achados demonstram que a contextualização do respondente em um cenário específico de decisões contábeis faz com que as preferências particulares dos indivíduos se moldem à situação em questão. Assim, demonstra-se o valor informacional sobrepondo-se à aversão às perdas perante informações contábeis. Ou seja, uma maneira de minimizar o impacto da aversão às perdas, é prover o decisor de mais e melhores informações.

Como limitações do estudo destaca-se a pouca complexidade dos cenários apresentados, que podem levar o decisor a fazer suas escolhas por meio de heurísticas e seus vieses, tema não abarcado pelo estudo. Apesar do pré-teste ter apontado preferências similares entre profissionais e estudantes, a pouca experiência profissional da amostra, apesar dos ganhos de validade interna, também pode ser considerada uma limitação.

Para dar prosseguimento e aprofundamento aos achados deste estudo e/ou aos que não puderam ser explorados, recomenda-se a replicação deste estudo junto a profissionais que já atuam no mercado, expondo-se às fragilidades de validade externa de um estudo desta natureza ou com estudantes de outras áreas de formação. Recomenda-se, também, a adição de outras variáveis ou cenários mais complexos bem como a inclusão de representações pictóricas ou gráficas, que representariam um novo olhar sobre o tema.

## AGRADECIMENTO

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## REFERÊNCIAS

- Abatecola, G., A. Caputo, & M. Cristofaro. (2018). Reviewing cognitive distortions in managerial decision-making: Toward an integrative co-evolutionary framework. *Journal of Management Development*, 37(5), 409–424.
- Ávila, L. A. C., Oliveira, A. S., Avila, J. R. M. S., & Malaquias, R. F. (2016). Vieses comportamentais

- na decisão dos investidores: Revisão de estudos de 2006-2015. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 6 (2), 112 - 131. doi: 10.18028/rgfc.v6i2.1451
- Azadeh, A., Mokhtari, Z., Sharahi, Z. J., & Zarrin, M. (2015). An integrated experiment for identification of best decision styles and teamworks with respect to HSE and ergonomics program: The case of a large oil refinery. *Accident Analysis & Prevention*, 85, 30-44. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2015.08.016>
- Barreto, P. S., da Silva Macedo, M. Á., & dos Santos Alves, F. J. (2013). Tomada de decisão e teoria dos prospectos em ambiente contábil: Uma análise com foco no efeito *framing*. *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 3(2), 61-79.
- Bonner, S. E., Clor-Proell, S. M., & Koonce, L. (2014). Mental accounting and disaggregation based on the sign and relative magnitude of income statement items. *The Accounting Review*, 89(6), 2087-2114. <https://doi.org/10.2308/accr-50838>
- 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>
- Camerer, C. (2005). Three cheers—psychological, theoretical, empirical—for loss aversion. *Journal of Marketing Research*, 42(2), 129-133. <https://doi.org/10.1509/jmkr.42.2.129.62286>
- Chang, C. J., Yen, S. H., & Duh, R. R. (2002). An empirical examination of competing theories to explain the *framing effect* in accounting-related decisions. *Behavioral Research in Accounting*, 14(1), 35-64. <https://doi.org/10.2308/bria.2002.14.1.35>
- Emby, C., & Finley, D. (1997). Debiasing *framing effects* in auditors' internal control judgments and testing decisions. *Contemporary Accounting Research*, 14(2), 55-77. <https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.1997.tb00527.x>
- Fagley, N. S., & Miller, P. M. (1987). The effects of decision *framing* on choice of risky vs certain options. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39(2), 264-277. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(87\)90041-0](https://doi.org/10.1016/0749-5978(87)90041-0)
- Fagundes, E., Schnorrenberger, D., & Lunkes, R. J. (2018). Aversão ao risco na tomada de decisões organizacionais: análise da literatura e oportunidades de pesquisa. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 23(2), 19-36. <https://doi.org/10.12979/rcmccuerj.v23i2.39910>
- Faraci, P., Lock, M., & Wheeler, R. (2013). Assessing leadership decision-making styles: Psychometric properties of the leadership Judgement indicator. *Psychology Research and Behavior Management*, 6, 117. DOI: 10.2147/PRBM.S53713
- Fennema, M. G., & Koonce, L. (2010). Mental accounting in financial reporting and voluntary disclosure. *Lisa L., Mental Accounting in Financial Reporting and Voluntary Disclosure (November 27, 2010)*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1717078>
- Fernandes, F. C., Klann, R. C., & Figueredo, M. S. (2011). A utilidade da informação contábil para a tomada de decisões: Uma pesquisa com usuários alunos. *Contabilidade Vista & Revista*, 22(3), 99-126.
- Francis, B., Hasan, I., Park, J. C., & Wu, Q. (2015). Gender differences in financial reporting decision making: Evidence from accounting conservatism. *Contemporary Accounting Research*, 32(3), 1285-1318. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12098>
- Fuji, A. H., & Slomski, V. (2003). Subjetivismo responsável: Necessidade ou ousadia no estudo da contabilidade. *Revista Contabilidade & Finanças*, 14(33), 33-44. <http://dx.doi.org/10.1590/S1519-70772003000300003>

- 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>
- Guragai, B., Attachot, W., & Peabody, S. D. (2020). Financial statement presentation of discontinued operations: Determinants and consequences. *Advances in accounting*, 49, 100472.
- Hales, J. (2015). Discussion of “the effects of forecast type and performance-based incentives on the quality of management forecasts”. *Accounting, Organizations and Society*, 46, 19-22. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2015.04.006>
- Hartono, J. (2004). The recency effect of accounting information. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(1), 85-116. DOI: 10.22146/gamaijb.5536
- Hsee, C. K., Loewenstein, G. F., Blount, S., & Bazerman, M. H. (1999). Preference reversals between joint and separate evaluations of options: A review and theoretical analysis. *Psychological Bulletin*, 125(5), 576. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.5.576>
- Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American psychologist*, 58(9), 697-720. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.58.9.697>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *The American Psychologist*, 39, 341-350. [https://doi.org/10.1142/9789814417358\\_0016](https://doi.org/10.1142/9789814417358_0016)
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1986). Rational choice and the *framing* of decisions. *Journal of Business*, 59(4), 251-278. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-74919-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-642-74919-3_4)
- Koonce, L., McAnally, M. L., & Mercer, M. (2005). How do investors judge the risk of financial items?. *The Accounting Review*, 80(1), 221-241. <https://doi.org/10.2308/accr.2005.80.1.221>
- Levin, I. P., Gaeth, G. J., Schreiber, J., & Lauriola, M. (2002). A new look at *framing effects*: Distribution of effect sizes, individual differences, and independence of types of effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 88(1), 411-429. <https://doi.org/10.1006/obhd.2001.2983>
- Lichtenstein, S., & Slovic, P. (1971). Reversals of preference between bids and choices in gambling decisions. *Journal of Experimental Psychology*, 89(1), 46. <https://doi.org/10.1037/h0031207>
- Lima, D. H. S. D., & Silva, C. A. T. (2013). *Formulation effect*: Uma análise da influência da forma de apresentação de demonstrativos e relatórios contábeis sobre o processo decisório. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 3 (4), 148-166. <https://doi.org/10.18696/reunir.v3i4.195>
- Luft, J., Shields, M. D., & Thomas, T. F. (2016). Additional information in accounting reports: Effects on management decisions and subjective performance evaluations under causal ambiguity. *Contemporary Accounting Research*, 33(2), 526-550. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12156>
- Macedo, J. S., Marcon, R., Araújo Menezes, E., & Nunes, P. (2007). Prospect theory: A study of the endowment effect. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 1(8), 11-28.
- Mandel, D. R. (2001). Gain-loss *framing* and choice: Separating outcome *formulations* from descriptor *formulations*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 85 (1), 56-76. <https://doi.org/10.1006/obhd.2000.2932>
- Moreira, R. L., Encarnação, L. V., de Almeida Bispo, O. N., Colauto, R. D., & Angotti, M. (2013). A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 10(19), 119-140. <https://doi.org/10.5007/2175-8069.2013v10n19p119>
- Nobre, F. C., Calil, J. F., Machado, M. J. C, & Giuliani, A. C. (2016). Contabilidade mental:



- Levantamento e desenvolvimento recente. *Revista ESPACIOS*, 37 (34).
- Porton, R. A. B.; Longaray, A. A. (2006). Relevância do uso das informações contábeis nos processos decisoriais. *Revista Angrad*, 7 (4), 89-110.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing science*, 17(1), 4-28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Ramadani, V., L. P. Dana, N. Sadiku-Dushi, V. Ratten, & D. Welsh. (2017). Decision-making challenges of women entrepreneurship in the family business succession process. *Journal of Enterprising Culture*, 25 (04), 411-439.
- Ramiah, V., Zhao, Y., Moosa, I., & Graham, M. (2016). A behavioural finance approach to working capital management. *The European Journal of Finance*, 22(8-9), 662-687. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2014.883549>
- Remus, W. (1986). Graduate students as surrogates for managers in experiments on business decision making. *Journal of Business Research*, 14(1), 19-25.
- 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.
- Rutledge, R. W. (1995). The ability to moderate recency effects through *framing* of management accounting information. *Journal of Managerial Issues*, 27-40.
- 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>
- Slovic, P. (1995). The construction of preference. *American psychologist*, 50(5), 364. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.50.5.364>
- Slovic, P., & Lichtenstein, S. (1983). Preference reversals: A broader perspective. *The American Economic Review*, 73(4), 596-605.
- Soman, D. (2004). *Framing, loss aversion, and mental accounting*. *Blackwell handbook of judgment and decision making*, 379-398.
- Souza, M. L. (2017). Finanças comportamentais: Um estudo das publicações no Enanpad no período de 2003 a 2013. *Conhecimento Interativo*, 11(1), 59-74.
- Sprinkle, G. B. (2003). Perspectives on experimental research in managerial accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2-3), 287-318. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00058-7](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00058-7)
- Sprinkle, G. B., & Williamson, M. G. (2006). Experimental research in managerial accounting. *Handbooks of Management Accounting Research*, 1, 415-444. [https://doi.org/10.1016/S1751-3243\(06\)01017-0](https://doi.org/10.1016/S1751-3243(06)01017-0)
- Suave, R. (2017). *Preferências dos usuários por agregação e desagregação em relatórios internos para fins de ratcheting de metas e avaliação de desempenho* (Tese de Doutorado), Universidade de São Paulo – USP, São Paulo/SP, Brasil.
- Takemura, K. (1993). The effect of decision frame and decision justification on risky choice. *Japanese Psychological Research*, 35, 36-40. <https://doi.org/10.4992/psycholres1954.35.36>
- Tan, H., & Yates, J. F. (1995). Sunk cost effects: the influences of instruction and future return estimates. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 63(3),331-319. <https://doi.org/10.1006/obhd.1995.1082>
- Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4 (Summer), 199-214. <https://doi.org/10.1287/mksc.4.3.199>
- Thaler, R. H. (2008). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 27 (1), 15-25. <https://doi.org/10.1287/mksc.1070.0330>

INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE  
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

- Tiessen, P., & Waterhouse, J. H. (1983). Towards a descriptive theory of management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 8(2-3), 251-267. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(83\)90033-8](https://doi.org/10.1016/0361-3682(83)90033-8)
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The *framing* of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458. DOI: 10.1126/science.7455683
- Tversky, A., Sattath, S., & Slovic, P. (1988). Contingent weighting in judgment and choice. *Psychological review*, 95(3), 371. doi:10.1037/0033-295X.95.3.371
- Watts, S., Shankaranarayanan, G., & Even, A. (2009). Data quality assessment in context: A cognitive perspective. *Decision Support Systems*, 48(1), 202-211. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.07.012>
- Yao, R., Sharpe, D. L., & Wang, F. (2011). Decomposing the age effect on risk tolerance. *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 879-887. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2011.08.023>

### APÊNDICE A: INSTRUMENTO DE PESQUISA

1. Qual das alternativas você prefere?

Ter um ganho de \$ 10.000,00	Ter um ganho de \$ 7.500,00 e outro de \$ 2.500,00 simultâneos
------------------------------	--

2. Qual das alternativas você prefere?

Ter uma perda de \$ 10.000,00	Ter um ganho de \$ 1.000,00 e uma perda de \$ 11.000,00 simultâneos
-------------------------------	---

3. Qual das alternativas você prefere?

Ter uma perda de \$ 2.500,00 e outra de \$ 7.500,00 simultâneas	Ter uma perda de \$ 10.000,00
---	-------------------------------

4. Qual das alternativas você prefere?

Ter um ganho de \$ 10.000,00	Ter um ganho de \$ 11.000,00 e uma perda de \$ 1.000,00 simultâneos
------------------------------	---

#### INSTRUÇÕES GERAIS SOBRE AS SITUAÇÕES A SEGUIR

Por favor, leia atentamente as instruções sobre as situações de decisão a seguir antes de iniciar a execução da atividade.

**Você é o diretor administrativo/financeiro de uma empresa.** É de sua responsabilidade e competência a tomada de decisões da organização. Para isto, possui auxílio de informações contábeis para tomada de decisões gerenciais. Diante disto, responda as questões a seguir.

Antes de responder as questões, lembre-se de se inserir em cada cenário apresentado como se estivesse realmente vivenciando cada uma das situações. A partir de agora você assume o papel de um **USUÁRIO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS**. Procure se concentrar imaginando-se efetivamente no papel designado.

5. Sua empresa apresentou diversas despesas no período. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Despesas Operacionais = \$ 15.000,00	Despesas Administrativas = \$ 6.000,00 Despesas com Vendas = \$ 9.000,00
--------------------------------------	---

6. Sua empresa foi aberta há pouco tempo e apresentou o seguinte resultado no período. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

(+) Receita Líquida de Vendas = \$ 5.000,00 (-) Custos e Despesas = \$ (20.000,00) (=) Resultado Líquido = \$ (15.000,00)	Resultado Líquido = \$ (15.000,00)
---	------------------------------------

7. Sua empresa realizou diversas vendas. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Receita de Vendas de Produtos = \$ 9.000,00 Receita de Serviços Prestados = \$ 6.000,00	Receita de Vendas de Produtos e Serviços = \$ 15.000,00
--	---

8. Sua empresa realizou diversas vendas. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Receita Líquida de Vendas = \$ 15.000,00	Receita Bruta de Vendas = \$ 20.000,00 (-) Deduções da Receita = \$ (5.000,00) Receita Líquida de Vendas = \$ 15.000,00
--	---

9. Sua empresa realizou a seguinte operação de venda. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Descontos concedidos de \$ 2.500,00 e Venda de \$ 15.000,00	Venda por \$ 12.500,00
---	------------------------

10. Os seguintes eventos ocorreram em seu estoque. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Houve uma perda de \$ 4.500,00 e outra perda de \$ 8.000,00 no estoque	Houve perdas no estoque no valor de \$ 12.500,00
--	--

11. Sua empresa apresentou o seguinte resultado no período. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

O Lucro Líquido ao final do período foi de \$ 12.500,00	A empresa teve uma Receita Líquida de \$ 15.000,00 e os Custos e Despesas totalizaram \$ 2.500,00
---	---

12. Sua empresa aplicou na bolsa de valores. Você, como **usuário de informações contábeis**, prefere receber qual das informações?

Houve um ganho de \$ 2.500,00 e uma perda no valor de \$ 15.000,00	Saldo de \$ (12.500,00)
--	-------------------------

**Idade:**

**Gênero que mais se identifica:**

**Estado Civil:**

**Possui dependentes? Se sim, quantos?**

**Grau de instrução (indique apenas a mais alta)**

- ( ) Graduação Incompleta  
( ) Graduação Completa  
( ) Especialização/MBA  
( ) Mestrado  
( ) Doutorado

**Instituição de Ensino:** ( ) Pública ( ) Privada

INFLUÊNCIA DO *FORMULATION EFFECT* NAS PREFERÊNCIAS DOS USUÁRIOS DE  
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS

**Semestre que está cursando:**

**Atua na área de gestão? Se sim, por quanto tempo?**

**Assinale sua faixa de renda MENSAL:**

- Até R\$ 998,00 (Até 1 Salário Mínimo)
- De R\$ 998,01 até R\$ 1.996,00 (De 1 a 2 Salários Mínimos)
- De R\$ 1.996,01 até R\$ 2.994,00 (De 2 a 3 Salários Mínimos)
- De R\$ 2.994,01 até R\$ 3.992,00 (De 3 a 4 Salários Mínimos)
- De R\$ 3.992,01 até R\$ 4.990,00 (De 4 a 5 Salários Mínimos)
- Mais de R\$ 4.990,00 (Mais de 5 Salários Mínimos)

**Como você se considera financeiramente?**

- Muito endividado(a)
- Pouco endividado(a)
- Financeiramente equilibrado(a)
- Com algumas sobras e/ou aplicações/investimentos
- Financeiramente bem sucedido(a)