



---

## **REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL**

<http://www.ccsa.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente>  
<http://www.periodicos.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente>  
<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente>

**ISSN 2176-9036**

---

### **O REFLEXO DO ENSINO DA CONTROLADORIA NA MINIMIZAÇÃO DO EFEITO FRAMING**

### **EFFECT OF THE TEACHING OF CONTROLLING THE MINIMIZATION FRAMING EFFECT**

#### **Autores:**

#### **Fábia Jaiany Viana de Souza**

Graduanda em Ciências Contábeis - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

E-mail: [fabiajaiany@yahoo.com.br](mailto:fabiajaiany@yahoo.com.br)

#### **Maria das Vitórias de Macedo Farias**

Graduanda em Ciências Contábeis - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

E-mail: [vitoriamacedo2000@hotmail.com](mailto:vitoriamacedo2000@hotmail.com)

#### **Márcio César de Oliveira Quirino**

Graduando em Ciências Contábeis - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

E-mail: [marcioces@yahoo.com.br](mailto:marcioces@yahoo.com.br)

#### **Edzana Roberta Ferreira da Cunha Vieira**

Professora Mestre da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – Doutoranda em Ciências Contábeis pelo Programa Multiinstitucional e Interregional em Ciências Contábeis pela UnB, UFPB e UFRN.

E-mail: [edzana@hotmail.com](mailto:edzana@hotmail.com)

## RESUMO

O Efeito *Framing* afirma que postura do ser humano muda com as alterações na forma de apresentação dos problemas. Essa pesquisa consiste em verificar se o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade. Foram utilizadas as pesquisas descritiva, bibliográfica e qualitativa. Para a coleta de dados, realizou-se a aplicação aleatória de questionários que continham 3 cenários experimentais junto a uma amostra composta por 103 estudantes do curso de Ciências Contábeis da UFRN, sendo 52, do 1º e 2º períodos, e 51, do 7º e 8º períodos. Os resultados revelaram que dos 51 respondentes, que já tinham o conhecimento da disciplina de controladoria, apenas 8% tomaram a decisão errada, a qual correspondeu ao julgamento da decisão de vender no Ceará como uma alternativa de bom negócio, enquanto que os demais, 52, que não tinham esse conhecimento, corresponderam a 29%. Diante dos resultados, pode-se concluir que o ensino de controladoria minimizou a ocorrência de vieses cognitivos decorrentes do efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade da amostra pesquisada e que os gestores podem ser influenciados quando a informação é enviesada, tendo como obrigação a elaboração de informações que não levem a ocorrência desses vieses.

**Palavras-chave:** Efeito *Framing*; Controladoria; Custos de Oportunidade.

## ABSTRACT

The Framing Effect states that the human posture changes with the changes in the way of presenting problems. This survey is to verify that the controller minimizes the teaching of cognitive biases entailed by framing effect on managerial decisions relating to opportunity costs. Researches were used descriptive and qualitative literature. To collect the data, there was the application of random questionnaires that contained three experimental settings with a sample composed of 103 students of Accounting UFRN, 52, 1st and 2nd periods, and 51 by 7 and 8 semesters. The results revealed that the 51 respondents who had knowledge of the discipline of controlling, only 8% took the wrong decision, which corresponded to judge the decision to sell in Ceara as a good alternative business, while the other, 52 who had no such knowledge, accounted for 29%. Given the results, we can conclude that the teaching of controlling minimized the occurrence of cognitive biases arising from the framing effect on managerial decisions regarding the opportunity costs of the sample and that managers may be influenced when the information is skewed, with the obligation the elaboration of information that do not take the occurrence of these biases.

**Keywords:** Framing effect; Comptroller; Opportunity Costs.

## 1 INTRODUÇÃO

As Ciências Contábeis têm evoluído ao longo dos anos e assumido uma multidisciplinariedade para melhor auxiliar os gestores na tomada de decisão. Diante disso, tem-se o surgimento da Controladoria que utiliza diversos conhecimentos contábeis associados a outras áreas de conhecimento a fim de atender as demandas que surgem nas organizações.

Vale salientar, que para o atendimento dessa demanda, as pessoas acabam tomando decisões, que se baseiam em um número muito pequeno de informações, e para isso, utilizam suas crenças e preferências, o que não permite o uso da racionalidade nesse processo de tomada de decisão.

Sendo assim, a Teoria do Prospecto foi desenvolvida, através de experimentos, que comprovaram que a postura do ser humano muda de acordo com as alterações na forma de apresentação dos problemas, de modo que os indivíduos procuram simplificar o problema para a tomada de decisão, o que ficou conhecido como Efeito *Framing*.

Em virtude disso, verificar se o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões gerenciais, a partir de cenários experimentais, que envolvam custos de oportunidade é importante para que se possa constatar se as pessoas reduzem a sua exposição a esses vieses em decisões organizacionais, com a acumulação de conhecimento de controladoria.

Diante desse contexto, emerge a seguinte questão: O ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões relativas a custos de oportunidade?

Essa pesquisa tem como objetivo geral verificar se o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade. Para isso, são definidos os seguintes objetivos específicos:

- Apresentar o resultado dos respondentes para cada situação envolvendo custos de oportunidade;
- Identificar a frequência das decisões dos respondentes para cada período de curso analisado;
- Analisar se a tomada de decisão dos respondentes foi influenciada pelo conhecimento de controladoria nas situações envolvendo vieses cognitivos provocados pelo efeito *framing*.

A estrutura da pesquisa é constituída por cinco tópicos: este primeiro denominado introdução fornece uma visão geral a respeito do estudo, para isso, apresenta os objetivos, a justificativa e a estrutura do artigo. O segundo compreende o embasamento do estudo, sendo constituído, da apresentação dos conceitos da literatura existentes a cerca do Efeito *Framing* e dos Custos de Oportunidade. O terceiro trata da metodologia que norteará a pesquisa. O quarto apresenta os resultados da pesquisa O quinto, considerações finais, contém as constatações obtidas no estudo.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este tópico contém uma exposição dos principais aspectos conceituais necessários à compreensão do ensino de controladoria e a ocorrência do efeito *framing* com relação à tomada de decisão que envolva custos de oportunidade. No primeiro momento, apresentam-se as abordagens mais relevantes da contabilidade comportamental; em seguida, discutem-se os principais aspectos acerca do Efeito *Framing*, e por fim, são conceituados os custos de oportunidade.

### 2.1 A Contabilidade Comportamental

A contabilidade tem como objetivo principal de suas atividades o fornecimento de informações relevantes para que seus usuários possam tomar decisões que visem o crescimento econômico e financeiro das entidades. Para exercer bem esse papel é necessário conhecer as preferências desses usuários, com a finalidade de se identificar qual o tipo de informação que lhe é relevante.

Segundo Melo (2008) é nesse contexto que a Ciência Contábil possui papel fundamental e intransferível de fornecimento de informações para a tomada de decisões. O registro e posterior interpretação de dados que representem a situação de uma empresa é competência da contabilidade. Dessa forma, a tradução desses dados em informações compreensíveis aos usuários é um importante elemento do ciclo que se encerra com a tomada de decisão.

A evolução das Ciências Contábeis no decorrer dos anos ter proporcionado uma multidisciplinariedade para melhor auxiliar os gestores na tomada de decisão. É nesse contexto, que surge a Controladoria utilizando diversos conhecimentos contábeis associados a outras áreas de conhecimento a fim de atender as demandas que surgem nas organizações.

A Controladoria enquanto ramo de conhecimento tem como principal objetivo à apresentação correta da mensuração da riqueza, refletida no patrimônio dos agentes econômicos, assim como à estruturação do modelo de gestão, enfatizando modelos relacionados com os aspectos econômicos da empresa, incluindo os modelos de decisão e informação. A interação multidisciplinar é verificada pela agregação de conceitos das áreas de economia, administração, psicologia e sistemas de informações, dentre outras (MOSIMANN; FISCH, 1999).

De acordo com Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009) na multidisciplinaridade que envolve a Controladoria, constata-se que diversas informações são produzidas para que gestores conduzam suas decisões nas mais diversas áreas das organizações. Portanto, esse ramo da contabilidade deve zelar pela qualidade das informações fornecidas aos tomadores de decisão, de modo que se identifique e minimize a ocorrência de vieses que possam provocar decisões equivocadas.

Ainda segundo os mesmos autores, os vieses em informações gerenciais podem acarretar inúmeros fenômenos psicológicos, o que contribui para a ocorrência de decisões mal tomadas. Assim, com a finalidade de minimizar ocorrência destes fenômenos, cada vez mais se faz necessário o estudo das interações da Controladoria com as ciências comportamentais, conforme observado em uma linha de pesquisa conhecida como Contabilidade Comportamental.

A Contabilidade Comportamental é uma importante área de pesquisa das Ciências Contábeis, pois conforme Souza *et al.* (2006), como a Contabilidade é uma atividade baseada em valores humanos, torna-se imprescindível verificar o impacto das questões cognitivas, inerente ao ser humano sobre a prática contábil. Em virtude disso, passou a ser relevante as contribuições que outras ciências do comportamento, tais como a Psicologia e a Sociologia, podem trazer para essa ciência.

Portanto, pode - se conceituar a Contabilidade Comportamental como sendo a utilização de outras ciências do comportamento para explicar aspectos e problemas contábeis.

E ao se observar que as pessoas tomam decisões que não necessariamente estão de acordo com uma racionalidade ilimitada, a contabilidade comportamental passa a explicar esses desvios de comportamentos tendo como base princípios econômicos, psicológicos e sociológicos, fato esse, que justifica a necessidade de se aplicar outras ciências na busca de se solucionar esses problemas.

Essa área da Contabilidade assume que os seres humanos possuem limitações próprias que os impedem de tomar decisões com plena consciência, operando somente dentro de parâmetros limitados pelo seu próprio raciocínio. Essa situação pode limitar escolhas ótimas julgadas pelo modelo racional, fazendo com que o decisor se satisfaça com escolhas satisfatórias. Essa busca por uma alternativa satisfatória ao invés de ótima é relevante no discernimento de que o julgamento se desvia da racionalidade (MACEDO; FONTES, 2009).

Andrade *et al.* (2007) afirmam que se um decisor compreender os vieses cognitivos que influenciam seu julgamento, ele pode começar a alterar seus procedimentos de decisão com perspectivas de diminuí-los. Essa situação não possibilitará apenas mudanças no seu processo de decisão, mas também, o auxiliará o gestor na análise dos procedimentos decisórios de outras pessoas, o que será importante na tentativa de prever o comportamento de outro indivíduo numa negociação, por exemplo.

Conforme Oliveira e Alperstedt (2003), até pouco tempo, os estudos gerenciais alicerçavam-se na premissa de que bastava, apenas, coletar grande quantidade de informações e processá-las de acordo com critérios de racionalidade para determinar os destinos das entidades. No entanto, na atual realidade empresarial, existe a necessidade de se tomar decisões críticas cada vez mais frequentes diante das mudanças rápidas e radicais do mundo atual. Dessa forma, com a finalidade de melhorar o processo decisório, estudiosos têm pesquisado com crescente profundidade os processos comportamentais que o homem utiliza para a tomada de decisão.

De acordo com Carvalho *et al.* (1999), esses processos comportamentais emergem como contraponto à concepção racionalista da ação, já que os homens não conseguem processar todos os dados sensoriais num cálculo racional, senão que fazem uso e formam conceitos que, tomando como base experiências anteriores, os ajudam a tomar decisões.

Nesse sentido, segundo Yoshinaga *et al.* (2004), a Psicologia fornece o embasamento teórico que permite compreender os vieses cognitivos que influenciam o comportamento, desviando-o da racionalidade pura, e a Sociologia se forma no aparato institucional, dando lugar aos elementos subjetivos do conhecimento humano.

Alguns estudos nacionais relacionados à abordagem cognitiva no contexto da informação contábil foram realizados nos últimos anos. Entre eles, tem-se a pesquisa de Araujo e Silva (2006), Cardoso et al (2007) e de Silva e Lima (2007).

Araújo e Silva (2006) exploraram um estudo em que foi testada uma hipótese alternativa que afirma que quanto maior o acesso às informações acerca dos processos decisórios, menor a disposição aos vieses cognitivos nas decisões em situações de risco.

A pesquisa de Cardoso *et al.* (2007) realizou testes da ocorrência de erros de preferência definidos pela teoria dos modelos mentais probabilísticos em locais de decisões individuais baseadas em informações contábeis, além de realizar testes do efeito da variável experiência profissional.

No estudo de Silva e Lima (2007), foi observado se a forma de apresentação das demonstrações contábeis influencia as decisões dos usuários destas informações. Para isso, os autores verificaram a existência do efeito *framing* nas decisões dos indivíduos, a partir dos tratamentos contábeis para avaliação e evidenciação de alguns elementos, assim como a utilização de recursos textuais ou gráficos.

Diante do que foi apresentado, verifica-se que a Contabilidade Comportamental é uma das áreas que vem ganhando maior destaque e importância nos últimos anos entre os pesquisadores das Ciências Contábeis. Esse fato pode ser justificado pela constatação nesses estudos da existência dos vieses cognitivos no processo decisório e na tentativa de se investigar o que pode ser realizado para evitar que esse fenômeno acarrete decisões mal tomadas nas organizações. E como a Controladoria necessita de diversas informações para conduzir suas decisões nas mais diversas áreas das organizações, se faz necessário que sejam realizadas interações entre a Controladoria e a Contabilidade Comportamental, a fim de identificar qual o tipo de informação que lhe é relevante e que essa seja livre de vieses cognitivos.

## 2.2 O Efeito *Framing*

A teoria dos prospectos considerada um marco nos estudos da área comportamental foi desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979). Eles reconheceram que dificuldades cognitivas têm grande influência no comportamento decisório. Assim, diante de um problema complexo, as pessoas usam atalhos computacionais e operações de edição e mapeiam esses atalhos e suas consequências no comportamento decisório. (ÁVILA; FIGUEIREDO; 2009)

O desenvolvimento dessa teoria foi embasado por uma série de estudos que forneceram evidências de que era possível reverter uma preferência entre alternativas de uma decisão em função de alterações na maneira de apresentar o problema. Os pesquisadores denominaram esse fenômeno por uma expressão de referência chamada efeito *framing*.

Macedo e Fontes (2009), afirmam que nessa teoria os resultados são visualizados como desvios em relação ao referencial adotado na tomada de decisão. Dessa maneira, diz-se que se os resultados são enxergados como ganhos prevalece uma posição de aversão ao risco; se forem vistos como perdas prevalece, então, a propensão ao risco.

Segundo Serpa e Ávila (2004), o efeito *framing* decorre de um processo automático, intuitivo, de tomada de decisão e de difícil eliminação. A avaliação de resultados é suscetível ao efeito *framing* por causa da não linearidade da função valor dessa teoria; por causa da tendência das pessoas de avaliar opções em relação ao ponto de referência, que pode ser sugerido ou implícito pelo enunciado do problema; e pela postura diferenciada em relação ao risco dependendo da região da função valor onde os resultados são observados ganhos ou perdas.

Para Santos e Botelho (2011), a teoria dos prospectos é baseada no fato de que o comportamento de análise dos consumidores em relação a uma oferta faz com que eles pensem em termos percentuais e não em valores absolutos: o processamento de vantagens ou perdas é realizado em termos relativos. Verifica-se que para o mesmo valor (em módulo) de perdas e ganhos a percepção de valor em termos de perdas é significativamente maior que em termos de ganhos associados.

Mayer e Avila (2010) conceituam o efeito *framing* como sendo a possibilidade de se influenciar a decisão de um indivíduo sem distorcer a informação ou suprimi-la através de alterações sutis na apresentação e estruturação das informações de um mesmo problema.

Assim, pode-se dizer que esse efeito compreende a existência de respostas diferenciadas por parte dos indivíduos a um mesmo problema decisório em função de mudanças na forma como o problema é apresentado.

A maneira com que uma mesma questão é apresentada influencia a decisão dos indivíduos, situação essa que contraria a racionalidade e afeta a tomada de decisão.

Para Alves e Torres (2001) inúmeros comportamentos como a aversão ao risco, a autoconfiança excessiva, os exageros quanto ao otimismo e ao pessimismo e a sobre-reação às novidades do mercado devem ser estudados com a finalidade de se verificar como essas anomalias de comportamento afetam o processo de tomada de decisão, de modo que seja identificada a maneira como esses fatores subjetivos afetam a qualidade da decisão.

De acordo com Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009) o efeito *framing* em decisões gerenciais estabelece a idéia de que o ser humano responde diferentemente a um mesmo problema decisório a partir de alterações na forma de apresentação do problema. Porém, esse efeito pode se manifestar a partir de diversas situações. No que se refere aos problemas ocorrentes em decisões estratégicas, táticas e operacionais, que se baseiam em informações fornecidas pela Controladoria nas organizações, pode ser visualizado o efeito *framing* em processos que envolvem as diferentes formas de apresentação de relatórios, assim como a constante comparação e processamento de resultados numéricos.

Dessa forma, pode-se dizer que o *framing* corresponde ao entendimento de que a maneira como as informações são apresentadas podem conduzir a diferentes decisões por parte dos indivíduos.

### **2.3 Custos de Oportunidade**

Quando se pensa no conceito de Custo de Oportunidade deve se ter em mente que ele está diretamente relacionado à escassez de recursos, que é considerado um dos princípios básicos da

economia. De acordo com esse princípio, os recursos são insuficientes para satisfazer todas as nossas necessidades, ou seja, sempre que se toma uma decisão de utilizar um recurso para satisfazer uma determinada necessidade, perde-se a oportunidade de o utilizar para satisfazer uma outra necessidade. (GOMES; CERQUEIRA, 2010)

Segundo Garrison, Noreen e Brewer (2007, p.41) o custo de oportunidade pode ser conceituado como “o benefício em potencial que é sacrificado quando uma alternativa é escolhida em detrimento de outra”.

Para Hongren (2004) esse mesmo custo se refere à contribuição disponível máxima ao lucro abandonada, usando - se recursos limitados para um propósito em particular.

De acordo com Martins (2008) o custo de oportunidade é a representação do quanto que a empresa sacrificou em termos de remuneração pela aplicação de seus recursos numa alternativa ao invés de outra.

De forma simplificada, pode-se dizer que esse tipo de custo demonstra o custo associado a uma determinada escolha medido em termos da melhor oportunidade perdida.

Os gestores quando escolhem determinadas alternativas de investimento renunciam alternativas, e o confronto entre o benefício gerado pela alternativa escolhida e o benefício que seria obtido pela escolha da melhor alternativa abandonada oferece elementos relevantes para a decisão, pois permitem verificar se a decisão que se escolheu é realmente a mais adequada, fato que deixa evidente que a alternativa abandonada não deve ser deixada de ser analisada no momento da tomada de decisão.

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida considerando uma análise qualitativa do ensino de controladoria na minimização dos vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing*, em decisões gerenciais, a partir de cenários experimentais, que envolvam custos de oportunidade.

Quanto aos fins, considerando a natureza da problemática da pesquisa, esse estudo é do tipo descritivo, tendo como finalidade apresentar e estudar as características de um determinado fenômeno. Nessa pesquisa são investigadas se o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões relativas a custos de oportunidade.

Quanto aos meios, para atingir os objetivos e obter a resposta do problema, realizou-se uma pesquisa bibliográfica para fornecer embasamento teórico sobre o tema.

Para essa pesquisa foi necessária coleta de dados junto a estudantes do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Esses estudantes foram submetidos aleatoriamente aos questionários que continham 3 cenários experimentais. A amostra foi composta por 103 estudantes, sendo 52, do 1º e 2º períodos, alunos que não tinham cursado a disciplina de Controladoria Empresarial, e 51, do 7º e 8º períodos, que já tinham cursado essa disciplina, retirados de uma população de 719 alunos ativos nesse curso.

Como instrumento de pesquisa foi utilizado o questionário do trabalho de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009), com algumas alterações no que diz respeito aos valores dos



veículos e locais de venda desses bens e no qual foi apresentada uma pergunta com duas alternativas mutuamente excludentes como pode ser visualizado no quadro 1. Nesta situação, foi exposta uma operação comercial relativa compra e venda de veículos. Nesta operação, a introdução do viés I faria com que os indivíduos não percebessem o custo de oportunidade inserido que é abandonada à venda no Rio Grande do Norte, respondendo que seria um bom negócio passar a vender no Ceará. Enquanto a introdução do viés II chamaria a atenção para a ocorrência do custo de oportunidade, o que apontaria para a resposta certa, esse é um mau negócio.

Situação	Viés I	Viés II	Pergunta
Um empresário do ramo de automóveis costuma comprar carros usados no Estado da Bahia por 12 mil. Atualmente, revende-os no Rio Grande do Norte por 16 mil, pagando 1 mil de frete. Ele está estudando a possibilidade de vender os carros no Estado do Ceará, abandonando as vendas no Rio Grande do Norte. No Ceará, pretende vender os carros por 17 mil, pagando 3 mil de frete.	Qual o resultado ele terá ao vender cada carro no Ceará?	Quanto ele deixará de ganhar ao abandonar as vendas no Rio Grande do Norte?	Como você classifica a decisão de vender carros no Ceará?  (A) Bom negócio (B) Mau negócio

### Quadro 1: Resumo do questionário utilizado para a coleta de dados

Fonte: Adaptado de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009)

A aplicação do experimento tem como base três diferentes cenários. O cenário 1 foi caracterizado pela utilização de um questionário onde nenhum dos vieses foram introduzidos, sendo o viés I, introduzido no cenário 2 e o viés II no cenário 3.

Como resultado tiveram-se dados que serviram para encontrar o resultado dos respondentes para cada situação envolvendo custos de oportunidade, identificar a frequência das decisões dos respondentes para cada período de curso analisado, e ainda, possibilitaram analisar se a tomada de decisão dos respondentes foi influenciada pelo conhecimento de controladoria e pelas situações envolvendo vieses cognitivos provocados pelo efeito *framing*.

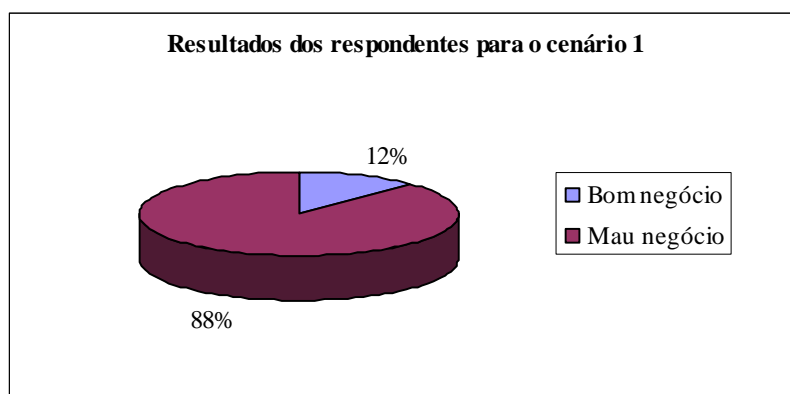
Todas as informações coletadas ajudaram na pesquisa, no entanto, para serem utilizadas precisaram ser trabalhadas, para isso foram lidas e das mesmas extraídas sua essência, em alguns casos, em outros, devido sua importância, foram retiradas em sua totalidade.

## 4 ANÁLISE DE DADOS

Nesse tópico são apresentados e analisados os resultados desse estudo. Para isso, é realizada a apresentação do resultado dos respondentes para as situações envolvendo custos de oportunidade; em seguida, é exposta a frequência das decisões dos respondentes de acordo com cada período de curso analisado; e por fim, é analisada a influência do ensino da Controladoria na tomada de decisão dos respondentes.

### 4.1 Resultado dos respondentes para as situações envolvendo Custos de Oportunidade

O questionário contendo o cenário experimental 1 não tinha a presença de nenhum viés cognitivo e foi aplicado a 33 estudantes que responderam se a venda de carros no Ceará seria um bom ou mau negócio. O gráfico 1, apresenta o resultado dessa aplicação:

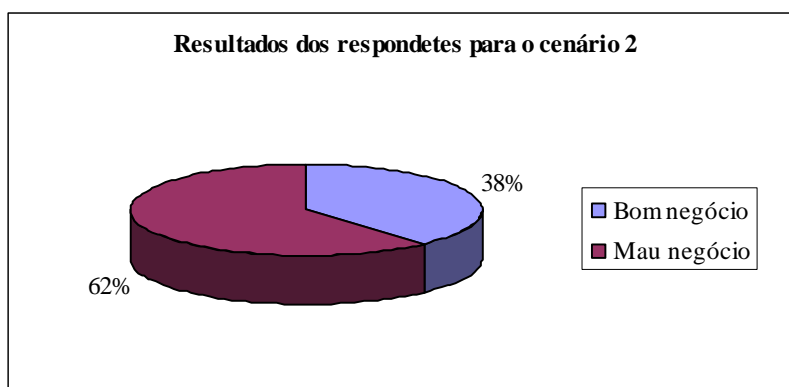


**Gráfico 1: Resultados dos respondentes para o cenário experimental 1**

Fonte: Elaborado pelos autores

Como pode ser constatado com a observação do gráfico 1, 12% dos respondentes do cenário 1, julgaram a decisão de vender no Ceará como bom negócio, enquanto que 88% fizeram esse julgamento como um mau negócio.

Percebe-se pelo gráfico 2, o resultado da aplicação de 34 questionários para o cenário 2, em que foi realizada a introdução do viés I, que faria com que as pessoas não percebessem o custo de oportunidade inserido na situação, quando é abandonada à venda no Rio Grande do Norte, respondendo que seria um bom negócio passar a vender no Ceará.

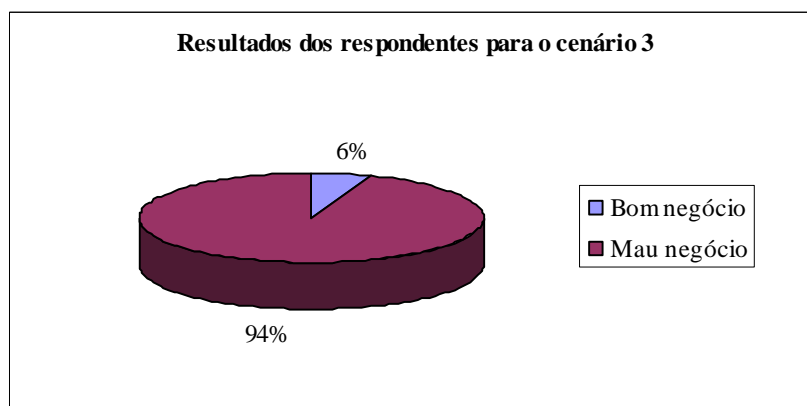


**Gráfico 2: Resultados dos respondentes para o cenário experimental 2**

Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se pelo gráfico 2, que o percentual de pessoas que responderam que a situação da venda no Ceará seria um bom negócio aumentou para 38% com a presença do viés I, já aqueles que responderam que seria um mau negócio correspondeu a 62%, fato que evidencia que essas pessoas que julgaram a situação como um bom negócio não perceberam o custo de oportunidade inserido nessa proposta.

Os resultados dos 36 respondentes do questionário do cenário 3, no qual foi inserido o viés II que chamaria a atenção para a ocorrência do custo de oportunidade, o que apontaria para a resposta certa, esse é um mau negócio, podem ser visualizados no gráfico 3:



**Gráfico 3: Resultados dos respondentes para o cenário experimental 3**

Fonte: Elaborado pelos autores

A partir da análise do gráfico 3, pode-se constatar que apenas 6% dos estudantes pesquisados responderam que a situação proposta seria um bom negócio, enquanto 94% julgaram a decisão de venda no Ceará, como um mau negócio, resultados que demonstram que a presença do viés II diminuiu a escolha da decisão errada, para 6%, pois chamou a atenção dos respondentes para o custo de oportunidade inserido na situação e direcionou para a melhor decisão.

#### 4.2 Freqüência das decisões dos respondentes de acordo com cada período de curso analisado

Os questionários foram aplicados para os estudantes que não tinham cursado a disciplina de controladoria, que corresponderam aos alunos do 1º e 2º períodos do curso de Ciências contábeis da UFRN, e para os alunos do 7º e 8º períodos que já tinham cursado essa disciplina, os resultados da distribuição dos resultados de acordo com o período de curso dos respondentes podem ser visualizados no quadro 2:

<b>PERÍODO DE CURSO</b>	<b>QUANT. DE QUESTIONÁRIOS APLICADOS</b>	<b>BOM NEGÓCIO (Freq. Absoluta)</b>	<b>MAU NEGÓCIO (Freq. Absoluta)</b>
1º Período	29	6	23
2º Período	23	9	14
7º Período	35	3	32
8º Período	16	1	15
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>	<b>19</b>	<b>84</b>

**Quadro 2: Distribuição dos resultados de acordo com o período de curso dos respondentes**

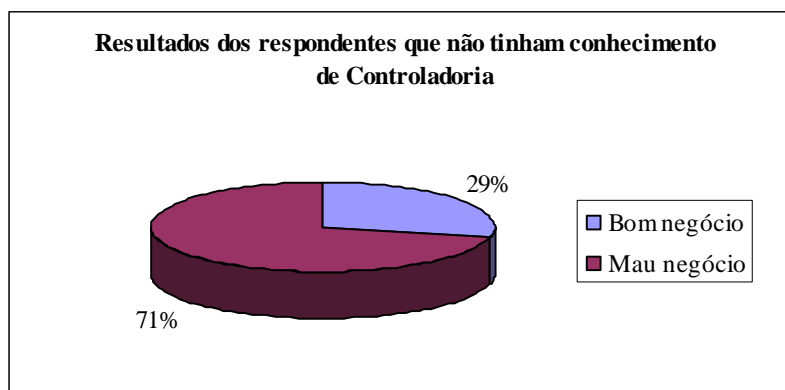
Fonte: Elaborado pelos autores

Percebe-se pelo quadro 2, que dos 103 questionários aplicados aos estudantes, 19 foram respondidos apontando a situação de venda no Ceará como sendo um bom negócio, já 84, julgaram essa proposta como sendo um mau negócio. Os questionários foram aplicados ao número de 29 no 1º período, 6 com resposta de bom negócio e 23 para mau negócio, 23 no 2º período, 9 respondidos com o julgamento de bom negócio e 14 para mau negócio, 35 para o 7º período, 3 com resposta de bom negócio e 32 com mau negócio, e 16 no 8º período, 1 para bom negócio e 15 para mau negócio.

Esses resultados demonstram que a maior quantidade de erros na análise da situação proposta nos questionários foram dos estudantes que ainda não tinham o conhecimento da disciplina de controladoria, ou seja, dos alunos do início do curso.

### 4.3 A influência do ensino da Controladoria na tomada de decisão dos respondentes

Os resultados dos 52 respondentes que não tinham conhecimento de controladoria pode ser visualizado no gráfico 4:

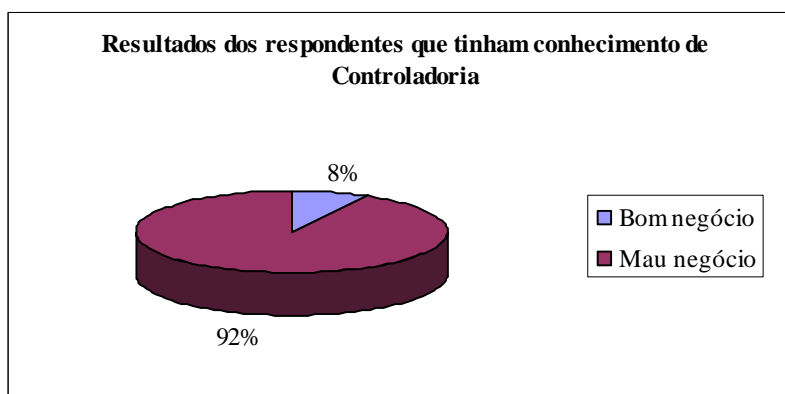


**Gráfico 4: Resultados dos respondentes que não tinham conhecimento de Controladoria**

Fonte: Elaborado pelos autores

Observa-se pelo gráfico 4, que 29% dos respondentes que não tinham o conhecimento da disciplina de controladoria apontaram a decisão de vender no Ceará como um bom negócio, enquanto que 71%, julgaram essa situação como sendo um mau negócio para o empresário.

No gráfico 5 são apresentados os resultados dos 51 respondentes que tinham conhecimento de controladoria.



**Gráfico 5: Resultados dos respondentes que tinham conhecimento de Controladoria**

Fonte: Elaborado pelos autores

Como pode ser constatado com a observação do gráfico 5, apenas 8% dos respondentes da pesquisa, que tinham conhecimento de controladoria, julgaram a decisão de vender no Ceará como bom negócio, ao passo que 92% fizeram esse julgamento como um mau negócio.

Os resultados demonstraram que o conhecimento de controladoria minimizou a ocorrência de vieses cognitivos decorrentes do efeito framing da amostra pesquisada, fato que pode ser observado quando se analisa os 51 respondentes que já tinham o conhecimento dessa disciplina. Desses, apenas 8% tomaram a decisão errada, enquanto que os demais, 52, que não tinham esse conhecimento corresponderam a 29%.

Considerando que a base desse estudo foi à mesma de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009), mudando apenas a amostra, observa-se que os resultados encontrados diferem do estudo base, uma vez que no trabalho de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009) não pode ser observada a ocorrência do Efeito *Framing* na introdução de nenhum dos dois vieses. Entretanto, apenas o viés contido no Cenário 3 apontava na direção pretendida. Quanto às demais variáveis independentes observadas nessa situação apresentada, apenas o desempenho acadêmico corroborou a hipótese alternativa apresentada de quanto maior desempenho acadêmico, menor a ocorrência do Efeito *Framing* e a análise desse desempenho não foi escopo da pesquisa realizada com os alunos da UFRN.

Assim, verifica-se que a alteração da amostra mudou os resultados encontrados para a mesma base da pesquisa, fato que demonstra a importância da Controladoria na produção de relatórios gerenciais, tendo em vista que se deve atentar para o fato de que os gestores podem ser influenciados quando a informação é enviesada, sendo necessária a elaboração de informações que não levem a ocorrência de vieses cognitivos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Efeito *Framing* afirma que postura do ser humano muda de acordo com as alterações na forma de apresentação dos problemas. Este artigo investigou se o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade.

Os resultados evidenciaram que dos 51 respondentes que já tinham o conhecimento da disciplina de controladoria, apenas 8% tomaram a decisão errada, a qual correspondeu ao julgamento da decisão de vender no Ceará como uma alternativa de bom negócio, enquanto que os demais, 52, que não tinham esse conhecimento corresponderam a 29%.

Considerando que a base desse estudo foi à mesma de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009), mudando apenas a amostra, observa-se que os resultados encontrados diferem do estudo base, uma vez que no trabalho de Carvalho Júnior, Rocha e Bruni (2009) não pode ser observada a ocorrência do Efeito *Framing* na introdução de nenhum dos dois vieses. Entretanto, apenas o viés contido no Cenário 3 apontava na direção pretendida.

Diante dos resultados, pode-se concluir que o ensino de controladoria minimizou a ocorrência de vieses cognitivos decorrentes do efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade financeira da amostra pesquisada e que os gestores podem ser influenciados quando a informação é enviesada, tendo como obrigação a elaboração de informações que não levem a ocorrência desses vieses.

Assim, verifica-se que os objetivos do estudo foram alcançados, pois foi possível verificar que o ensino de controladoria minimiza os vieses cognitivos acarretados pelo efeito *framing* em decisões gerenciais relativas a custos de oportunidade da amostra analisada, que foi o objetivo geral da pesquisa, o qual serviu para nortear todo o trabalho de análise, sendo que para esse ser obtido foi indispensável conseguir alcançar os objetivos específicos, os quais foram alcançados na análise de dados do estudo.

Recomenda-se que para outras pesquisas, sejam formulados novos cenários experimentais, de modo que sejam envolvidos outros conceitos de controladoria, assim como, que seja aplicado esse estudo em outras amostras ou populações, a fim de se analisar o comportamento de outros respondentes em comparação com os resultados dessa pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ALVES, M. F. H.; TORRES, F. F. L. Finanças comportamentais: aplicações no contexto brasileiro. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 41, n. 2, p. 64-71, abr./jun. 2001.

ANDRADE, R. O. B.; ALYRIO, R. D.; MACEDO, M. A. S. **Princípios de negociação: ferramentas e gestão**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ARAUJO, D. R.; SILVA, C. A. T. . Aversão à perda nas decisões de risco. In: Congresso de Iniciação Científica em Contabilidade USP, 2006, São Paulo. **Anais** do III Congresso de Iniciação Científica em Contabilidade USP, 2006.

ÁVILA, M. G.; FIGUEIREDO, R. B. Contabilidade mental e mudanças em preços: um estudo experimental. **Revista Economia e Gestão**. Minas Gerais, v. 9, n. 21, set/dez, 2009.

CARDOSO, R. L.; RICCIO, E. L. . Framing Effect Em Um Ambiente De Informação Contábil: Um Estudo Usando a Prospect Theory. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 29., 2005, Brasília. **Anais...**, Brasília: ANPAD, 2005. 1 CD-ROM.

CARDOSO, R. L. *et al.* . O Framing Effect em ambiente contábil: Uma explicação fundamentada na Teoria dos Modelos Mentais Probabilísticos – TMMP. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

CARVALHO, C. A.; VIEIRA M. M. F.; LOPES F. D. Contribuições da perspectiva institucional para análise das organizações. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 23, 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu/PR: ANPAD, 1999. 1 CD.

CARVALHO JÚNIOR, C. V. O.; ROCHA, J. S.; BRUNI, A. L. O aprendizado formal de controladoria e a minimização dos efeito framing: um estudo de decisões gerenciais envolvendo

custos de oportunidade. In: Congresso de Controladoria e Contabilidade USP,2009, São Paulo. **Anais do IX Congresso de Controladoria e Contabilidade, USP, 2009.**

CARVALHO JÚNIOR, C. V. O.; ROCHA, J. S.; BRUNI, A. L. O efeito framing em decisões gerenciais e aprendizado formal de controladoria: um estudo experimental na Bahia. In: Congresso de Controladoria e Contabilidade USP,2009, São Paulo. **Anais do IX Congresso de Controladoria e Contabilidade, USP, 2009.**

GARRISSON, R. H.; NOREEN, E.; BREWER, P. C. **Contabilidade gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GOMES, A. M.; CERQUEIRA, T. S. A lei da escassez e a economia. **Revista eletrônica mensal do curso de Direito da UNIFACS**. Salvador, v. 10, n. 1, p.32-42, jan .2006. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/sepa/article/viewFile/29/23>> Acesso em: 20 mai. 2010.

HONGREN, C. T; SUDEN, G. L.; STRATTON, W. O. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

MACEDO, M. A. S.; FONTES, P. V. S. Análise do comportamento decisório de analistas contábil-financeiros: um estudo com base na teoria da racionalidade limitada. **Revista Contemporânea de Contabilidade**. Florianópolis, v. 1, n. 11, p. 159-186, jan/jun., 2009.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. ed São Paulo: Atlas, 2008.

MAYER, V. F.; ÁVILA, M. G. A influência da estruturação da mensagem em comportamentos relacionados à saúde: um teste experimental. **Saúde Soc**. São Paulo, V.19, n.3, p. 685-697, 2010.

MELO, C. L. L. **Finanças Comportamentais: um estudo da influência da faixa etária, gênero e ocupação na aversão a perda**. 2008. Dissertação (Mestrado) – Programa Multiinstitucional e Interregional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade de Brasília, Universidade Federal da Paraíba, Universidade Federal de Pernambuco e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2008.

MOSIMANN, C. P.; FISCH, S. **Controladoria: seu papel na administração de empresas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

OLIVEIRA, C. A.; ALPERSTEDT, G. D. O lado intuitivo das decisões estratégicas: o caso de uma indústria de papel do planalto serrano catarinense. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 27, 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia/ SP: ANPAD, 2003. 1 CD.

SANTOS, J. H. F; BOTELHO, D. Análise comparativa de preços: variáveis influentes na percepção de vantagem de compra. **Revista de Administração Mackenzie**. São Paulo, v. 12, n. 2, p. 145-168, mar/abr, 2011.



SERPA, D.; AVILA, M. Percepção sobre preço e valor: um teste experimental. **Revista de Administração Eletrônica**, v. 3, n. 2, jul/dez 2004.

SILVA, C. A.T; LIMA, D. H. S. Formulation Effect: Influência da Forma de Apresentação sobre o Processo Decisório de Usuários de Informações Financeiras. In: Encontro da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD, 31., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. 1 CD-ROM.

SOUZA, A. A.; PASSOLONGO, C.; SOUZA, N. C.; ARAUJO, A. C. N. Avaliação da Satisfação dos Usuários de Sistemas de Informações Financeiras. In: Congresso de Controladoria e Contabilidade, 2006, São Paulo. **Anais** do VI Congresso de Controladoria e Contabilidade, USP, 2006.

YOSHINAGA, C. E. ; OLIVEIRA R. F.; SILVEIRA A. D. M.; BARROS L. A. B. C. Finanças Comportamentais: uma introdução. In: Seminários em Administração, 7, 2004, São Paulo. **Anais**. São Paulo, USP, 2004.