

O Efeito da Pressão do Tempo na Tomada de Decisão do Consumidor

Leandro Miletto Tonetto

Gustavo Rohenkohl

Lilian Milnitsky Stein

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo

O presente artigo expõe os resultados de um experimento que objetivou mensurar os efeitos da pressão do tempo na decisão do consumidor. Visou, ainda, apresentar o desenvolvimento de um instrumento informatizado, em língua portuguesa, para a avaliação do efeito de configuração na tomada de decisão do consumidor. O experimento teve a participação de 96 estudantes universitários, designados a três grupos constituídos em função da variável pressão do tempo, representados pelo grupo controle, sem tempo delimitado para o julgamento e tomada de decisão, e pelos grupos experimentais, com tempo reduzido em 25% e 50% em relação à média de tempo despendido para a tomada de decisão do grupo controle. Os resultados mostraram os padrões esperados de aversão ao risco, documentados originalmente em pesquisa básica por Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981) e corroboraram os resultados de Svenson e Benson (1993), já que o aumento da pressão do tempo parece diminuir o efeito de configuração.

Palavras-chave: Efeito de configuração; aversão ao risco; pressão do tempo; tomada de decisão; Psicologia Cognitiva.

Time Pressure on Consumer Decision Making

Abstract

This article presents an experiment that aimed to measure the effect of time pressure on consumers' decision making. In addition, the development of a software for the evaluation of framing effects on consumers' decision making is also presented. Undergraduates (N=96) were assigned to three groups according each level of the independent variable time pressure. The control group had no time constraints for each task of judgment and decision making. The two experimental groups had time constraints for performing the same tasks as the control group, namely, time decreased in 25% and 50% in relation to the average time spent by the control group to make their decisions. The results showed the expected pattern of risk aversion, originally documented by Kahneman & Tversky (1979), Tversky & Fox (1995) and Tversky e Kahneman (1981). The data was also in accordance with the results of Svenson and Benson (1993) since framing effects on decision making tended to disappear with the increase in time pressure.

Keywords: Framing effect; risk aversion; time pressure; consumer decision making~; cognitive psychology.

O julgamento corresponde à avaliação de duas ou mais opções existentes e a tomada de decisão à escolha efetuada dentre essas alternativas. Estas são funções complexas que envolvem a análise das características das opções existentes para uma tarefa decisória, bem como a estimativa das conseqüências provenientes da decisão tomada (Plous, 1993; Tversky & Kahneman, 1981). Em suas pesquisas sobre julgamento e tomada de decisão (JTD), Kahneman e Tversky (1979) observaram alguns fenômenos recorrentes que contrariavam pressupostos de racionalidade de teorias econômicas tradicionais, como os efeitos de certeza, reflexão e configuração, e postularam então a Teoria dos Prospectos para dar conta desses fenômenos.

Kahneman e Tversky (1979) mostraram que as pessoas supervalorizam a certeza (efeito da certeza), preferindo

resultados seguros a correr riscos em problemas que envolvem ganhos com os mesmos valores médios ou valores objetivos. O efeito de reflexão revela a tendência das pessoas a reverterem suas preferências quando o ganho é substituído pela perda, buscando, assim, o risco. Esses efeitos são advindos da configuração do problema (Tversky & Kahneman, 1981), o que aponta para a existência do efeito de configuração. Os referidos resultados são esperados quando probabilidades médias e altas de ocorrência dos eventos envolvidos estão presentes nos dilemas. Já em casos de baixas probabilidades, as pessoas buscam o risco em casos de ganhos e são aversivas a ele em casos de perdas (Tversky & Fox, 1995).

Como exemplos desses efeitos cabe referir aos experimentos desenvolvidos por Kahneman e Tversky (1979). Ao decidir entre ganhar (A) U\$ 4000,00 com probabilidade de 80% (alta probabilidade) e (B) U\$ 3000,00 com certeza, 80% das pessoas (N=95) preferiram a alternativa

de certeza (B). Quando esse dilema tratava de perdas, os dados foram o inverso, ou seja, entre perder (C) U\$ 4000,00 com probabilidade de 80% e (D) U\$ 3000,00 com certeza, 92% das pessoas ($N=95$) preferiram a alternativa de risco (C). Já entre (A) uma chance em 1000 (baixa probabilidade) de ganhar U\$ 5000,00 e (B) o ganho certo de U\$ 5,00, cerca de 75% escolheu A ($N=72$); e entre (C) uma chance em 1000 de perder U\$ 5000,00 e (D) a perda certa de U\$ 5,00, mais de 80% preferiu D.

Nos trabalhos de Schneider (1992), evidenciou-se, a partir das manipulações da configuração dos problemas em diversos cenários, que o efeito de configuração depende do tema dos dilemas. Doenças, pesticidas, trabalho e equipamentos são exemplos das temáticas desses problemas. Observou-se que as preferências em configurações positivas são fortemente contrárias ao risco, enquanto que, em domínios de configuração negativa, há inconsistências nas respostas dominantes (busca ou aversão ao risco). Além das diferenças nos padrões de respostas entre diferentes domínios ou temas, Wang (1996) também detectou que, quando os resultados das alternativas de certeza são abaixo do mínimo aceitável pelas pessoas, os participantes tendem a realizar mais escolhas de risco. Cabe salientar que esse padrão foi apenas detectado quando os dilemas envolveram vidas humanas.

O impacto de diversas variáveis nos processos decisórios tem sido estudado. Os estressores constituem um dos focos de muitas das pesquisas sobre tomada de decisão (Ben Zur & Breznitz, 1981; Hammond, 2000; Kerstholt, 1994; Maule, 1997; Maule, Hockey, & Bdzola, 2000; Svenson, & Benson, 1993; Wright, 1974). Dentre as variáveis estressoras estudadas na área de JTD, a pressão do tempo possivelmente é uma das mais pesquisadas (e.g. Hammond, 2000). Os efeitos da pressão do tempo parecem estar relacionados a modificações nos estados afetivos dos participantes (Maule, Hockey, & Bdzola, 2000) e à mudança nas estratégias cognitivas para os processos de JTD (Ben Zur & Breznitz, 1981).

Svenson e Benson (1993) encontraram relações entre a pressão do tempo e o efeito de configuração no julgamento e tomada de decisão. Os autores realizaram um experimento no qual a pressão do tempo foi manipulada em dois grupos. No grupo experimental os participantes tinham no máximo 40 segundos para realizar a decisão, enquanto no grupo controle não houve restrição do tempo. Os resultados indicaram um decréscimo no efeito da configuração quando houve pressão do tempo. Na ausência de pressão do tempo, houve um forte efeito da configuração. Estes resultados levaram os autores a sugerir que o tempo pode prejudicar a qualidade da decisão.

Sob altos níveis de pressão do tempo, as pessoas buscam menos o risco e tendem a dar mais ênfase à avaliação das dimensões negativas das alternativas envolvidas nos processos decisórios (Ben Zur & Breznitz, 1981). O estresse normalmente conduz as pessoas a buscarem a segurança.

Um dos efeitos particulares da pressão do tempo é que os indivíduos tendem a manter decisões tomadas inicialmente. Já nas decisões sem prazo definido, as decisões são mudadas com mais frequência.

Como estratégias cognitivas para lidar com a pressão do tempo, pode-se citar a aceleração e a filtração (Maule, Hockey, & Bdzola, 2000; Maule, 1997). A aceleração é considerada como o incremento da velocidade ou tempo de processamento de informações, enquanto que a filtração é definida como o aumento da seletividade da informação. Ben Zur e Breznitz (1981) acrescentaram a evitação do sofrimento esperado como estratégia cognitiva para lidar com situações de tomada de decisão com o estabelecimento de prazos.

O efeito da pressão do tempo no julgamento e tomada de decisão sob risco, segundo Ben Zur e Breznitz (1981), ocorre em forma de "U". Sob alta ou baixa pressão do tempo, as pessoas ficam mais aversivas aos riscos que o habitual, mas, em condições moderadas de pressão do tempo, tendem a adotar perspectivas mais arriscadas. Esse efeito em "U" seria devido fundamentalmente a três condições: (1) sob alto nível de pressão do tempo, o mecanismo de filtração atua na escolha da mais importante dimensão para observação (i.e. seleção de determinado elemento da alternativa para observação, em detrimento do processamento da alternativa como um todo), enquanto negligencia outras dimensões, sendo que o processamento da seleção dessas dimensões vai determinar amplamente as decisões; (2) quando a pressão do tempo diminui, todas as dimensões são observadas e as essas observações são menos sensíveis aos processos cognitivos subjacentes que conduzem às escolhas; (3) quando a pressão do tempo é muito baixa, após a primeira avaliação das alternativas da tarefa, usualmente ainda resta tempo suficiente para a reavaliação, e cada reconsideração leva a novas observações para futuro processamento.

Diferentemente de estudos anteriores (Ben Zur & Breznitz, 1981; Wright, 1974), Maule, Hockey e Bdzola (2000) mostraram que o tempo despendido na avaliação da alternativa percebida como mais negativa decresce com a pressão do tempo. Além disso, os dados de Maule e seus colaboradores indicaram que, sob pressão do tempo, os participantes preferiram ter acesso a poucas informações sobre todas alternativas de uma tarefa decisória que aprofundar apenas uma delas.

Em outro estudo, Maule (1997) observou nos participantes o emprego de um maior uso de estratégias não-compensatórias sob pressão do tempo. Por exemplo, a pessoa que está tomando uma decisão com prazos definidos, ao invés de considerar toda a informação relevante e avaliar bem cada elemento (estratégia compensatória), tende a realizar a avaliação com base em menos informações, com processamento mais simples (estratégia não-compensatória). Somando-se a isso, segundo Maule (1997), o processamento da informação em situações decisórias sob pressão do tempo envolve regras baseadas mais em atributos

do que em alternativas, ou seja, as pessoas se detêm mais em determinados elementos da alternativa (atributos), que na alternativa como um todo. O achado de que a decisão é baseada em atributos específicos em detrimento da avaliação global da alternativa corrobora os dados de Ben Zur e Breznitz (1981) expostos anteriormente, que mostraram ser a filtração o mecanismo atuante na escolha da mais importante dimensão para observação em situações de decisão sob alto nível de pressão do tempo.

As emoções têm um efeito poderoso nas decisões e os resultados das decisões têm efeitos também poderosos nas emoções (Mellers, Schwartz, & Cooke, 1998). Os prazos, segundo Maule, Hockey e Bdzola (2000), induzem ansiedade nas pessoas. Inicialmente, os efeitos da pressão do tempo podem tornar as pessoas mais energéticas, mas possivelmente induzam fadiga em tarefas prolongadas. Esses achados, bem como a utilização de diferentes estratégias de enfrentamento dos prazos e conseqüentes mudanças no julgamento e tomada de decisão, variam de acordo com o tipo de tarefa decisória. Cabe salientar que pesquisas em julgamento e tomada de decisão podem utilizar dilemas, como os apresentados nesse artigo, ou casos com múltiplas alternativas, dentre outros. Além disso, as pesquisas podem apresentar conteúdos diferentes, como questões legais, financeiras ou da área da saúde. O método de investigação, portanto, tem possíveis efeitos sobre os processos decisórios.

É possível perceber, portanto, que a pressão do tempo na tomada de decisão pode causar impactos importantes nas preferências das pessoas. Seja em função de alterações do estado emocional do sujeito ou nas estratégias de processamento cognitivo, definir prazos parece ser um importante fator de influência sobre as preferências dos seres humanos.

Partindo desses postulados, delineou-se um experimento que objetivou mensurar os efeitos da pressão do tempo na decisão do consumidor. Como hipótese principal, acreditase que a pressão do tempo tem impacto sobre o efeito de configuração, modificando os padrões de tomada de decisão do consumidor. Espera-se que o aumento da pressão do tempo cause a redução das escolhas por alternativas de risco de forma gradual e independentemente do tipo de dilema, conforme a pressão torne-se mais intensa.

Método

Amostra

A amostra foi constituída por 146 estudantes de universidades particulares do sul do Brasil. Cinquenta acadêmicos participaram de um estudo piloto e 96 estudantes, escolhidos por conveniência, integraram a amostra definitiva do experimento. Os 96 integrantes da amostra do experimento (77 pessoas do sexo feminino e 19 do sexo masculino), estudantes de Psicologia do primeiro ano do curso, foram distri-

buidos em três grupos constituídos em função da variável independente pressão do tempo, formando um grupo controle ($n=32$) e dois grupos experimentais (GE1, $n=30$ e GE2, $n=34$). Primeiramente foi formado o grupo controle (GC), sem delimitação do tempo para o julgamento e tomada de decisão, e posteriormente, com base nas médias do tempo de resposta do GC, foram formados os grupos GE1 (com tempo reduzido em 25%) e GE2 (com o tempo reduzido em 50%), com designação aleatória dos participantes para ambos os grupos.

Plano Experimental

O presente estudo utilizou um delineamento experimental misto, sendo a variável independente entre-grupos o tempo, em três níveis, representados pelo grupo controle (GC), sem tempo delimitado para o julgamento e tomada de decisão, e pelos grupos experimentais, com tempo reduzido em 25% (GE1) e 50% (GE2) em relação à média de tempo despendido para o julgamento e tomada de decisão do GC.

Já como variável independente intra-grupos, manipulou-se a apresentação dos dilemas em quatro níveis: médias e altas probabilidades de ganhos, baixas probabilidades de ganhos, médias e altas probabilidades de perdas e baixas probabilidades de perdas. O delineamento, portanto, é do tipo 3 (pressão do tempo) x 4 (configuração dos dilemas). A variável dependente foi a decisão tomada em cada dilema proposto.

Material

Os dilemas utilizados para a coleta dos dados foram construídos com base em três etapas. Na primeira etapa, realizou-se a escolha das temáticas dos dilemas. Para tanto, foram consultados jornais, revistas e sítios da Internet, visando levantar temas freqüentes de peças publicitárias. Trabalhou-se com temas como aquisição de telefone celular e de equipamentos de informática, premiações de agências de turismo, supermercados e lojas de aparelhos de televisão, aluguel e reformas de apartamentos, investimentos financeiros, seguros de automóveis, dentre outros (ver dilemas no Anexo A).

Na segunda etapa, os dilemas foram elaborados com base nos temas escolhidos na primeira etapa. Ao total, foram produzidos doze dilemas, sendo três em cada categoria em estudo (ganhos, médias e altas probabilidades; ganhos, baixas probabilidades; perdas, médias e altas probabilidades; perdas, baixas probabilidades). É importante salientar que as categorias foram manipuladas com base nos efeitos de apresentação dos dilemas, ou seja, foram baseadas em diferentes formas de estruturação de problemas que apresentam duas alternativas de escolha com valores equivalentes.

A terceira etapa correspondeu à avaliação e ao refinamento dos dilemas. A versão inicial dos doze dilemas foi

submetida à avaliação de seis juízes, sendo três profissionais da área de comportamento do consumidor (*marketing* e propaganda) e três estudantes de nível superior. Aos três profissionais foi solicitada a avaliação dos dilemas no que se refere à sua adequação à área de comportamento do consumidor e à clareza dos mesmos. Aos três estudantes, foi requerida a avaliação dos dilemas em relação à clareza dos conteúdos e à adequação dos mesmos a sua experiência como consumidores.

Os três estudantes compreenderam o conteúdo dos dilemas e os consideraram como integrantes do domínio do público universitário. Da mesma forma, os profissionais atestaram o caráter compreensível dos dilemas, considerando os conteúdos abordados nos mesmos como relevantes para a área de decisão do consumidor e adequados a estudantes de nível superior. As alterações sugeridas limitaram-se à forma de exposição dos valores, no intuito de facilitar sua visualização, o que foi modificado na versão final (ver Anexo A).

Um estudo piloto submeteu 50 estudantes de nível superior aos dilemas na modalidade impressa em papel. Esse estudo foi realizado no intuito de testar a eficácia do instrumento em detectar o efeito de configuração em etapa anterior à elaboração do *software*. Os resultados do estudo piloto indicaram a eficácia dos dilemas em medir o efeito de configuração na tomada de decisão do consumidor.

Para a coleta dos dados na amostra definitiva, foi desenvolvido um software em ambiente Windows em colaboração com o Programa Especial de Treinamento (PET) da Faculdade de Informática da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. O software foi programado em Delphi 7.0, linguagem Object Pascal. O *software* apresentava, inicialmente, uma tela na qual o participante deveria dar início ao experimento, selecionando em um menu a opção indicada pelos experimentadores, referente ao nível de pressão do tempo ao qual seria submetido. Iniciado o experimento, cada pessoa deparava-se com uma tela na qual constava um cronômetro e um dilema para que fosse tomada uma decisão e duas alternativas para escolha. Ao total, foram apresentados doze dilemas para que os participantes efetuassem suas escolhas. O *software* registrava as opções escolhidas pelo participante e o tempo despendido para a tomada de decisão.

Não havia possibilidade de os dilemas ficarem sem resposta dentre os integrantes do GC, pois o software não apresentava um novo dilema sem que o participante optasse por uma das alternativas de resposta. Já nos grupos experimentais, aqueles que não tomaram suas decisões no prazo estabelecido foram registrados como não respondentes, visto que terminado o prazo estipulado no cronômetro (em acordo com o grupo experimental ao qual o participante pertencia), o software avançava para o próximo dilema. Para o GC, não houve pressão do tempo. Para os grupos experimentais (GE1 e GE2), o tempo foi reduzido em 25% e 50%, respectivamente,

em relação à média de tempo despendido pelo GC para as tarefas de julgamento e tomada de decisão.

Para os integrantes do GC, expôs-se um cronômetro progressivo durante as tarefas decisórias, enquanto que para os grupos experimentais apresentou-se um cronômetro regressivo. Os cronômetros regressivos visaram a proporcionar aos participantes dos grupos experimentais o conhecimento sobre o prazo existente. Para os integrantes do GC, o cronômetro foi apresentado com o objetivo de controlar os possíveis efeitos da presença de um cronômetro na tela dos grupos experimentais.

Procedimentos

A amostra foi obtida por meio de contatos efetuados com docentes universitários, realizados após a emissão da autorização da direção das faculdades. Durante o convite para participação na pesquisa, os alunos foram informados que a direção da Faculdade autorizou o pesquisador a efetuar tal procedimento e que, tendo em vista o caráter voluntário da participação, somente aqueles que assinassem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido participariam do estudo. As turmas foram submetidas à coleta dos dados em horário de aula e foram conduzidas ao Laboratório de Processos Básicos da Faculdade de Psicologia da PUCRS, que possibilitou que o experimento fosse realizado em grupos de 15 participantes, com duração aproximada de 30 minutos para cada grupo. O experimento foi conduzido por dois pesquisadores, sendo um psicólogo e um acadêmico bolsista de iniciação científica.

Os participantes receberam, inicialmente, o termo de consentimento livre e esclarecido, elaborado consoante as diretrizes éticas que regulamentam a pesquisa com seres humanos. A fase da coleta de dados propriamente dita teve início com as tarefas informatizadas de tomada de decisão, por meio do software desenvolvido especialmente para a pesquisa. O *rapport* apresentava uma parte inicial comum a todos os participantes e uma parte específica para cada grupo experimental e controle. Todos os participantes foram informados que responderiam a tarefas informatizadas de tomada de decisão, cujo conteúdo envolveria o consumo de bens e serviços, e foram solicitados a responder aos dilemas individualmente, informando os pesquisadores quando da conclusão da tarefa. Foram orientados, ainda, a iniciar o experimento acessando em um menu do software desenvolvido para a pesquisa ao grupo correspondente. É importante salientar que, para cada participante, os pesquisadores autorizavam apenas a participação em um grupo, bloqueando por meio do software a possibilidade de realização do experimento em outro grupo que não fosse o indicado.

A parte específica do *rapport* informou os integrantes do GC de que estes teriam tempo livre para a realização das tarefas decisórias. Os integrantes dos grupos experimen-

tais, ao contrário, foram enfaticamente informados de que teriam prazos delimitados para a tomada de decisão em cada dilema e que, caso a escolha não fosse realizada, um novo problema surgiria na tela, permanecendo o anterior sem resposta. Foram solicitados, nesse sentido, a responder o máximo de dilemas possíveis, tentando não deixar nenhum problema sem resposta. Os participantes responderam aos dilemas individualmente, cada um em um computador, e foi solicitado que estes não se comunicassem com os pesquisadores ou com os demais sujeitos durante o experimento.

Resultados e Discussão

Os dados foram analisados segundo as quatro categorias propostas por Tversky e Fox (1995), e referiram-se, portanto, a situações envolvendo ganhos e perdas, associadas a médias/altas e baixas probabilidades. Avaliaram-se os padrões esperados de aversão e busca pelo risco no julgamento e tomada de decisão, frente a diferentes probabilidades de ocorrência de ganhos e perdas. No que tange à pressão do tempo, confrontou-se os dados deste experimento com os trabalhos de Ben Zur e Breznitz (1981) e de Svenson e Benson (1993), em função da similaridade do tipo de manipulação realizada entre os três estudos, e não haver consenso na literatura no que se refere aos efeitos esperados da pressão do tempo na tomada de decisão.

A presente análise expõe, inicialmente, os resultados dos dilemas em que se observou o efeito de configuração na tomada de decisão do consumidor (médias e altas

probabilidades de ganhos e baixas probabilidades de perdas), consistentes com o padrão de aversão ao risco, incluindo os dados referentes à pressão do tempo. Apresenta, ainda, os resultados nos quais não foram identificados os padrões esperados por Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981) de busca pelo risco (baixas probabilidades de ganhos e médias e altas probabilidades de perdas).

A Tabela 1 apresenta a frequência da ocorrência de escolhas de risco, de certeza e de não respondentes nos dilemas que envolveram ganhos, médias e altas probabilidades. Todas as tabelas também expõem resultados de Testes χ^2 ($\alpha=0,05$), realizados entre as escolhas por alternativas de certeza e de risco, não incluindo os não respondentes.

Os resultados apresentados na Tabela 1 mostram o efeito de aversão ao risco, que se evidencia frente a situações que envolvem ganhos em médias e altas probabilidades de ocorrência de dados eventos, descrito originalmente por Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981). Observando-se os resultados do GC, pode-se perceber que, em todos os problemas apresentados os participantes tenderam a escolher a alternativa de certeza mais que a de risco ($\chi^2_{(1)}=12,500$, $p<0,001$).

Avaliando o efeito de configuração nos grupos que foram expostos à pressão do tempo (GE1 e GE2), em consonância com os estudos de Svenson e Benson (1993), evidenciou-se a dissolução da tendência dos consumidores escolherem às alternativas de certeza, conforme se pode

Tabela 1
Frequência de Tipos de Respostas em Dilemas Configurados como Ganho, com Médias e Altas Probabilidades

Grupo	DVD			Dilema Celular			Aluguel		
	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2
Certeza	81%**	63%**	38%	87.5%**	83,3%**	50%*	87.5%**	60%*	50%
Risco	19%	10%	24%	12.5%	3,3%	18%	12.5%	27%	29%
Não Respondeu		27%	38%		13,3%	32%	13%	21%	

** $p<0,01$, * $p=0,05$

Tabela 2
Frequência de Tipos de Respostas em Dilemas Configurados como Perdas, com Baixas Probabilidades

Grupo	Hardware			Dilema Investimento			Seguro		
	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2
Certeza	78%**	53.3%°	41.17%	62.5%	57%	38.2%	84%**	63%**	38.2%
Risco	22%	23.3%	32.35%	37.5%	33%	29.4%	16%	20%	32.4%
Não Respondeu		23.3%	26.47%		10%	32.4%		17%	29.4%

** $p<0,01$, Marginalmente significativo

Nota. O dilema "Seguro", diferentemente dos demais, não apresenta alternativas de certeza e de risco, mas duas alternativas de baixa probabilidade envolvendo risco, portanto, onde se lê "Certeza", leia-se alternativa de menor certeza, e onde se lê "Risco", leia-se alternativa de maior certeza.

Tabela 3
Frequência de Tipos de Respostas em Dilemas que Configurados como Ganho, com Baixas Probabilidades

Grupo	Supermercado			Dilema Carro			Viagem		
	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2
Certeza	50%	17%	32.35%	59%	47%	32%	34%	36.66%	21%
Risco	50%	50%*	35.29%	41%	43%	18%	66%	46.66%	50%°
Não Respondeu		33%	32.35%		10%	50%		16.66%	29%

* $p < 0,05$, Marginalmente significativo

Nota. O dilema “Viagem”, diferentemente dos demais, não apresenta alternativas de certeza e de risco, mas duas alternativas de baixa probabilidade envolvendo ganhos, portanto, onde se lê “Certeza”, leia-se alternativa de maior risco, e onde se lê “Risco”, leia-se alternativa de menor risco.

Tabela 4
Frequência de Tipos de Respostas em Dilemas Configurados como Perdas, com Médias e Altas Probabilidades

Grupo	Internet			Dilema Formatura			Apartamento		
	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2	GC	GE1	GE2
Certeza	56%	43%	44%	72%**	60%	47%°	91%*	63.33%	32%
Risco	44%	47%	35%	28%	33%	21%	9%	33.33%	24%
Não Respondeu		10%	21%		7%	32%		3.33%	44%

** $p < 0,01$, * $p < 0,05$, °Marginalmente significativo

observar nos resultados da Tabela 1. Com o aumento da pressão do tempo, o índice de escolha por alternativas de certeza pareceu diminuir, o que se pode perceber nos resultados dos três dilemas apresentados ao GE1 ($\chi^2(1)=3,846, p=0,050$) e nos dilemas “DVD” ($\chi^2(1)=1,190, p=0,275$) e “Aluguel” ($\chi^2(1)=1,815, p=0,178$) expostos ao GE2. No GE2, apenas no dilema “Celular” foi observado o efeito de configuração ($\chi^2(1)=5,261, p=0,022$), qual seja, uma maior frequência de escolha da alternativa de certeza. A Tabela 2 apresenta a frequência da ocorrência de escolhas de risco, de certeza e de não respondentes nos dilemas que envolvem perdas e baixas probabilidades.

O clássico efeito de aversão ao risco, ou a escolha da alternativa de certeza, pôde ser evidenciado no dilema “Hardware” no GC ($\chi^2(1)=10,125, p=0,001$), conforme os postulados de Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981). Frente à pressão do tempo, em concordância com os estudos de Svenson e Benson (1993), observou-se uma tendência à extinção do efeito de configuração, de modo que com o aumento da pressão do tempo observou-se uma gradual diminuição da preferência pela alternativa de certeza no GE1 ($\chi^2(1)=3,522, p=0,061$) e no GE2 ($\chi^2(1)=0,360, p=0,549$). Já no dilema “Investimento” não se evidenciou diferenças entre as porcentagens de escolha por cada uma das alternativas de forma significativa em nenhum dos grupos ($\chi^2(1)=2,00, p=0,157$).

O dilema “Seguro” tem como particularidade não envolver alternativa de certeza e de risco, mas duas alternativas de baixa probabilidade envolvendo risco. Kahneman e Tversky (1979) encontraram como efeito

esperado a escolha pela alternativa de menor certeza, em consonância com os resultados aqui apresentados no GC ($\chi^2(1)=15,125, p < 0,001$). Frente à pressão do tempo, observou-se uma tendência à diminuição das escolhas pela alternativa de certeza GE1 ($\chi^2(1)=6,760, p=0,009$) e no GE2 ($\chi^2(1)=0,167, p=0,683$), corroborando os dados de Svenson e Benson (1993).

A Tabela 3 apresenta a frequência da ocorrência de escolhas de risco, de certeza e de não respondentes nos dilemas que envolveram ganhos em baixas probabilidades.

Os dados mostram que não se pode identificar um padrão consistente com os estudos de Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981) no que se refere à busca pelo risco nos dilemas “Supermercado” e “Carro”, no GC ($\chi^2(1)=1,125, p=0,289$). No entanto, o efeito detectado no dilema “Supermercado” no GE1 refere-se à busca pelo risco, conforme proposto por Tversky e Fox (1995) ($\chi^2(1)=5,00, p=0,025$).

Apenas no dilema “Viagem” foi possível observar uma tendência à busca pelo risco, na ausência de pressão do tempo (GC) ($\chi^2(1)=3,125, p=0,077$). Houve, ainda, uma tendência à maior busca pelo risco frente à maior pressão do tempo (GE2) ($\chi^2(1)=4,167, p=0,041$). Por outro lado, face à menor pressão do tempo (GE1) não houve o referido efeito ($\chi^2(1)=0,360, p=0,549$). Os resultados dos dilemas da Tabela 3 encontram-se em consonância com os estudos de Ben Zur e Breznitz (1981), na medida em que se apresentam em forma de “U”.

A Tabela 4 apresenta os resultados dos dilemas que envolveram perdas em médias e altas probabilidades, cujos

resultados, portanto, caso estivessem em consonância com os dados das pesquisas de Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981), referir-se-iam à busca pelo risco.

No entanto, pode-se observar que os dilemas “Formatura” e “Apartamento” apresentaram efeitos de aversão ao risco no GC ($\chi^2(1)=6,125, p=0,013$), divergindo do que foi proposto por Tversky e Fox (1995). Não se observou diferenças estatisticamente significativas na porcentagem de escolhas pelas alternativas em nenhum dos grupos em análise no dilema “Internet” ($\chi^2(1)=0,500, p=0,480$).

No que se refere à pressão do tempo, o dilema “Formatura” apresentou efeito em forma de “U” (Ben Zur & Breznitz, 1981), ou seja, foi detectado o efeito de configuração no GC ($\chi^2(1)=6,125, p=0,013$), o que não foi observado no GE1 ($\chi^2(1)=2,286, p=0,131$), e uma tendência a sua ocorrência no GE2 ($\chi^2(1)=3,522, p=0,061$). No dilema “Apartamento”, o efeito observado no GC ($\chi^2(1)=21,125, p<0,001$) pareceu apresentar uma tendência à dissolução no GE1 ($\chi^2(1)=2,793, p=0,095$) e no GE2 ($\chi^2(1)=0,474, p=0,491$), em consonância com os estudos de Svenson e Benson (1993).

Quanto aos não respondentes, observa-se nas Tabelas 1, 2, 3 e 4 que há um incremento de participantes que não emitiram resposta alguma com o aumento da pressão do tempo ($t(62)=3,29, p=0,002$). Esse resultado encontra-se em concordância com os estudos de Maule, Hockey e Bdzola (2000), Maule (1997) e Ben Zur e Breznitz (1981), já que, apesar da aceleração no processamento das informações dos dilemas e da seletividade das informações expostas, os dados sugerem que os participantes do estudo buscaram evitar o sofrimento esperado proveniente de uma tomada de decisão precipitada, como estratégia cognitiva para lidar com a pressão do tempo.

Em termos gerais, os resultados deste estudo corroboraram parcialmente os postulados de Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981). Nos dilemas aplicados à decisão do consumidor, não se verificou o efeito de configuração esperado nas categorias nas quais os resultados documentados nos trabalhos dos referidos autores são de busca pelo risco (baixas probabilidades de ganhos e médias e altas probabilidades de perdas). Já no que se refere às categorias nas quais os resultados documentados são de aversão ao risco, ou seja, naquelas em que as escolhas esperadas referem-se à escolha das alternativas de certeza (médias e altas probabilidades de ganhos e baixas probabilidades de perdas), observou-se o mesmo efeito de configuração.

Nas categorias em que se evidenciou o efeito de configuração (médias e altas probabilidades de ganhos e baixas probabilidades de perdas), os efeitos da pressão do tempo não ocorreram em forma de “U”, conforme proposto

por Ben Zur e Breznitz (1981). O que se observou foi uma tendência à dissolução dos efeitos de configuração frente à pressão do tempo, em consonância com os estudos de Svenson e Benson (1993). No GC (sem pressão do tempo), evidenciou-se o efeito de configuração, que foi atenuado nos grupos experimentais, ou seja, quanto maior a pressão do tempo, menor o percentual dos participantes que optaram pela alternativa de certeza. Cabe ressaltar que, nas categorias de dilemas nas quais não se evidenciou o efeito de configuração, também não foi possível identificar um padrão de escolha sob pressão do tempo consistente com os trabalhos de Ben Zur e Breznitz (1981) e de Svenson e Benson (1993). Portanto, não foi possível se observar o efeito de configuração em forma de “U” ou seu progressivo desaparecimento.

Conclusões

Os resultados de aversão e busca pelo risco, documentados originalmente nos estudos de Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e Tversky e Kahneman (1981), foram parcialmente consistentes com os resultados da pesquisa aplicada à decisão do consumidor. Apenas a aversão ao risco foi evidenciada, não sendo identificado um padrão de respostas aos dilemas em relação à busca pelo risco. Pode-se concluir, portanto, que os consumidores, ao tomarem suas decisões, preferem alternativas seguras. Salienta-se que as categorias de análise nas quais os resultados esperados são de busca pelo risco (baixas probabilidades de ganhos e médias e altas probabilidades de perdas) merecem ser mais bem estudadas, para que seja possível ratificar os resultados aqui encontrados.

O efeito da pressão do tempo foi observado em padrão consistente com a literatura na área apenas nos dilemas nos quais a aversão ao risco foi detectada. Diferentemente de pesquisas anteriores, o aumento da pressão do tempo tendeu a extinguir o efeito de configuração na decisão dos consumidores, em consonância com o trabalho de Svenson e Benson (1993). Isso significa que, frente à pressão do tempo, a forma com que se apresenta um problema decisório para o consumidor parece não ter tanto impacto sobre a decisão tomada, de modo que no GC (sem pressão do tempo) os efeitos de configuração foram evidenciados, o que não se verificou em todos os dilemas nos grupos experimentais (GE1 e GE2).

É importante enfatizar os significativos desvios dos resultados aqui documentados em relação àqueles discutidos nos estudos de Kahneman e Tversky (1979), Tversky e Fox (1995) e de Tversky e Kahneman (1981), especialmente no que se refere aos padrões esperados de busca pelo risco nos dilemas que envolveram ganhos em baixas probabilidades, bem como os de perdas em médias e altas probabilidades de ocorrência dos eventos propostos. Muitas destas discordâncias em relação aos resultados esperados podem ser parcialmente explicadas pelas temáticas dos dilemas.

No presente trabalho realizou-se um estudo brasileiro pioneiro em termos metodológicos, considerando que a aplicação do efeito de configuração à decisão do consumidor merece ser mais explorada. Pretendeu-se, dessa forma, contribuir com as pesquisas na área por meio de inovações metodológicas, aqui representadas pelo desenvolvimento dos dilemas na área do consumidor e de um instrumento informatizado (*software*).

Referências

- Ben Zur, H., & Breznitz, S. (1981). The effect of time pressure on risky choice behavior. *Acta Psychologica*, 47(2), 89-104.
- Hammond, K. (2000). *Judgments under stress*. New York: Oxford University Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263-291.
- Kerstholt, J. (1994). The effect of time pressure on decision-making behaviour in a dynamic task environment. *Acta Psychologica*, 86, 89-104.
- Maule, A. (1997). Strategies for adapting to time pressure. In R. Flin, E. Salas, M. Strub, L. Martin (Eds.), *Decision making under stress: emerging themes and applications* (271-279). Great Britain: Ashgate.
- Maule, A., Hockey, G., & Bdzola, L. (2000). Effects of time-pressure on decision-making under uncertainty: changes in affective state and information processing strategy. *Acta Psychologica*, 104, 283-301.
- Mellers, B. A.; Schwartz, A., & Cooke, A. D. J. (1998). Judgment and decision making. *Annual Review of Psychology*, 49, 447-477.
- Plous, S. (1993). *The psychology of judgment and decision making*. New York: McGraw-Hill.
- Schneider, S. (1992). Framing and conflict: Aspiration level contingency, the status quo, and current theories of risky choice. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 18(5), 1040-1057.
- Svenson, O. & Benson, L. (1993). Framing and time pressure in decision making. In: O. Svenson & A. J. Maule (Eds.), *Time pressure and stress in human judgment and decision making* (133-144). New York: Plenum.
- Tversky, A., & Fox, C. R. (1995). Weighing risk and uncertainty. *Psychological Review*, 102, 269-283.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.
- Wang, X. T. (1996). Framing effects: Dynamics and task domains. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 68(2), 145-157.
- Wright, P. (1974). The harassed decision maker: time pressures, distractions and the use of evidence. *Journal of Applied Psychology*, 59, 555-561.

Received 25/07/2006
Accepted 03/09/2007

Sobre os autores

Leandro Miletto Tonetto. Escola Superior de Propaganda e Marketing, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) do Brasil

Gustavo Rohenkohl. Universidade de Oxford.

Lilian Milnitsky Stein. Bolsista Produtividade CNPq, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil.

Anexo A

Dilemas utilizados no experimento

Dilemas que envolvem situações de ganhos, com baixas probabilidades de ocorrência dos eventos

Supermercado

1. Você acaba de sair das compras em um supermercado, no qual acabou de gastar R\$ 100,00. Você prefere:
- Concorrer a um vale compras no valor de R\$ 5.000,00. A cada R\$ 100,00 gastos você recebe um cupom e você seria o cliente número mil a depositar o cupom na urna. Apenas um cliente será sorteado e você é o último cliente a poder participar.
 - Receber um brinde a sua escolha no valor de R\$ 5,00.

Carro

2. Você procura uma concessionária para comprar um carro. Encontra dois locais, um ao lado do outro na mesma avenida, onde o automóvel que você deseja custa exatamente o mesmo valor. Como você resolveu efetuar essa compra às vésperas do dia dos pais, ambas estão com promoções. A loja A sorteará um automóvel no valor de R\$ 100.000,00 a um de seus mil clientes do mês neste dia, enquanto na loja B você sairá com o tanque abastecido no valor de R\$ 100,00. Em qual das lojas você compraria o automóvel?
- Loja A
 - Loja B

Viagem

3. Você vai a duas agências de turismo fazer o orçamento de uma viagem pelo nordeste. Considere que ambas têm o mesmo número de clientes (mil pessoas cada uma) e que os pacotes de viagem têm o mesmo custo. Como estamos em baixa temporada, as agências estão com algumas promoções. A agência nº 1 oferecerá R\$ 3.000,00 para dois de seus clientes, enquanto a agência nº 2 oferecerá R\$ 6.000,00 para um cliente. Qual agência você escolhe?
- Agência nº 1
 - Agência nº 2

Dilemas que envolvem situações de ganhos, com médias e altas probabilidades de ocorrência dos eventos:

DVD

4. Você vai às compras e adquire uma televisão. Você descobre ser o milésimo cliente da loja matriz e, portanto, tem o direito a participar de uma promoção. Qual das promoções lhe parece a mais atraente?
- Ganhar um DVD no valor de R\$ 500,00.
 - Disputar um equipamento similar, mas mais sofisticado, no valor de R\$ 1.000,00 com outra pessoa, milésimo cliente da filial da loja.

Celular

5. Você vai a uma loja de telefonia celular no intuito adquirir um novo aparelho. O valor de mercado do aparelho que você pretende adquirir é de R\$ 1.000,00. Qual das alternativas lhe parece a mais interessante?
- Adquirir o aparelho em uma loja que oferece um bônus do mesmo valor do aparelho em ligações entre clientes da mesma operadora.
 - Adquirir o aparelho em uma loja que sorteará 80 bônus de R\$ 1.250,00 em ligações entre clientes da mesma operadora àqueles que adquiriram esse aparelho durante a promoção, considerando que 100 clientes participarão do sorteio.

Aluguel

6. Você pretende alugar um apartamento. Em sua procura, você encontra dois imóveis no mesmo prédio, idênticos, mas que estão sendo locados por imobiliárias diferentes. Seu aluguel custará R\$ 600,00 mensais. Onde você prefere alugar seu imóvel?
- Na imobiliária A, que oferece três meses de carência.
 - Na imobiliária B, que oferece a você a possibilidade de participar de um sorteio que premiará 75 novos clientes do mês com quatro meses de carência. Considere que há 100 novos clientes no mês.

Dilemas que envolvem situações de perdas, com baixas probabilidades de ocorrência dos eventos:

Hardware

7. Você pretende adquirir um novo equipamento de informática no valor de R\$ 5.000,00, indispensável para o desempenho de seu trabalho. Essa aquisição é urgente. Como você sabe, o equipamento ainda está em fase de testes e, portanto, pode apresentar defeitos. Apenas duas empresas comercializam esse tipo de hardware no mundo e a garantia oferecida por ambas

é de um ano. Todos os equipamentos da Empresa I apresentam um pequeno defeito, que se manifestará após um ano de uso contínuo, correspondente à necessidade de substituição de uma peça no valor de R\$ 5,00. Sua segunda alternativa é adquirir o novo equipamento de informática na Empresa II. Um a cada mil equipamentos dessa empresa certamente apresentará um defeito fatal, inutilizando-o após um ano de uso contínuo. Em qual empresa você irá adquirir o equipamento?

- a) Empresa I
- b) Empresa II

Investimento

8. Você é um empresário que tem o hábito de aplicar seu dinheiro em fundos de investimento. Você e o gerente de sua conta chegam à conclusão que há duas formas de aplicação que são as mais indicadas para seu caso e aplicaram um valor expressivo em um fundo de investimento de alto risco. Em seguida, você descobre que, neste mês, uma série de fatores econômicos levou o investimento a ser revertido em uma perda e isso atingirá seu dinheiro. Você sabe que, no Fundo A, há uma chance em mil de que você venha a perder R\$ 100.000,00 sobre o valor investido, enquanto que no Fundo B, você perderá certamente R\$ 100,00. Em qual desses fundos de investimento você preferiria ter investido?

- a) Fundo A
- b) Fundo B

Seguro

9. A seguradora de seu carro oferece alguns planos, dentre eles dois planos parciais. Você fez um seguro parcial e seu carro sofreu um acidente. Qual dos seguintes planos você preferiria ter efetuado?

- a) O plano A, que custou R\$ 3.000,00 anuais e não cobre reparos em dois dos mil tipos de acidentes previstos pela seguradora.
- b) O plano B, que custou R\$ 6.000,00 anuais e não cobre os reparos de um dos mil tipos de acidentes previstos pela seguradora.

Dilemas que envolvem situações de perdas, com médias e altas probabilidades de ocorrência dos eventos:

Internet

10. Você trabalha pela Internet e, portanto, não tem a possibilidade permanecer sem a assinatura de um provedor. Alguns novos vírus vêm atacando sistemas pelo mundo todo nessa semana e danificando o hardware dos computadores. Todos os provedores apresentaram falhas no sistema antivírus, de modo que seu computador fica vulnerável a esses ataques. Qual dos seguintes provedores de Internet você assina?

- a) O provedor X, cuja utilização certamente lhe trará prejuízos de hardware no valor de R\$ 500,00 em função do ataque dos vírus que não detectados pelo sistema e pelo antivírus instalado em sua máquina.
- b) O provedor Y, cuja utilização acarreta uma perda de R\$ 1.000,00 para 50% das pessoas em função do ataque dos vírus não detectados pelo sistema e pelo antivírus instalado em sua máquina.

Formatura

11. Você e sua turma da faculdade organizaram a “caixinha” da formatura ao longo do curso, excluindo qualquer possibilidade de reembolso. A empresa que vocês contrataram para organizar o evento realizou o orçamento que sua turma solicitou, de modo que apontou duas possíveis soluções. No Pacote I, do total de dinheiro arrecadado, você perderia com certeza R\$ 1.000,00 do total pago, já que o salão de baile é mais barato que o estimado. Já no Pacote II, dos cinco salões possíveis para a realização do baile, quatro implicam em uma perda financeira de R\$ 1.250,00, de modo que, na possibilidade restante, seu dinheiro guardado é o necessário. Você votará para que a turma escolha qual dos pacotes?

- a) Pacote I
- b) Pacote II

Apartamento

12. Você comprará um apartamento novo. Você tem duas opções equivalentes em termos de localização, custos e benefícios em relação ao pagamento, uma na Torre Atenas do condomínio e outra na Torre Esparta. Dentre os apartamentos da Torre Atenas, todos necessitam de reparos na rede elétrica, orçados em R\$ 1.800,00 por condômino. Dentre os apartamentos da Torre Esparta, três em cada quatro necessitarão de reparos na rede elétrica no valor de R\$ 2.400,00 por condômino. Você prefere:

- a) Adquirir o apartamento da Torre Atenas, assumindo reparos orçados em R\$ 1.800,00.
- b) Adquirir o apartamento da Torre Esparta, assumindo a probabilidade de despendar R\$ 2.400,00 em reparos com 75% de chance, já que três a cada quatro apartamentos apresentam problemas.