

RELATO DE EXPERIÊNCIA - ADMINISTRAÇÃO

A INFLUÊNCIA DA SUBJETIVIDADE NOS PROCESSOS DE TOMADA DE DECISÃO: COMO UMA TERCEIRA ALTERNATIVA IRRELEVANTE PODE INFLUENCIAR A ORDEM DE PREFERÊNCIA RELATIVA DE OUTRAS DUAS ALTERNATIVAS EM UM CONJUNTO DE ESCOLHAS

Gabriel Correa De Oliveira (gabriel.co93@gmail.com)

Marcos Antônio De Camargos (camargos.marcos@gmail.com)

RESUMO

Introdução: A tomada de decisão é algo que faz parte do cotidiano das pessoas, podendo ser observada em diversos contextos. Para responder às situações que exigem algum tipo de tomada de decisão, o cérebro das pessoas desenvolve mecanismos que aperfeiçoam a tomada de decisão, tanto em termos de economia de esforço quanto de rapidez de resposta. Estudiosos da área de economia comportamental propuseram modelos para tentar prever a forma como determinados elementos envolvidos no processo de tomada de decisão podem afetar a probabilidade de escolha das alternativas disponíveis. Estes modelos partem justamente da premissa de que comportamentos irracionais não são aleatórios, mas são sistemáticos e se repetem em diversas ocasiões, o que os torna previsíveis. Ariely e Wallsten (1995), por exemplo, estudaram como o contexto (modo pelo qual as alternativas de escolha disponíveis se apresentam ao tomador de decisão) poderia influenciar na maneira como os conjuntos de escolhas são avaliados. Eles buscaram entender o papel e a influência de uma terceira alternativa irrelevante (alternativa chamariz) na ordem de preferências relativas das outras duas alternativas em um conjunto de escolha. O estudo mostra como Efeito de Dominância Assimétrica pode enviesar a probabilidade de que determinadas alternativas sejam ou não escolhidas em um conjunto de alternativas hipotético. A terceira alternativa introduzida por eles nos conjuntos de alternativas testados gera o chamado Efeito Chamariz, uma vez que ela é construída para ser inferior às outras alternativas, mas exerce uma influência sobre as

probabilidades de escolha das outras alternativas. Objetivo: O objetivo deste trabalho é avaliar como uma terceira alternativa irrelevante pode influenciar a ordem de preferência relativa de outras duas alternativas em um conjunto de escolhas (Efeito Chamariz). Metodologia: Trata-se de pesquisa explicativa, com enfoque quantitativo, elaborada com dados primários, coletados por meio de questionário eletrônico junto a uma amostra de 60 respondentes (alunos da FACE-UFMG). Este questionário teve a mesma estrutura de Ariely e Wallsten (1995), simulando decisão de compra de um produto. Foram utilizados três produtos diferentes: aparelho micro-ondas, tênis de corrida e computador, cujos valores foram retirados de anúncios lojas virtuais, disponíveis na internet (Item A). Para cada produto, três itens foram apresentados para os participantes em cada rodada. Foram utilizadas três dimensões para avaliar a atratividade de cada item: preço e duas outras, que variaram de acordo com o tipo de produto. A terceira alternativa (Item C) consistiu da fixação dos valores como determinadas porcentagens dos valores do Item A, entre 45% e 70%. Tanto o Item A quanto o Item C foram constantes para todo o experimento. Resultados: Na análise dos dados coletados, foi possível identificar que uma relação de preferência óbvia entre duas opções, sendo que uma delas dominada assimetricamente, tornará a primeira opção mais atrativa na presença da alternativa dominada assimetricamente do que em sua ausência. Além disso, observou-se também que a importância dada a uma dimensão de escolha tende a aumentar quando a relação de preferência for induzida por aquela dimensão, em relação a situações em que a preferência for dada por outras dimensões. Conclusão: Assim, conclui-se que o Efeito de Dominância Assimétrica pode se manifestar de forma consistente em contextos específicos de tomada de decisão. Analisando os resultados observados sob a ótica da base teórica do Efeito de Dominância Assimétrica, é possível afirmar que o princípio da regularidade, que é parte fundamental das teorias econômicas tradicionais, foi sistematicamente violado nesta pesquisa. Foram observadas situações em que a probabilidade de se escolher uma alternativa "X" foi diferente em conjuntos de alternativas diferentes, enquanto o princípio da regularidade afirma que tais probabilidades deveriam permanecer constantes.

Palavras-chave: Palavras-chaves: Finanças Comportamentais. Efeito de Dominância Assimétrica. Efeito Chamariz. Ancoragem.