



Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE)
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)
Bacharelado em Ciências Contábeis

LETÍCIA GAMA RIBEIRO

EFEITO *PRIMING* NA CONTABILIDADE

BRASÍLIA, DF
2018

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura
Reitora da Universidade de Brasília

Professor Doutor Sérgio Antônio Andrade de Freitas
Decano de Ensino de Graduação

Professor Doutor Eduardo Tadeu Vieira
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Professor Doutor Paulo César de Melo Mendes
Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Professora Doutora Danielle Montenegro Salamone Nunes
Coordenadora de Graduação do Curso de Ciências Contábeis – Diurno

Professor Mestre Elivânio Geraldo de Andrade
Coordenador de Graduação do Curso de Ciências Contábeis - Noturno

LETÍCIA GAMA RIBEIRO

EFEITO *PRIMING* NA CONTABILIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. César Augusto Tibúrcio
Silva

BRASÍLIA, DF
2018

RR484e Ribeiro, Leticia
 Efeito priming na contabilidade / Leticia Ribeiro;
orientador César Silva . -- Brasília, 2018.
 31 p.

 Monografia (Graduação - Ciências contábeis) --
Universidade de Brasília, 2018.

 1. Efeito priming . 2. Tomada de decisão . 3. Análise
econômico-financeira. 4. Finanças comportamentais . I. Silva
, César, orient. II. Título.



Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE)
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)
Bacharelado em Ciências Contábeis

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: Efeito *Priming* na Contabilidade.

Autor: Letícia Gama Ribeiro.

Monografia apresentada à Banca Examinadora da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Monografia aprovada em:

Prof. Dr. César Augusto Tibúrcio Silva.

Prof. Dra. Clésia Camilo Pereira.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi verificar se o efeito *priming* tem influência na tomada de decisões dos indivíduos em análises econômico-financeiras. O efeito *priming* ocorre quando um estímulo inicial exposto (o “*prime*”) influencia a percepção das pessoas sobre a informação subsequente apresentada. Para verificar isso, foram elaborados 3 tipos de questionários com demonstrações contábeis idênticas de uma empresa fictícia. A diferença entre eles era que, no questionário A foi inserido um *prime* no começo do relatório de administração afirmando que o ano de 2017 tinha sido excelente para os negócios da empresa. No questionário B esse mesmo *prime* foi inserido ao final do relatório, para captar se o local de inserção do estímulo também afeta na análise do desempenho pelos usuários da informação. O questionário C era imparcial, ou seja, não tinha estímulo nenhum no relatório. A amostra da pesquisa foi formada pelas respostas de 119 alunos do curso de Ciências Contábeis da Universidade de Brasília. Os resultados encontrados apontam que, no caso desta amostra, o *priming* teve o efeito contrário ao que se propõe. Os alunos que não recebiam o estímulo positivo sobre a empresa foram os que mais bem avaliaram-na. O questionário C teve notas maiores do que os outros dois. Uma possível explicação é que ao colocar a frase positiva, ela tenha gerado desconfiança nos respondentes, abaixando a avaliação feita pelos respondentes sobre a empresa. Estes resultados não corroboraram com os estudos de efeito *priming* já realizados por outros autores. No entanto, corrobora com a teoria das finanças comportamentais, ao comprovar que os indivíduos não utilizam de uma racionalidade perfeita no processo de tomada de decisões, mesmo que o efeito encontrado tenha sido o contrário do esperado.

Palavras-chave: Efeito *priming*. Tomada de decisão. Análise econômico-financeira. Finanças comportamentais.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Distribuição por gênero.....	16
Tabela 2 – Distribuição por semestre.....	17
Tabela 3 – Estatística descritiva.....	17
Tabela 4 – Teste de diferença de duas médias.....	18

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	11
2.1 Finanças Comportamentais.....	11
2.2 Heurísticas e Vieses.....	11
2.3 Estudos sobre o Efeito <i>Priming</i>	12
3. METODOLOGIA.....	14
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	16
5. CONCLUSÕES.....	20
APÊNDICE A – Questionários.....	23
APÊNDICE B – Saídas do software.....	29

1. INTRODUÇÃO

O principal objetivo da contabilidade é fornecer informações acerca de uma entidade para que sejam utilizadas na tomada de decisão do usuário (SILVA; RODRIGUES, 2015). De acordo com a Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro (CPC00), para que a informação contábil seja útil ela deve ser relevante e representar os fenômenos patrimoniais, econômicos e financeiros com fidedignidade. Um dos aspectos necessários para que a informação seja caracterizada qualitativamente como representação fidedigna é a neutralidade. Uma informação neutra não pode ser distorcida ou manipulada para influenciar o usuário. Desse modo, os relatórios contábeis têm o papel de ajudar o investidor a tomar suas decisões, mas devem ser elaborados livres de vieses.

Entretanto, a teoria das finanças comportamentais mostra que o agente econômico não toma decisões financeiras de forma plenamente racional como se imaginava. Na prática, fatores psicológicos também influenciam a percepção e as escolhas das pessoas a todo momento.

O *priming* é o processo onde um indivíduo é exposto a um estímulo que influencia sua resposta a um estímulo subsequente (FAJARDO; LEÃO, 2014). Ou seja, o efeito *priming* pressupõe que a partir de um estímulo inicial (*prime*) por meio de palavras positivas ou negativas, a informação subsequente é afetada de modo a influenciar a decisão de escolha do indivíduo.

De certo modo, o efeito *priming* fere a neutralidade da informação contábil-financeira, visto que o conteúdo do estímulo pode influenciar a percepção que o investidor (ou investidor em potencial) tem sobre a empresa. Como sabe-se atualmente que o agente econômico toma decisões não baseadas somente na completa racionalidade, esse efeito psicológico pode interferir na análise e decisão do indivíduo.

Sendo assim, o objetivo do estudo foi trazer esse conceito para o mundo contábil e verificar se o “prime” presente nos questionários impactará a avaliação da empresa por parte dos respondentes, em relação aos questionários imparciais cujas demonstrações contábeis disponibilizadas são idênticas. Tal mecanismo psicológico pode ser facilmente utilizado nas organizações para influenciar o comportamento decisório dos analistas de mercado (FAJARDO; LEÃO, 2014)

Este estudo foi motivado pelo fato de que os agentes das áreas de contabilidade e finanças deveriam ser propensos a usar um método exclusivamente racional em suas análises e processos decisórios, visto que possuem grande conhecimento técnico nessas áreas. Portanto, teoricamente não estariam expostos a problemática da racionalidade limitada. Sendo assim, a

hipótese levantada neste trabalho é a de que o relatório de administração presente nos questionários que possuem a frase como “*prime*” afetam positivamente a análise do desempenho da empresa. Portanto, procura-se responder à pergunta: O efeito *priming* melhora a imagem que o indivíduo tem da empresa durante a análise de desempenho?

A relevância do trabalho reside na importância que a informação contábil transparente tem para a tomada de decisão do investidor, que depende dos relatórios preparados pela própria entidade para optar ou não pela compra de ações, por exemplo.

O trabalho está subdividido em 5 seções. A introdução traz a contextualização do tema, o objetivo e a relevância da pesquisa. No referencial teórico são apresentados trabalhos desenvolvidos na área e os principais conceitos relacionados ao tema deste artigo. A metodologia mostra como foi realizada a coleta e a análise dos dados. A seção intitulada “Resultados” evidencia a explicação dos achados. Por fim, nas considerações finais são expostas as conclusões mais relevantes.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Finanças Comportamentais

As teorias clássicas das finanças modernas não são capazes de sustentar e explicar alguns fenômenos observados nos mercados financeiros. Com a observação de evidências empíricas surgiu o campo de estudo das Finanças Comportamentais, reconhecendo que as pessoas nem sempre se comportam de forma completamente racional (YOSHINAGA *et al.*, 2008). A principal hipótese do modelo moderno de finanças é a de que o homem, chamado de *homo economicus*, analisa e leva em consideração todas as informações e hipóteses a fim de solucionar um problema, portanto, é um ser perfeitamente racional (HALFELD; TORRES, 2001). Entretanto, observou-se a presença da irracionalidade humana no processo de tomada de decisão por meio de estudos realizados que mostraram não estar a racionalidade no centro das escolhas das pessoas.

As Finanças Comportamentais surgiram nesse contexto em que se identificou a presença de emoções e erros cognitivos no processo decisório, como uma alternativa no estudo dos movimentos de mercado. Ou seja, é necessário levar em consideração que os agentes econômicos não se comportem de maneira completamente racional o tempo todo. Portanto, o processo humano de decisão está sujeito a ilusões derivadas de heurísticas e ilusões derivadas de crenças práticas enviesadas que o predispõe a cometer erros (LIMA, 2003).

Sendo assim, as finanças comportamentais se preocupam com o estudo da influência que a psicologia tem no comportamento dos agentes do mercado financeiro (SHEFRIN, 2000 *apud* KIMURA; BASSO; KRAUTER, 2005).

2.2 Heurísticas e vieses

A tomada de decisão é afetada pelo comportamento decisório do indivíduo. Devido a impossibilidade de obter todas as informações, analisar todas as alternativas e suas consequências, surgem os traços de racionalidade limitada (MACEDO; DANTAS; OLIVEIRA, 2012). Sendo assim, para facilitar o julgamento e dispender menos tempo no processo de tomada de decisões, as pessoas fazem o uso de heurísticas, com o objetivo de criar atalhos cognitivos para simplificar o processo decisório. Segundo Tonetto *et al.* (2006), as heurísticas são “mecanismos cognitivos adaptativos que reduzem o tempo e os esforços nos julgamentos, mas que podem levar a erros e vieses de pensamento”. Kahneman e Tversky (1979 *apud*

MACEDO; FONTES, 2009) definem heurísticas de julgamento como uma série de estratégias simplificadoras utilizadas pelos indivíduos em seu processo de escolhas.

Essas heurísticas são utilizadas como meio para solucionar um problema em ambientes complexos da forma mais simples e ágil possível. Ou seja, são mecanismos que implicitamente dirigem o comportamento decisório dos indivíduos nos ambientes complexos que cercam as decisões (MACEDO; DANTAS; OLIVEIRA, 2012). Assim, “as heurísticas de julgamento são muito úteis no processo decisório, mas também podem levar a vieses de decisão” (MACEDO; DANTAS; OLIVEIRA, 2012, p. 4).

Um estudo realizado por Macedo e Fontes (2009) procurou analisar qual o impacto da racionalidade limitada nas decisões e opiniões de analistas contábil-financeiros. O resultado apontou que o uso de heurísticas de julgamento levou a vieses que interferiram na escolha da alternativa mais racional.

Barreto, Macedo e Alves (2013) analisaram a tomada de decisão em ambiente contábil sob a luz da teoria dos prospectos. O foco principal foi verificar como o efeito *framing* interferia na análise e produção de informação contábil. Segundo os autores, foi identificada a presença do *framing*, pois de acordo com a maneira como a informação era passada aos participantes, foi verificado que quando os indivíduos estavam no campo dos ganhos, eles demonstraram uma atitude favorável ao ganho certo, mas demonstraram uma tendência ao risco quando estavam no campo das perdas, escolhendo a opção mais arriscada.

Da mesma maneira, Lima Filho (2010) investigou correlações entre as práticas de controladoria com a existência de vieses cognitivos em decisões no cenário contábil-financeiro e confirmou a ocorrência de heurísticas nos indivíduos envolvidos com as práticas orçamentárias.

O trabalho de Feitosa, Silva e Silva (2014) avaliou se existiam vieses cognitivos e motivacionais, como o excesso de confiança, o otimismo e a ancoragem, em gestores de uma empresa de construção civil do Brasil. Os resultados corroboraram com a literatura sobre heurísticas.

2.3 Estudos sobre o Efeito *Priming*

Em um estudo na área de psicologia social, Higgins *et al.* (1977 *apud* BARGH; CHARTRAND, 2000) expôs participantes da pesquisa a sinônimos de alguns traços de certo tipo de personalidade. Depois os participantes leram sobre uma pessoa chamada Donald que gostava de fazer coisas como navegar pelo oceano e estudar, ambas sozinho. Os participantes

que foram previamente expostos a palavras como “aventureiro” e “independente” formaram uma impressão mais positiva sobre Donald do que os que foram expostos a palavras como “reservado”, “afastado” e “imprudente”.

Fajardo e Leão (2014) analisaram a influência do efeito *priming* na avaliação dos indivíduos a respeito de ações antiéticas. Os resultados demonstraram que o prime levou os participantes a avaliar situações fraudulentas como mais graves e ficou evidente que o efeito fortalece a relação entre gravidade da situação e punições mais severas. Busnello, Stein e Salles (2008) estudaram a relação do efeito *priming* e a decisão lexical de universitários brasileiros.

Gilad e Kliger (2008) verificaram a influência do *priming* na tomada de decisão financeira. O resultado evidenciou que o prime afeta as decisões de investimentos. O mais interessante na pesquisa foi constatar que as decisões dos profissionais foram mais afetadas do que as decisões dos universitários.

O efeito *priming* também foi analisado na perspectiva do comportamento do consumidor. Pacheco Junior, Damacena e Bronzatti (2015) perceberam que os estudos de marketing utilizam o *priming* como instrumento e como meio para ação dos elementos de marketing.

No processo decisório de compra de ações, Ferreira (2011) constatou que o conhecimento da empresa por parte do participante da pesquisa foi crucial para determinar a existência do viés cognitivo. A pesquisa mostrou que as pessoas que já conheciam a empresa não foram afetadas pelo efeito das palavras. Em contrapartida, quem não conhecia a empresa teve sua escolha afetada pela influência das palavras.

Os estudos listados verificaram a presença do viés cognitivo *priming* em diversas áreas. Este trabalho está inserido na perspectiva contábil-financeira, com o intuito de verificar se os discentes de Contabilidade estão suscetíveis ao *priming* na análise de empresas.

3. METODOLOGIA

A técnica utilizada para desenvolver este trabalho foi a aplicação de questionário, o que caracteriza a pesquisa como quantitativa do tipo experimental. A amostra é composta pelas respostas de 119 estudantes do curso de Ciências Contábeis da UnB. Os questionários utilizados eram formados por 4 partes. A primeira parte é a “Apresentação”, que identificava a autora e apresentava a finalidade da pesquisa. A segunda parte, “Identificação do respondente”, caracterizava o aluno e tinha como objetivo avaliar se o perfil traçado exerce alguma influência nas respostas dadas. Nesta parte foram questionadas as informações pessoais gênero, idade e semestre. A terceira parte trata-se das Demonstrações Contábeis da empresa, junto com o Relatório da Administração. Por fim, a quinta parte é onde se encontravam as afirmativas sobre o desempenho da empresa que os respondentes deveriam avaliar.

Foram desenvolvidos 3 tipos de questionários com dados fictícios de uma empresa, nos quais as demonstrações contábeis fornecidas eram idênticas e, ao final de cada questionário, os respondentes deveriam avaliar, atribuindo uma nota de 0 a 10, cada uma das 5 afirmativas feitas sobre o desempenho da empresa, de modo que a nota atribuída poderia atingir o valor máximo de 50 pontos.

As demonstrações contábeis disponibilizadas para análise foram o Balanço Patrimonial, a Demonstração do Resultado do Exercício e a Demonstração dos Fluxos de Caixa. No Relatório da Administração se encontra a diferença entre os questionários: dois deles com efeito *priming* (um no começo do texto e outro no final) e um sem. O parágrafo sem efeito *priming* era o seguinte: *Atuamos no setor de aço e minério de ferro e nossas filiais podem ser encontradas em diversos países. Nossa sede é localizada no Brasil e possuímos ações negociadas na BM&FBOVESPA, bolsa de valores de São Paulo. A empresa foi fundada em 1952 e somos uma das mais antigas do setor.* Nos questionários com efeito *priming*, foi inserida a frase “*O ano de 2017 foi excelente para a nossa empresa.*” no início do texto no caso do questionário A e no final do texto no caso do questionário B. O questionário sem efeito *priming* é o C. Todos eles estão disponíveis no apêndice A.

Foram aplicados 124 questionários durante o primeiro semestre do ano de 2018, dos quais 5 foram descartados por terem sido preenchidos de forma incorreta. Portanto, foram analisados 40 questionários com efeito *priming* no início do relatório de administração (questionário A), 40 questionários com efeito *priming* no final (questionário B) e 39 questionários sem o efeito (questionário C). A aplicação foi feita de modo que cada tipo de questionário tivesse o mesmo número de respondentes aproximadamente.

A escolha das turmas para aplicação dos questionários foi feita de forma que evitasse que o mesmo aluno respondesse o questionário duas vezes. Para isso, foram selecionadas turmas de Contabilidade Geral 1, Contabilidade Geral 2 e Contabilidade geral 3, visto que são disciplinas em cadeia. Também foram escolhidas turmas de uma matéria mais avançada do curso. Durante a aplicação, os questionários foram distribuídos de maneira aleatória. Todos respondentes foram alunos do período noturno.

A principal vantagem dessa amostra é a acessibilidade na coleta dos dados. Outra vantagem é a representatividade da amostra, ao selecionar alunos mais novos no curso, refletindo usuários das demonstrações contábeis com pouco conhecimento técnico e teórico sobre a informação prestada nos relatórios; e alunos mais avançados no curso, que pode representar investidores mais experientes e familiarizados com as demonstrações. O risco associado é o de não representar o usuário da informação contábil, por mais que tenha existido um esforço para garantir isso.

A hipótese a ser testada na pesquisa é a de que o efeito *priming* influencia os usuários ao avaliar uma empresa. Ou seja, acredita-se que a soma das notas atribuídas aos questionários que possuem a frase de efeito seja maior do que a nota dos questionários que não possuem o efeito. Dentre os questionários que possuem o efeito *priming*, ainda foi analisado se o local, no texto, onde a frase aparecer, também influencia na avaliação feita pelos respondentes. Espera-se que os relatórios de administração onde a frase aparece logo no começo sejam mais bem avaliados, visto que as demonstrações publicadas nos veículos de informação geralmente trazem essa frase no início, esperando causar algum impacto positivo.

Os dados coletados na pesquisa foram tabulados e tratados no programa Excel. Os testes estatísticos foram realizados com o auxílio do software Grtl. Inicialmente, foi calculada a estatística descritiva da amostra, como média, desvio-padrão, assimetria e curtose. Depois foi calculado o teste de diferença de duas médias e a regressão linear múltipla, que dizem respeito a estatística inferencial. A regressão foi utilizada para verificar o efeito que as variáveis independentes (semestre, idade, gênero, questA, questB e questC) tinham sobre a variável dependente NOTA. Durante toda a análise foi determinada como critério de decisão significância de 5%.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Como dito anteriormente, a amostra utilizada na pesquisa possui 119 questionários válidos. A tabela 1 abaixo mostra a distribuição de frequência dos respondentes por gênero.

Tabela 1 – Distribuição por gênero:

Gênero	Quantidade	Percentual
Feminino	48	40%
Masculino	71	60%
Total	119	100%

Fonte: Elaboração própria.

A distribuição do gênero demonstra que houve uma diferença considerável entre a quantidade de homens e de mulheres que responderam o questionário. Apenas 40% dos respondentes eram do gênero feminino, contra 60% do masculino. Foi feita uma análise da proporção de cada gênero por turma onde os questionários foram aplicados e os resultados obtidos seguiram o percentual encontrado para a amostra total. Em cada turma, a proporção do sexo masculino foi de 60% e do feminino de 40% aproximadamente. A única turma que teve resultado diferente (percentual exato de 50% para cada gênero) foi Contabilidade Geral 3. Esse resultado pode refletir a composição dos alunos de Ciências Contábeis em relação ao gênero, onde o curso tem mais alunos do sexo masculino do que feminino. Entretanto deve-se levar em consideração o risco de a amostra não ser representativa do todo.

Os estudantes da amostra estavam entre o 1º e o 9º semestre do curso, com destaque para o fato de que não teve nenhum aluno do 8º semestre. O semestre que apareceu com maior frequência entre os respondentes foi o 1º, com 32 observações. Os estudantes estavam no 3,19 semestre em média, com desvio-padrão de 1,97. Isso se explica pelo fato de os questionários terem sido aplicados em sua maioria para turmas do início do curso. A tabela 2 mostra a distribuição dos alunos por semestre:

Tabela 2 – Distribuição por semestre:

Semestre	Quantidade	Percentual
1°	32	27%
2°	24	20%
3°	16	14%
4°	10	8%
5°	17	14%
6°	15	13%
7°	4	3%
9	1	1%
Total	119	100%

Fonte: Elaboração própria.

Com relação à idade, os alunos apresentaram média de 21,7 anos, com desvio-padrão de 5,53. A mediana apresentou o valor de 20 anos, bem próximo da média, o que indica que a distribuição é aproximadamente simétrica. A idade mínima e a máxima foram de 17 e 49 anos, respectivamente. A maior parte dos alunos tinha 19 anos, sendo 31 deles (moda). Isso se explica, relacionado com o número do semestre, que são pessoas que estavam no início do curso.

Os alunos avaliaram o desempenho da empresa por meio de 5 afirmativas, atribuindo nota de zero a 10 a cada uma delas. A tabela 3 relaciona a estatística descritiva da nota total em cada questionário (A, B e C).

Tabela 3 – Estatística descritiva:

	Questionário A	Questionário B	Questionário C
N	40	40	39
Média	31,4	30,1	35,462
Desvio-padrão	8,3384	8,2983	6,9844
Curtose	-0,0559	-0,1036	-0,0668
Assimetria	-0,5438	-0,4627	-0,4553

Fonte: Elaboração própria.¹

¹ Questionário A: com efeito *priming* no início do relatório de administração. Questionário B: com efeito *priming* no final do relatório de administração. Questionário C: sem efeito *priming*.

Os dados expostos acima evidenciam que o questionário C apresenta o desvio-padrão mais baixo, indicando que os dados desse questionário são mais uniformes do que os dados dos questionários A e B, que apresentaram desvio-padrão de 8,3384 e 8,2983 respectivamente. Também é possível observar que o questionário C foi o que apresentou a maior média de notas atribuídas pelos respondentes à empresa. Os questionários A e B obtiveram médias muito próximas, com diferença de apenas 1,3 pontos. Curiosamente, o questionário C, que teve a maior média de notas, foi o único questionário que não levou nota zero em nenhuma das 5 afirmativas feitas; os outros dois questionários tiveram questões avaliadas como “discordo totalmente”, que corresponde a 0.

A curtose é uma medida de dispersão relacionada ao grau de afilamento da curva da distribuição. Para os 3 tipos de questionários, a curtose teve valor negativo. Ou seja, a função de distribuição da amostra tem curva mais achatada do que a distribuição normal, indicando dados mais dispersos. A assimetria dos 3 questionários também deu negativa; esse valor mostra que a cauda do lado esquerdo da distribuição é mais longa que a do lado direito.

Para verificar se as médias são estatisticamente homogêneas ou se são diferentes comparando os questionários, foi feito o teste de diferença de duas médias, com significância definida em 5%. O p-valor obtido está relacionado na tabela 4 abaixo.

Tabela 4 – Teste de diferença de duas médias:

Questionários	p-valor	t
A x B	0,2433	0,6989
A x C	0,0108	2,3442
B x C	0,0013	-3,1033

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados encontrados demonstram que o questionário C teve notas superiores aos demais. Percebe-se que o p-valor é baixo para os casos com o questionário C (significância menor que 0,01). Como esse questionário era o que não possuía o efeito *priming*, isso indica que a presença do efeito não influencia positivamente a percepção que os participantes da pesquisa têm sobre a empresa. Pelo contrário, foi obtida evidência de que a existência do efeito *priming* no questionário (seja ele no início ou no final do relatório) influencia negativamente a avaliação do desempenho da empresa por parte dos respondentes.

Com base nos resultados apresentados e na observação dos alunos durante a aplicação dos questionários, é possível inferir que os questionários que continham a frase de efeito geraram uma certa desconfiança e pessimismo nos participantes, que deram notas menores do que no questionário imparcial. Supõe-se que os alunos que responderam tais questionários

(38,49) e do que no B (36,61). As saídas do software com os resultados das regressões se encontram no apêndice B.

Os resultados indicam que a hipótese levantada sobre o efeito *priming* ajudar a melhorar a percepção da empresa pelo investidor não foi confirmada. Pode ser que tenha causado o efeito contrário e interferido negativamente no julgamento dos respondentes, levando-os a atribuir nota menor à empresa em comparação com informações contábeis imparciais. O trabalho de Ferreira (2011) mostrou que os participantes que não conheciam a empresa tiveram suas escolhas afetadas pelo efeito das palavras. O resultado do trabalho dele corrobora com o resultado desta pesquisa, embora a influência verificada nesta pesquisa tenha sido negativa. Os estudantes não foram apresentados à empresa da pesquisa anteriormente, mas foram afetados negativamente pelo *prime*, e ainda foram levados a “penalizar” a empresa, atribuindo notas menores quando comparado com os questionários imparciais.

5. CONCLUSÕES

O objetivo do trabalho foi verificar a influência do efeito *priming* na avaliação de uma empresa por parte dos estudantes. Com base na teoria desenvolvida sobre o assunto, imaginava-se que o impacto fosse positivo.

Os resultados encontrados na pesquisa rejeitaram a hipótese de que a percepção dos respondentes sobre a empresa seria melhor nos casos em que demonstrações contábeis fossem apresentadas com uma frase positiva no relatório de administração.

Entretanto, foi observado que o questionário imparcial teve notas melhores que os outros dois questionários, indicando que a presença do efeito parece causar algum tipo de pessimismo nos respondentes em relação à empresa, puxando as notas para baixo. Assim, neste estudo, o efeito *priming* teve o impacto contrário do que se pretende. É importante ressaltar que na análise das notas dadas pelos alunos a cada uma das 5 afirmativas, o questionário C (imparcial) foi o único que não teve nenhuma nota 0.

Outro aspecto que se mostrou significativo no estudo foi a idade. Quanto mais velho for o respondente, menor é a nota dada por ele. Isso pode ser explicado por pessoas mais velhas serem mais experientes e terem uma bagagem teórica maior, já que estão nos semestres mais avançados do curso.

Outra hipótese levantada era a de que o fato de a frase de efeito vir logo no começo do relatório levaria os respondentes a avaliar melhor a empresa do que no caso em que a frase estivesse no final. Isso foi confirmado na regressão. Apesar de os valores serem próximos, quando questionário aplicado é o A, ele conduz a nota a ser maior do que quando o questionário é o B.

Como os questionários foram aplicados somente para alunos, pode ser que essa amostra não seja representativa de analistas e investidores que atuam no mercado. Uma sugestão de pesquisa futura seria a aplicação dos questionários para esse público e para um maior número de indivíduos.

REFERÊNCIAS

- BARGH, J. A.; CHARTRAND, T. L. Studying the mind in the middle: a practical guide to priming and automaticity research. In: REIS, T. H.; JUDD, C. M. (Eds.). **Handbook of research methods in social and personality psychology**. New York, NY: Cambridge University, 2000, p. 253-285).
- BARRETO, P. S.; MACEDO, M. A. S.; ALVES, F. J. S. Tomada de decisão e teoria dos prospectos em ambiente contábil: uma análise com foco no efeito *framing*. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, UNEB, Salvador, v. 3, n. 2, p. 61-79, maio/ago., 2013.
- BUSNELLO, R.; STEIN, L. M.; SALLES, J. F. Efeito de *priming* de identidade subliminar na decisão lexical com universitários brasileiros. **Psico**, v. 39, n. 1, p. 41-47, jan./mar., 2008.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS**. Disponível em: <http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf>. Acesso em: 15 out. 2018.
- FAJARDO, B. A. G.; LEÃO, G. A. O efeito *priming* na avaliação de ações antiéticas: um estudo experimental. **RAC**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 1, p. 59-77, jan./fev., 2014.
- FEITOSA, A. B.; SILVA, P. R.; SILVA, D. R. A influência de vieses cognitivos e motivacionais na tomada de decisão gerencial: evidências empíricas em uma empresa de construção civil brasileira. **Revista de Negócios**, v. 19, n. 3, p. 3-22, jul./set., 2014.
- FERREIRA, J. S. **O efeito subliminar em situações de decisões sobre compra de ações**. 2011. Dissertação (Mestrado em Controladoria Empresarial) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011.
- GILAD, D.; KLIGER, D. Priming the risk attitudes of professionals in financial decision making. **Review of Finance**, v. 12, n. 3, p. 567-586, 2008.
- HALFELD, M.; TORRES, F. F. L. Finanças comportamentais: aplicações no contexto brasileiro. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 2, p. 64-71, abr./jun., 2001.
- HIGGINS, E.T.; RHOLES, W. S.; JONES, C.R. **Category accessibility and impression formation**. *Journal of Experimental Social Psychology*, n. 13, p. 141-154, 1977.
- KAHNEMAN, D. P.; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**, p. 263-291, March, 1979.
- KIMURA, H.; BASSO, L. F. C.; KRAUTER, E. Paradoxos em finanças: teoria moderna versus finanças comportamentais. **RAE**, v. 46, n. 1, p. 41-58, 2005.
- LIMA FILHO, R. N. **Quanto mais faço, mais erro? Um estudo sobre a associação entre prática de controladoria, cognição e heurísticas**. 2010. Dissertação (Mestrado) Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Ciências Contábeis, 2010.
- LIMA FILHO, R. N. et. al. Heurísticas e práticas orçamentárias: um estudo experimental. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 1, p. 42-58, jan./jun., 2010.

LIMA, M. V. Um estudo sobre finanças comportamentais. **RAE-eletrônica**, v. 2, n. 1, jan./jun., 2003.

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**, UFSC, Florianópolis, v. 1, n. 11, p. 159-186, jan./jun., 2009.

MACEDO, M. A. S.; DANTAS, M. M.; OLIVEIRA, R. F. S. Análise do comportamento decisório de profissionais de contabilidade sob a perspectiva da racionalidade limitada: um estudo sobre os impactos da teoria dos prospectos e das heurísticas de julgamento. **Revista Ambiente Contábil**, UFRN, Natal, v. 4, n. 1, p. 1-16, jan./jun., 2012.

PACHECO JÚNIOR, J. C. S.; DAMACENA, C.; BRONZATTI, R. Pré-ativação: o efeito *priming* nos estudos sobre o comportamento do consumidor. **Estudos e pesquisas em psicologia**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 284-309, 2015.

SHEFRIN, H. M. *Beyond Greed and Fear*. **Harvard Business School Press**, 2000.

SILVA, C. A. T.; RODRIGUES, F. F. **Curso de contabilidade básica**. São Paulo: Atlas, 2015.

SILVA, L. R. **Influência do reflexo cognitivo no perfil dos poupadores: abordagem da economia comportamental**. Florianópolis: UFSC, 2016.

TONETTO, L. M. et al. O papel das heurísticas no julgamento e na tomada de decisão sob incerteza. **Estudos de psicologia**, Campinas, v. 23, n. 2, p. 181-189, abr./jun., 2006.

YOSHINAGA, C. E. et al. Finanças comportamentais: uma introdução. **Revista de Gestão**, USP, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 25-35, jul./set. 2008.

APÊNDICE - A

Questionários



FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAS

Questionário com priming no início do relatório:

Meu nome é Letícia Ribeiro e sou graduanda do curso de Ciências Contábeis. Estou desenvolvendo uma pesquisa à título de Trabalho de Conclusão de Curso e gostaria que respondesse o questionário abaixo.

Grata pela colaboração.

Dados pessoais

Curso: _____

Semestre: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: _____ anos

A seguir encontram-se os relatórios contábeis de uma empresa fictícia. Observe as informações e em seguida responda as questões.

Relatório da Administração – Exercício de 2017:

Senhores acionistas,

O ano de 2017 foi excelente para a nossa empresa. Atuamos no setor de aço e minério de ferro e nossas filiais podem ser encontradas em diversos países. Nossa sede é localizada no Brasil e possuímos ações negociadas na BM&FBOVESPA, bolsa de valores de São Paulo. A empresa foi fundada em 1952 e somos uma das mais antigas do setor.

Demonstrações contábeis:

Balanco Patrimonial Em milhões de reais					
	31/12/17	31/12/16		31/12/17	31/12/16
Caixa e Equivalentes	12.900	11.610	Contas a Pagar	19.400	17.600
Contas a Receber	13.050	11.480	Empréstimos Curto Prazo	6.900	5.390
Estoques	3.600	2.000	Passivo Circulante	26.300	22.990
Ativo Circulante	29.550	25.090	Passivo não Circulante (Financiamentos)	37.850	35.100
Imobilizado	78.500	81.000	Passivo Total	64.150	58.090
Investimentos	10.100	9.000	Patrimônio Líquido	54.000	57.000

Total	118.150	115.090	Total	118.150	115.090
--------------	----------------	----------------	--------------	----------------	----------------

Demonstração do Resultado do Exercício Em milhões de reais		
	2017	2016
Receitas totais	60.500	55.900
Custo dos produtos	(23.700)	(22.540)
Lucro Bruto	36.800	33.360
Despesa Financeira	(8.100)	(7.650)
Despesas Gerais	(3.900)	(2.800)
Lucro Líquido	24.800	22.910

Demonstração dos Fluxos de Caixa Em milhões de reais		
	2017	2016
Fluxo das ativ. operacionais	21.700	19.900
Fluxo das ativ. Investimento	(6.710)	(7.790)
Fluxo das ativ. Financiamento	<u>(13.700)</u>	<u>(10.900)</u>
Aumento de capital do período	1.290	1.210
Saldo Inicial	11.610	10.400
Fluxo de caixa líquido	12.900	11.610

Com base nas informações apresentadas responda as questões a seguir, atribuindo uma nota de **0 (zero)** a **10 (dez)**, sendo 0 para discordo totalmente e 10 para concordo totalmente, indicando o que melhor corresponde ao seu julgamento:

1. A empresa apresenta desempenho satisfatório. _____
2. A empresa é de baixo risco. _____
3. Eu investiria em ações dessa empresa. _____
4. Eu indicaria essa empresa para alguém investir. _____
5. Eu trabalharia nesta empresa. _____



FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAS

Questionário com priming no final do relatório:

Meu nome é Letícia Ribeiro e sou graduanda do curso de Ciências Contábeis. Estou desenvolvendo uma pesquisa à título de Trabalho de Conclusão de Curso e gostaria que respondesse o questionário abaixo.

Grata pela colaboração.

Dados pessoais

Curso: _____

Semestre: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: _____ anos

A seguir encontram-se os relatórios contábeis de uma empresa fictícia. Observe as informações e em seguida responda as questões.

Relatório da Administração – Exercício de 2017:

Senhores acionistas,

Atuamos no setor de aço e minério de ferro e nossas filiais podem ser encontradas em diversos países. Nossa sede é localizada no Brasil e possuímos ações negociadas na BM&FBOVESPA, bolsa de valores de São Paulo. A empresa foi fundada em 1952 e somos uma das mais antigas do setor. O ano de 2017 foi excelente para a nossa empresa.

Demonstrações contábeis:

Balanco Patrimonial Em				
milhões de reais				
	31/12/17	31/12/16		31/12/17 31/12/16
Caixa e Equivalentes	12.900	11.610	Contas a Pagar	19.400 17.600
Contas a Receber	13.050	11.480	Empréstimos Curto Prazo	6.900 5.390
Estoques	3.600	2.000	Passivo Circulante	26.300 22.990
Ativo Circulante	29.550	25.090	Passivo não Circulante (Financiamentos)	37.850 35.100
Imobilizado	78.500	81.000	Passivo Total	64.150 58.090
Investimentos	10.100	9.000	Patrimônio Líquido	54.000 57.000
Total	118.150	115.090	Total	118.150 115.090

Demonstração do Resultado do Exercício Em milhões de reais		
	2017	2016
Receitas totais	60.500	55.900
Custo dos produtos	(23.700)	(22.540)
Lucro Bruto	36.800	33.360
Despesa Financeira	(8.100)	(7.650)
Despesas Gerais	(3.900)	(2.800)
Lucro Líquido	24.800	22.910

Demonstração dos Fluxos de Caixa Em milhões de reais		
	2017	2016
Fluxo das ativ. operacionais	21.700	19.900
Fluxo das ativ. Investimento	(6.710)	(7.790)
Fluxo das ativ. Financiamento	<u>(13.700)</u>	<u>(10.900)</u>
Aumento de capital do período	1.290	1.210
Saldo Inicial	11.610	10.400
Fluxo de caixa líquido	12.900	11.610

Com base nas informações apresentadas responda as questões a seguir, atribuindo uma nota de **0 (zero)** a **10 (dez)**, sendo 0 para discordo totalmente e 10 para concordo totalmente, indicando o que melhor corresponde ao seu julgamento:

1. A empresa apresenta desempenho satisfatório. _____
2. A empresa é de baixo risco. _____
3. Eu investiria em ações dessa empresa. _____
4. Eu indicaria essa empresa para alguém investir. _____
5. Eu trabalharia nesta empresa. _____



FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAS

Questionário sem priming:

Meu nome é Letícia Ribeiro e sou graduanda do curso de Ciências Contábeis. Estou desenvolvendo uma pesquisa à título de Trabalho de Conclusão de Curso e gostaria que respondesse o questionário abaixo.

Grata pela colaboração.

Dados pessoais

Curso: _____

Semestre: _____

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade: _____ anos

A seguir encontram-se os relatórios contábeis de uma empresa fictícia. Observe as informações e em seguida responda as questões.

Relatório da Administração – Exercício de 2017:

Senhores acionistas,

Atuamos no setor de aço e minério de ferro e nossas filiais podem ser encontradas em diversos países. Nossa sede é localizada no Brasil e possuímos ações negociadas na BM&FBOVESPA, bolsa de valores de São Paulo. A empresa foi fundada em 1952 e somos uma das mais antigas do setor.

Demonstrações contábeis:

Balanco Patrimonial Em				
milhões de reais				
	31/12/17	31/12/16		31/12/17 31/12/16
Caixa e Equivalentes	12.900	11.610	Contas a Pagar	19.400 17.600
Contas a Receber	13.050	11.480	Empréstimos Curto Prazo	6.900 5.390
Estoques	3.600	2.000	Passivo Circulante	26.300 22.990
Ativo Circulante	29.550	25.090	Passivo não Circulante (Financiamentos)	37.850 35.100
Imobilizado	78.500	81.000	Passivo Total	64.150 58.090
Investimentos	10.100	9.000	Patrimônio Líquido	54.000 57.000

Total	118.150	115.090	Total	118.150	115.090
--------------	----------------	----------------	--------------	----------------	----------------

Demonstração do Resultado do Exercício Em milhões de reais		
	2017	2016
Receitas totais	60.500	55.900
Custo dos produtos	(23.700)	(22.540)
Lucro Bruto	36.800	33.360
Despesa Financeira	(8.100)	(7.650)
Despesas Gerais	(3.900)	(2.800)
Lucro Líquido	24.800	22.910

Demonstração dos Fluxos de Caixa Em milhões de reais		
	2017	2016
Fluxo das ativ. operacionais	21.700	19.900
Fluxo das ativ. Investimento	(6.710)	(7.790)
Fluxo das ativ. Financiamento	<u>(13.700)</u>	<u>(10.900)</u>
Aumento de capital do período	1.290	1.210
Saldo Inicial	11.610	10.400
Fluxo de caixa líquido	12.900	11.610

Com base nas informações apresentadas responda as questões a seguir, atribuindo uma nota de **0 (zero)** a **10 (dez)**, sendo 0 para discordo totalmente e 10 para concordo totalmente, indicando o que melhor corresponde ao seu julgamento:

1. A empresa apresenta desempenho satisfatório. _____
2. A empresa é de baixo risco. _____
3. Eu investiria em ações dessa empresa. _____
4. Eu indicaria essa empresa para alguém investir. _____
5. Eu trabalharia nesta empresa. _____

APÊNDICE - B

Saídas do software com os resultados das regressões lineares:

Modelo 1

	<i>coefficient</i>	<i>std. error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>
<i>Semestre</i>	0.0351689	0.372129	0.09451	0.9249
<i>Masculino</i>	-1.25032	1.46162	-0.8554	0.3941
<i>Idade</i>	-0.286886	0.133997	-2.141	0.0344**
<i>Quest. A</i>	38.6499	3.01905	12.80	1.15e-023***
<i>Quest. B</i>	36.8754	3.02503	12.19	2.87e-022***
<i>Quest. C</i>	42.6114	3.12551	13.63	1.54e-025***

Mean dependent var 32.47458 S.D. dependent var 7.957915
 Sum squared resid 6449.517 S.E. of regression 7.588476
 R-squared 0.129552 Adjusted R-squared 0.090693
 F(5, 112) 3.333879 P-value(F) 0.007613

Modelo 2: sem semestre

	<i>coefficient</i>	<i>Std. error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>
<i>Masculino</i>	-1.24427	1.45380	-0.8559	0.3939
<i>Idade</i>	-0.283463	0.128443	-2.207	0.0293**
<i>Quest. A</i>	38.6811	2.98775	12.95	4.62e-024***
<i>Quest. B</i>	36.9198	2.97525	12.41	7.83e-023***
<i>Quest. C</i>	42.6363	3.10074	13.75	7.02e-026***

Mean dependent var 32.47458 S.D. dependent var 7.957915
 Sum squared resid 6450.031 S.E. of regression 7.555126
 R-squared 0.129483 Adjusted R-squared 0.098668
 F(4, 113) 4.201969 P-value(F) 0.003291

Modelo 3: sem gênero

	<i>coefficient</i>	<i>std. error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>
<i>Idade</i>	-0.304270	0.125973	-2.415	0.0173**
<i>Quest. A</i>	38.4922	2.97609	12.93	4.22e-024***
<i>Quest. B</i>	36.6190	2.95096	12.41	6.78e-023***
<i>Quest. C</i>	42.2725	3.06786	13.78	5.05e-026***

Mean dependent var 32.47458 S.D. dependent var 7.957915
 Sum squared resid 6491.844 S.E. of regression 7.546257
 R-squared 0.123840 Adjusted R-squared 0.100783
 F(3, 114) 5.371055 P-value(F) 0.001704