

INFLUÊNCIA DAS CARACTERÍSTICAS DO DECISOR EM TOMADA DE DECISÃO INTERTEMPORAL¹

Amanda Pamplona
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
amandapamplona96@gmail.com

Darci Schnorrenberger
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
darcisc@gmail.com

Francieli Morlin Bugalho
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
fran_morlin@hotmail.com

RESUMO

O objetivo desse artigo consiste em analisar se as características do decisor interferem nas suas escolhas intertemporais. Para tanto, realizou-se um Quase-experimento junto a estudantes e profissionais de um estado do sul do Brasil, examinando a influência das variáveis gênero, idade e percepção de saúde financeira em suas preferências intertemporais, em diferentes cenários de decisão sob as perspectivas do comprador e do vendedor. Os resultados mostraram que tanto estudantes quanto profissionais, quando estavam na perspectiva de comprador, preferiram esperar mais tempo para obter um resultado maior e, quando estavam na perspectiva de vendedor, preferiram antecipar os resultados. Percebeu-se que as influências nas preferências não apresentaram comportamentos lineares e sim, diminuíram sua intensidade à medida que o tempo de espera para realização do resultado aumentava. Isso reforça a ideia da racionalidade limitada visto que há uma “briga” interna em todas as pessoas que, idealisticamente buscam sempre a melhor solução, porém, realisticamente, sabem que ela não é possível devido a influência das suas crenças, valores e características pessoais moldadas pelas experiências vividas. Esses achados, fornecem indícios e abrem um leque de oportunidades potenciais para negociação e diminuição desta lacuna tanto no campo teórico quanto no prático.

PALAVRAS-CHAVE: Escolhas intertemporais; tomada de decisão; desconto intertemporal.

¹ Recepção: **Reat preenche.**

Aprovação: **Reat preenche.**

Publicação: **Reat preenche.**

INFLUENCE OF THE CHARACTERISTICS OF THE DECISOR ON INTERTEMPORAL DECISION MAKING

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze whether the characteristics of the decision maker interfere with his intertemporal choices. To this end, a quasi-experiment was carried out with students and professionals from a southern Brazilian state, examining the influence of the variables gender, age and perception of financial health on their intertemporal preferences, in different decision scenarios from the perspective of the buyer and the seller. The results showed that both students and professionals, when they were in the perspective of the buyer, preferred to wait longer to obtain a greater result and, when they were in the perspective of the seller, they preferred to anticipate the results. It was noticed that the influences in the preferences did not show linear behaviors, but rather, their intensity decreased as the waiting time to achieve the result increased. This reinforces the idea of limited rationality since there is an internal “fight” in all people who ideally always seek the best solution, but realistically, they know that it is not possible because their beliefs, values and personal characteristics shaped by lived experiences. These findings provide evidence and open up a range of potential opportunities for negotiation and narrowing this gap both in the theoretical and practical fields.

KEYWORDS: Intertemporal choices; decision making; intertemporal discount.

1 INTRODUÇÃO

Fazer escolhas e tomar decisões é algo inerente à vida do ser humano. Desde os primórdios foi preciso tomar decisões sobre o que comer, o que vestir, onde investir, etc. O processo decisório nunca foi fácil e lógico, nem no campo pessoal e nem no organizacional, já que existem vários fatores, objetivos e subjetivos, que influenciam a forma de agir, entre eles estão o planejamento, direcionamento, análise e avaliação dos procedimentos. Além desses, ainda há fatores culturais, psicológicos e sociais. Logo, não há como estabelecer procedimentos padrão de busca da solução ótima, perenes e válidas para todos (CURTO; BUENO; MARTINEZ, 2016).

Muitas das decisões envolvem conflitos de escolhas entre custos e benefícios em diferentes períodos de tempo, e por isso são chamadas de escolhas intertemporais. (FAVERI, 2017). A maioria das decisões econômicas abrangem mais de um período de tempo, suscitando assim análises intertemporais. Padrões de comportamentos com importantes consequências econômicas, como consumo, poupança e investimento, são exemplos disso (MURAMATSU; FONSECA, 2008).

Segundo Carvalho (2013), escolher no tempo ou intertemporalmente implica em imaginar-se no futuro e levar em consideração o que o “eu futuro” faria caso a decisão em questão fosse tomada de determinada maneira. Para Faveri (2017), conciliar as escolhas entre os objetivos de longo prazo e os desejos de curto prazo constituem uma tarefa difícil para o ser

humano. Isso porque as pessoas tendem a preferir recompensas presentes ao invés de futuras, e o fazem mesmo que seja menor. De acordo com Thaler (2009) e Kahneman (2011), isso se deve ao fato de que as decisões de curto prazo possuem maior tangibilidade percebida do que as de longo prazo, visto que sobre elas pairam dúvidas que vão desde o tempo transcorrido, a incerteza de cumprimento do acordado ou até mesmo, o estar vivo.

De acordo com Angeletos et al. (2001), costuma-se planejar o futuro, no entanto, quando “ele chega”, torna-se difícil cumprir as promessas porque a gratificação instantânea é tentadora e nem sempre se tem autocontrole. Para Camerer; Loewenstein (2004), compreender como esses conflitos acontecem é uma questão econômica importante, visto que *trade-offs* como consumo, aposentadoria e poupança, dependem de escolhas realizadas no presente que se refletem no futuro (FAVERI, 2017).

A recompensa futura é desvalorizada, descontada ou diminuída comparada a consequências imediatas, o que tem sido descrito como um viés cognitivo em favor do presente. Prefere-se o imediato ao posterior, quando se trata de consequências positivas (SANTOS, 2012). Por outro lado, conforme Thaler (1981) constatou em seu experimento de que os descontos nas escolhas intertemporais não se mantinham constantes quando a decisão envolvia ganhos e perdas monetárias (FAVERI, 2017). Ou seja, os ganhos eram mais descontados do que as perdas. Para Thaler e Benartzi (1995), o desprazer associado a uma perda pesa mais do que o prazer associado a um ganho. Já no campo organizacional, (tomada de decisão em nome de outros), segundo estudos de Fagundes; Schnorrenberger e Lunkes (2018) as pessoas são menos avessas às perdas,

Para tentar compreender as razões das mudanças de preferência dos decisores, pesquisadores tem investigado a influência dos aspectos psicológicos e sociais nas decisões. Em uma revisão de estudos empíricos sobre escolha intertemporal realizada por Frederick, Loewenstein e O’Donoghue (2002), os autores apontam *A Teoria Sociológica do Capital*, publicada em 1834 pelo economista John Rae, como o ponto de partida da teoria escolha intertemporal. A obra buscou explicar porque a riqueza diferia entre as nações, Rae forneceu a primeira discussão aprofundada de aspectos psicológicos subjacentes à escolha intertemporal, segundo o pesquisador, existiam fatores psicológicos que explicavam o nível de poupança e de investimento, o qual denominou de “desejo de acumulação”; Após a publicação do livro de Rae, o pesquisador N.W. Senior apresentou uma nova teoria do capital que, como Rae, enfatizava o lado psicológico da escolha intertemporal. Senior (1836), cujas ideias prevaleceram por meio século, defendia que a abstinência de um prazer era compensada pelo aumento dos ganhos futuros. Jevons (1905) acreditava que o comportamento pródigo é explicado pelo desconforto gerado pela negação do consumo presente. Böhm-Bawerk, (1970) em sua análise *Capital and Interest*, foi o primeiro a ver as decisões de alocação de recursos no tempo como qualquer outro *trade-off* econômico, como os dilemas entre consumo proporcionado pelo trabalho ou lazer, assim como os pesquisadores que o antecederam, atribuiu consistência psicológica nas análises de preferência temporal (FREDERICK; LOEWENSTEIN; O’DONOGHUE, 2002).

De acordo com Faveri (2017), algumas características dos decisores já foram testadas empiricamente e mostraram ligação com a taxa de desconto intertemporal, como por exemplo: idade (GREEN; FRY; MYERSON, 1994); renda (GREEN et al., 1996 e BAKKER, 2016); sexo (KIRBY; MARAKOVIC, 1996, SILVERMAN, 2003); cultura (TAKAHASHI et al. 2010) e cognição (SUTTER et al. 2013). Os estudos já realizados apontam que o nível de desconto do futuro varia de acordo com fatores contextuais (como qual a recompensa e seu tamanho e

distância temporal de recebimento), culturais e individuais (como gênero, idade e personalidade). Além disso, grande parte dos estudos envolve dinheiro como recompensa e poucos envolvem outras gratificações.

O tema de pesquisa foi escolhido a partir da constatação da ausência de estudos que tenham abordado a influência das características do decisor, simultânea e paralelamente sob as perspectivas do comprador e do vendedor em suas preferências intertemporais bem como, a de estudantes e profissionais do mercado. Dessa forma, surge a seguinte questão: As características do decisor interferem nas suas escolhas intertemporais? Para buscar responder à questão, estabeleceu-se como objetivo investigar se as características dos decisores influenciam nas suas escolhas intertemporais.

A operacionalização da pesquisa através de um Quase-experimento, desenvolvido com dois grupos distintos: estudantes e profissionais de mercado. O presente estudo se justifica pela carência de estudos que abordem decisões econômicas intertemporais e a consequente fragilidade da compreensão das razões que motivam as escolhas humanas contrapostas à sua importância e impacto na vida das pessoas e organizações. Dessa forma, esse estudo contribui para as pesquisas sobre o assunto ao buscar identificar os aspectos que interferem a tomada de decisões. Sendo assim, pode servir para diminuir os vieses presentes nas decisões intertemporais. Visa contribuir também, na compreensão dos comportamentos de alunos e profissionais que já se encontram atuando no mercado.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Tomada de Decisões

Muitos julgamentos e decisões do cotidiano são realizadas mediante desconhecimento das probabilidades associadas aos possíveis resultados. De acordo com Tversky & Kahneman (1974) há, ainda, as decisões de risco, nas quais o decisor conhece as probabilidades associadas aos resultados. A vertente predominante da teoria da decisão sob incerteza é a teoria da Utilidade Esperada (TUE), presente na maior parte dos modelos econômicos que procuram modelar o comportamento dos agentes econômicos em situações de incerteza (CUSINATO; PORTO JUNIOR, 2003).

Diversos estudos já foram realizados no sentido de discutir a validade do conceito de que existem fatores comportamentais que influenciam a decisão do indivíduo. Entre eles destaca-se o de Simon (1955) que trouxe o conceito de Racionalidade Limitada. Ele defendeu como premissa básica que o homem vai buscar não o melhor resultado econômico, mas o que gera maior satisfação. E isso, quase nunca está diretamente relacionado com a maximização financeira. Para Hammond (2000), a proposta de Simon postulava que as pessoas buscam soluções que satisfaçam suas aspirações e, então, simplificam a procura de solução para um problema decisório, haja vista as limitações de tempo e de trabalho mental.

Kahneman (2011) usa uma estrutura teórica de dois sistemas para explicar porque nossas avaliações e decisões frequentemente não estão em conformidade com noções formais de racionalidade. O Sistema 1 consiste em processos de pensamento que são intuitivos, automáticos, baseados na experiência e relativamente inconscientes. O Sistema 2 é mais reflexivo, controlado, deliberativo e analítico. Como descrito por Kahneman (2011) o Sistema 1 é a “casa” das heurísticas (atalhos cognitivos) que se aplica e é responsável pelos vieses (erros sistemáticos) que se pode cometer no processo decisório (ÁVILA; BIANCHI, 2015).

2.2 Heurísticas e Vieses

Tversky (1979) e Kahneman (1974) realizaram estudos sobre o processo de informações na tomada de decisões e criaram o conceito de “vieses cognitivos”, e o campo de pesquisas que inauguraram ficou conhecido como “Heurísticas e Vieses”. Heurísticas são regras gerais de influência utilizadas pelo decisor para simplificar seus julgamentos em tarefas decisórias de incerteza, já os Vieses são os detalhamentos ou armadilhas pontuais dentro de cada heurística. Os três grupos de heurísticas são: da Disponibilidade, da Representatividade, e da Ancoragem e Ajustamento (SANTOS, 2012).

Tabela 1 - Heurísticas e Vieses

Heurísticas	Viés	Heurísticas	Viés
Disponibilidade	Facilidade de lembrar - vividez da informação	Representatividade	Insensibilidade aos índices básicos
	Recuperabilidade		Insensibilidade ao tamanho da amostra
	Associações pressupostas		Interpretação errada da chance
	Ajuste insuficiente da âncora		Regressão à média
Ancoragem e Ajuste	Eventos conjuntivos e disjuntivos	Vieses Gerais	Falácia da Conjunção
	Excesso de confiança		Armadilha da confirmação
			Previsão retrospectiva e a maldição do conhecimento

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Kahneman (2011); Bazerman (2004; 2014); Thaler e Sunstein (2009); Àvila e Bianchi (2015).

Kahneman e Tversky (1974) buscaram fundamentação empírica através de diversos experimentos nos quais verificaram a existência dos vieses de comportamento. Para Kahneman (2011), uma das heurísticas mais universais é a da disponibilidade. A disponibilidade serve como um atalho mental quando a possibilidade de um evento ocorrer é percebida como maior simplesmente porque um evento nos vem à mente rapidamente. A heurística da disponibilidade pode ser uma estratégia gerencial de tomada de decisões muito útil, uma vez que exemplos de eventos de maior frequência geralmente são mais rapidamente lembrados do que os menos frequentes. Consequentemente, essa heurística muitas vezes levará a um julgamento preciso, entretanto, falível, porque a disponibilidade de informações também é afetada por fatores que não estão relacionados com frequência objetiva do evento julgado (BAZERMAN, 2004; 2014).

O desconto do futuro é considerado um viés quando esperar pelo futuro é considerado mais racional, de acordo com o modelo de maximização da utilidade. Ainda assim, os indivíduos têm demonstrado forte preferência pelo presente, não importando se a decisão que levaria a seus objetivos seria a de esperar pelo futuro (SANTOS, 2012).

Para Loewenstein, Read, & Baumeister (2003), escolhas intertemporais definem-se como escolhas que envolvem trocas entre custos e benefícios que ocorrem em diferentes pontos temporais. Em modelos convencionais de escolha intertemporal, os modelos de desconto, o decisor atribui um valor presente, ou um valor descontado, a cada opção, independentemente das outras opções disponíveis, e escolhe aquela com maior valor presente.

Nesse sentido a literatura tem dado atenção ao entendimento desse processo com diversos trabalhos que afirmam que os indivíduos são facilmente induzidos por qualquer que seja o viés de comportamento que se apresente no seu processo decisório. Sendo assim, fica

claro que o ser humano não é completamente racional ao tomar uma decisão, e que fatores como: ganhos, perdas, sucessos e fracassos, agora ou depois, influenciam suas escolhas (QUINTANILHA; MACEDO, 2013).

2.3 Influência das Características dos Gestores em Suas Tomadas de Decisões

De acordo com Shepherd et al. (2015), os conhecimentos e as experiências dos indivíduos são diferentes, assim como são diferentes também suas atitudes, e isso impacta nas decisões tomadas por cada indivíduo, afetando assim também os resultados dessas decisões. As características psicológicas do indivíduo são determinantes no processo de tomada de decisões. Há ainda o fato de que muitas vezes as pessoas tomam decisões por outros. Essa é a questão central nos estudos de tomada de decisões pelos outros, verificar quão bem as pessoas são capazes de fazer julgamentos sobre as preferências de riscos de outras pessoas (FAGUNDES et al. 2018).

Conforme mencionado por Blavatsky (2013), as características psicológicas são individuais, de modo que pessoas diferentes podem usar heurísticas diferentes no mesmo problema de decisão. E ainda, o mesmo indivíduo provavelmente usará heurísticas diferentes em diferentes momentos e contextos de decisão.

Conforme Pellegrino & Carbo (2001), pode-se supor que, apesar de possuírem informações e competência para analisar situações, aquilo que será entendido como realidade dependerá de cada indivíduo, pois o processo de análise é influenciado pelas experiências vividas. O estudo de Leonard; Scholl e Kowalski (1999) destacou a importância de trabalhos que investiguem as características pessoais no momento da tomada de decisões. Algumas características dos decisores já foram testadas empiricamente e mostraram ligação com a taxa de desconto intertemporal, como por exemplo: idade (GREEN; FRY; MYERSON, 1994); renda (GREEN et al., 1996 e BAKKER, 2016); gênero (KIRBY; MARAKOVIC, 1996 e SILVERMAN, 2003); cultura (TAKAHASHI et al., 2010) e cognição (SUTTER et al. 2013). Desta forma, o nível de desconto do futuro varia de acordo com fatores contextuais (como qual a recompensa e seu tamanho e distância temporal de recebimento), culturais e individuais (como gênero, idade e personalidade). Ademais, a maioria dos estudos envolve dinheiro como recompensa e poucos envolvem outras gratificações (SANTOS, 2012).

2.4 Estudos sobre Viés do Presente (Desconto Intertemporal)

Diversos estudos que envolvem o desconto intertemporal foram realizados na área da economia, envolvendo recompensas como forma de medida de desconto do tempo. Dentre eles destacam-se: Maramatsu e Fonseca (2008) apresentaram e analisaram o movimento de reforma dos modelos econômicos de escolha desenvolvidos para prever padrões de escolha ao longo do tempo. O estudo de Santos (2012) investigou a influência da percepção subjetiva do tempo. A forma como o período de tempo a ser esperado pela recompensa era descrita não influenciou na taxa de desconto. Contudo, foi encontrada uma correlação positiva entre a taxa de desconto e a distância subjetiva da data geral. Além da distância subjetiva temporal, às variáveis gênero (os resultados obtidos indicaram que as mulheres apresentam maior taxa de desconto do futuro, são mais avessas ao risco, e mais propensas à orientação temporal do futuro) e idade (os jovens apresentaram maior taxa de desconto do futuro, e maior propensão ao tempo presente.) foram às únicas que correlacionaram com diferenças na taxa de desconto do futuro.

O estudo de Carvalho (2013) verificou a correlação entre orientação de valor social e escolha intertemporal. Concluiu que indivíduos mais pró-sociais tendem a ser mais pacientes.

A pesquisa de Curto (2016) examinou a influência da classe social nas tomadas de decisão intertemporal. Os resultados mostraram que não há diferenças significativas entre o comportamento intertemporal de estudantes de classes sociais diferentes. Apesar disso, o modelo hiperbólico se ajusta melhor aos dados obtidos, ou seja, foi concluído que existem fatores motivacionais que influenciam a tomada de decisão. Assim como nas pesquisas de Green, Fristoe e Myerson (1994).

Faveri (2017) explorou as relações existentes nas inconsistências intertemporais, em especial o viés do desconto hiperbólico, com a capacidade cognitiva, preferências sociais e traços de personalidade. O primeiro ensaio investigou o nível de endividamento em duas amostras (clientes de um banco e estudantes universitários), concluindo que os fatores, renda e idade interferem na relação dívida e cognição. O resultado indicou que os dois grupos lidam com o dinheiro de maneira diferente. Clientes preferem situações de longo prazo, enquanto acadêmicos restringem-se a administrar recursos escassos priorizando o curto prazo.

A pesquisa de Silva e Carrasco-Gutierrez (2019) teve como objetivo testar as implicações do consumo agregado no modelo de precificação de ativos de capital para alguns países da América Latina, no período de 1997 a 2018, considerando indivíduos com aversão constante ao risco em suas preferências, mediante o modelo intertemporal. Os resultados mostram que o consumidor chileno é o mais paciente, seguido por México e por último Brasil.

Por fim, o estudo de De Aguiar, Oyadomari e Zaro (2019) examina se gestores alocam esforço mais de longo prazo quando eles recebem feedback trimestral ao invés de feedback de até um mês e acima de um trimestre. E se o momento de recebimento da remuneração modera o relacionamento entre a frequência de feedback e as escolhas intertemporais. Os resultados indicam que os gestores dedicam mais tempo a tarefas mais de longo-prazo quando eles recebem feedback trimestral. E que momento de remuneração modera o relacionamento entre frequência de feedback e escolhas intertemporais.

A partir dos estudos citados, há evidências de que características individuais, bem como a recompensa, seu tamanho e a distância temporal de recebimento/pagamento, exercem influência na taxa de desconto. Diante disso, formulam-se as seguintes hipóteses:

Tabela 2 - Hipóteses envolvendo desconto intertemporal

	Hipóteses	Base teórica	Resultado Esperado
H1	As pessoas preferem antecipar os ganhos mesmo que isso implique em receber uma recompensa menor.	Félix e Scholten (2012)	Positivo
H2	As características de quem toma a decisão influenciam na sua preferência por antecipar ou postergar seus ganhos ou perdas.	Santos (2012)	Positivo
H3	Pessoas mais endividadas tendem a dar descontos maiores, ou seja, antecipar os ganhos, abrindo mão de ganhos maiores.	Faveri (2017)	Positivo

Fonte: Elaborado pelos autores.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Enquadramento da pesquisa

Este estudo utilizou-se de uma pesquisa experimental (Quase-experimento). Para Gil (2007), este tipo de pesquisa consiste em determinar um objeto de estudo, selecionar as variáveis capazes de influenciá-lo, e definir as formas de controle e de observação dos efeitos

produzidos no objeto, se utiliza ainda de uma abordagem quantitativa, visto que pretende relacionar as características pessoais dos indivíduos à tomada de decisão.

Quanto aos procedimentos, trata-se de uma investigação do tipo levantamento, a natureza do objetivo desta pesquisa possui caráter descritivo à medida que busca analisar e descrever as características e comportamento dos indivíduos que compõe a amostra (GRAY, 2012). A amostra é composta por 200 participantes sendo 130 alunos da 1ª à 8ª fase do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e 70 profissionais, servidores públicos da Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina (BADESC).

3.2 Procedimento de Coleta, Instrumento da pesquisa e Análise de Dados

A coleta de dados foi realizada pessoalmente, em ambientes controlados pelos pesquisadores, no mês de setembro de 2019. De tal forma, inicialmente foram convidados os respondentes a participarem da pesquisa. Orientou-se acerca do tema proposto para a investigação. Em seguida, distribuiu-se os questionários, sendo o tempo médio de respostas de 12 minutos. Obteve-se 200 respostas válidas. O Quadro 1 apresenta os cenários propostos.

Quadro 1 – Cenários

ID	Cenário de comprador	Cenário de Vendedor
Q1	<p>Você deseja adquirir uma viagem e vai a uma agência fazer um orçamento. O gerente lhe oferece três alternativas que se encaixam na sua capacidade financeira e lhe agradam enquanto destino e possuem a mesma duração e qualidade de hospedagem. Você só pode optar por uma delas e vai pagá-las na época da viagem. Qual delas você prefere?</p> <p>a) Roma, na Itália, daqui a um ano. b) Buenos Aires, na Argentina, daqui 6 meses c) Gramado, no Rio Grande do Sul, agora.</p>	<p>Você possui uma Agência de Viagens e um cliente lhe procura para pedir uma sugestão de destino e orçamento. Depois de conversar com ele, você descobre que possui três alternativas, com duração e qualidade de hospedagens similares e que se encaixam na capacidade financeira bem como, agradam enquanto destino ao seu cliente. Ele quer comprar apenas uma e a pagará apenas na data da viagem. Qual delas você prefere?</p> <p>a) Roma, na Itália, daqui a um ano. b) Buenos Aires, na Argentina, daqui 6 meses c) Gramado, no Rio Grande do Sul, agora.</p>
Q2	<p>Você deseja comprar um apartamento e seu corretor lhe apresentou três alternativas que se enquadram em sua capacidade de pagamento e perfil desejado. Qual deles você escolhe?</p> <p>a) Comprar e pagar daqui a doze meses o apartamento X, que custa \$500.000,00 e ficará pronto para ser habitado em um ano. b) Comprar e pagar daqui a seis meses o apartamento Y, que custa \$540.000,00 e ficará pronto para ser habitado em seis meses. c) Comprar e pagar agora o apartamento Z, que custa \$600.000,00 e está pronto para ser habitado imediatamente.</p>	<p>Você é um Corretor de Imóveis e um cliente lhe procura pedindo sugestões de apartamentos e preços. Depois de conversar com ele, você percebe que possui três alternativas que se enquadram no perfil procurado e capacidade de pagamento do cliente. Qual deles você preferiria vender?</p> <p>a) Vendê-lo daqui a um ano por \$3.000,00 e serem recebidos à vista na data da compra. b) Vendê-lo daqui a seis meses para receber \$1.750,00 de entrada na data da compra e parcelar o restante em seis parcelas mensais iguais. O valor total do celular será de \$3.500,00. c) Vendê-lo agora para receber em 12 prestações mensais iguais um valor total de \$4.000,00.</p>

Q3	<p>Um novo modelo de celular que lhe agrada muito foi lançado no mercado. Como o seu já está um pouco desatualizado, você pensa na possibilidade de comprar o novo modelo e faz uma pesquisa de preços em diferentes lojas. Você identifica três alternativas:</p> <p>a) Comprá-lo daqui a um ano por \$3.000,00 e pagá-lo à vista na data da compra. b) Comprá-lo daqui a seis meses e dar \$1.750,00 de entrada na data da compra e parcelar o restante em seis parcelas mensais iguais. O valor total do celular será de \$3.500,00. c) Comprá-lo agora e pagar em 12 prestações mensais iguais um total de \$4.000,00</p>	<p>Você possui uma loja de venda de celulares e um cliente lhe procura pedindo orientações e orçamentos sobre um celular. Após conversar com ele, percebe que ele está interessado num único modelo, recém-lançado, que lhe agrada muito. Sua loja costuma vender este aparelho em três condições. Qual delas você preferiria vender?</p> <p>a) Vendê-lo daqui a um ano por \$3.000,00 e serem recebidos à vista na data da compra. b) Vendê-lo daqui a seis meses para receber \$1.750,00 de entrada na data da compra e parcelar o restante em seis parcelas mensais iguais. O valor total do celular será de \$3.500,00. c) Vendê-lo agora para receber em 12 prestações mensais iguais um valor total de \$4.000,00.</p>
Q4	<p>Você deseja comprar um carro novo. Depois de ir a algumas lojas você encontra o modelo que lhe agrada. Suas alternativas de compra são as mostradas a seguir, qual delas você prefere?</p> <p>a) Comprá-lo daqui a um ano, por \$50.000,00 e pagar à vista na data da compra. b) Comprá-lo daqui a seis meses e pagar 50% à vista na data da compra e financiar o restante em 24 parcelas mensais iguais. O valor total do veículo será de \$60.000,00 c) Comprá-lo agora para pagar em 48 parcelas mensais iguais. O valor total do veículo será de \$70.000,00.</p>	<p>Você possui uma Concessionária de Veículos e um cliente lhe procura pedindo orientações e orçamentos para comprar um carro novo. Depois de conversar com ele, você descobre que possui o modelo de carro que agrada ao comprador. Você possui três alternativas de venda. Qual delas você prefere, como vendedor?</p> <p>a) Vendê-lo daqui a um ano, por \$50.000,00 e receber à vista na data da venda. b) Vendê-lo daqui a seis meses e receber 50% à vista na data da compra e financiar o restante em 24 parcelas mensais iguais. O valor total do veículo será de \$60.000,00 c) Vendê-lo agora para receber em 48 parcelas mensais iguais. O valor total do veículo será de \$70.000,00.</p>
Q5	<p>Você vai passear num badalado shopping da cidade. Lá você encontra numa loja de roupas um casaco que lhe agrada muito. Após conversar com a vendedora, ela lhe apresenta três opções de compra. Todas se enquadram na sua capacidade de pagamento. Qual delas você prefere?</p> <p>a) Comprar daqui a doze meses, por \$300,00 e pagar à vista na data da compra. b) Comprar daqui a seis meses e pagar \$150 de entrada na data da compra e parcelar o restante em 3 vezes. O valor total do casaco ficará em \$350,00. c) Comprar agora e pagar em 6 parcelas mensais iguais. O valor total do casaco ficará em \$400,00.</p>	<p>Você possui uma loja que vende roupas, instalada num badalado shopping da cidade. É início do inverno e um cliente que veio passear, encontrou em sua loja um casaco que lhe agradou muito. Depois de conversar com ela, você lhe apresenta três opções de compra e pagamento. Qual delas você prefere, na condição de vendedor?</p> <p>a) Vender daqui a doze meses, por \$300,00 e receber à vista na data da venda. b) Vender daqui a seis meses para receber \$150 de entrada na data da venda e parcelar o restante em 3 vezes. O valor total do casaco ficará em \$350,00. c) Vender agora e receber em 6 parcelas mensais iguais. O valor total do casaco ficará em \$400,00.</p>

<p>Q6</p>	<p>Você deseja dar uma festa e vai a uma organizadora de eventos para fazer um orçamento. Ela lhe disponibiliza três alternativas, de festas idênticas. Qual delas você prefere?</p> <p>a) Uma festa custando \$40.000,00 para ser realizada daqui a um ano e receber à vista na data da festa.</p> <p>b) Uma festa custando \$45.000,00 para ser realizada daqui a seis meses e receber 50% à vista na data da festa e o restante em seis parcelas mensais.</p> <p>c) Uma festa custando \$50.000,00 para ser realizada agora e receber em doze parcelas mensais iguais.</p>	<p>Você possui uma empresa especializada em preparar e organizar festas e recepções. Uma cliente lhe procura para ajudá-la e você apresenta a ela três alternativas, de festas idênticas. Qual delas você prefere vender?</p> <p>a) Uma festa custando \$40.000,00 para ser realizada daqui a um ano e receber à vista na data da festa.</p> <p>b) Uma festa custando \$45.000,00 para ser realizada daqui a seis meses e receber 50% à vista na data da festa e o restante em seis parcelas mensais.</p> <p>c) Uma festa custando \$50.000,00 para ser realizada agora e receber em doze parcelas mensais iguais.</p>
<p>Q7</p>	<p>Você deseja fazer uma viagem e vai a uma agência fazer um orçamento. O gerente lhe oferece três alternativas para o mesmo destino, com duração e qualidade de hospedagens similares. Você só pode optar por uma delas e vai pagá-las na data da viagem. Qual delas você prefere?</p> <p>a) Gramado, no Rio Grande do Sul, daqui a um ano, por um valor total de \$5.000,00 a ser pago na data da viagem.</p> <p>b) Gramado, no Rio Grande do Sul, daqui a seis meses, por um valor total de \$6.000,00 a ser pago na data da viagem.</p> <p>c) Gramado, no Rio Grande do Sul, agora, por um valor total de \$7.000,00 a ser pago na data da viagem.</p>	<p>Você possui uma Agência de Viagens e um cliente lhe procura para pedir uma sugestão de destino e orçamento. Você apresenta três alternativas, com duração e qualidade de hospedagens similares e que se encaixam na capacidade financeira bem como, agradam enquanto destino ao seu cliente. Ele quer comprar apenas uma e a pagará apenas na data da viagem. Qual delas você preferiria vender?</p> <p>a) Gramado, no Rio Grande do Sul, daqui a um ano, por um valor total de \$5.000,00 a ser pago na data da viagem.</p> <p>b) Gramado, no Rio Grande do Sul, daqui a seis meses, por um valor total de \$6.000,00 a ser pago na data da viagem.</p> <p>c) Gramado, no Rio Grande do Sul, agora, por um valor total de \$7.000,00 a ser pago na data da viagem.</p>

Fonte: Dados da pesquisa

Os cenários apresentados no Quadro 1 foram desenvolvidos a luz da literatura da Escolha Intertemporal (Frederick, Loewenstein, e O'Donoghue, 2002). Ademais, o instrumento de pesquisa consiste em um questionário dividido em dois blocos de perguntas. O primeiro bloco contempla questões referentes às características demográficas dos participantes da pesquisa, tais como: idade, gênero, estado civil, grau de instrução, curso frequentado, último semestre cursado, faixa de renda mensal e percepção de endividamento pessoal. No segundo bloco são apresentados sete cenários respeito de situações decisórias intertemporais, envolvendo condições de compra e venda, conforme o Quadro 1.

Com intuito de aumentar a confiabilidade e validade do instrumento de coleta de dados, realizou-se pré-testes para detectar possíveis problemas no questionário (PRODANOV; FREITAS, 2013). Os participantes do pré-teste não integraram a amostra final. Para a análise de dados, foram utilizadas ferramentas de estatística descritiva e efetuados testes de diferença de médias. Destaca-se ainda que as variáveis de interesse não possuem distribuição normal, assim, conforme explica Favero & Belfiore (2017) as opções o teste de *U Mann-Whitney* para comparar médias de dois grupos e para comparar três ou mais grupos o Teste de *Kruskal-Wallis*. Dessa forma, utilizou-se o software IBM® SPSS® Statistics versão 22.0 e Microsoft Excel® na versão 2019, considerando um nível de confiança de 95%.

4 RESULTADOS

4.1 Apresentação dos Dados

4.1.1 Características dos respondentes

Foram investigados 200 respondentes, os quais, se tratavam de estudantes de ciências contábeis e profissionais servidores da Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina (BADESC). A Tabela 3 demonstra as principais características da amostra.

Tabela 3 - Características dos respondentes

Descrição	F	(%)	Condição	F	(%)
Profissionais	70	35,0	Comprador	100	50,0
Estudantes	130	65,0	Vendedor	100	50,0
Total	200	100,0	Total	200	100,0
Estudantes	F	(%)	Profissionais	F	(%)
Comprador	64	49,2	Comprador	36	51,4
Vendedor	66	50,8	Vendedor	34	48,6
Total	130	100,0	Total	70	100,0
Gênero	F	(%)	Formação	F	(%)
Masculino	116	58,0	Ens. Médio Completo	7	3,5
Feminino	84	42,0	Grad. incompleta	130	65,0
Total	200	100,0	Grad. Completa	17	8,5
Estado Civil	F	(%)	Especialização	33	16,5
Casado	55	27,5	Mestrado	10	5,0
Solteiro	138	69,0	Doutorado	3	1,5
Outros	7	3,5	Total	200	100,0
Total	200	100,0	Renda	F	(%)
Situação Financeira	F	(%)	Até 1 Salário Mínimo	60	30,0
Muito endividado	7	3,5	De 1 a 2 Salário Mínimo	52	26,0
Pouco endividado	27	13,5	De 2 a 4 Salário Mínimo	13	6,5
Financeiramente equilibrado	92	46,0	De 4 a 5 Salário Mínimo	8	4,0
Equilibrado (a) com sobras	50	25,0	De 5 a 10 Salário Mínimo	18	9,0
Financeiramente bem-sucedido	24	12,0	Mais de 10 Salário Mínimo	49	24,5
Total	200	100,0	Total	200	100,0

Nota: F= Frequência; (%) = Percentual; Salário mínimo vigente R\$ 998,00;

A idade média da amostra é de 30 anos, sendo que participaram da pesquisa mulheres com idades entre 18 e 64 anos, em média com 29 anos e homens entre 18 e 65 anos, em média com 31 anos. A média de idade entre o grupo de compradores e vendedor ficou em 29 e 30 anos respectivamente. Dos estudantes que possuem que possuem graduação incompleta, 41,5% estão na 1ª e 2ª fase, 25,4% estão na 4ª e 5ª fase, 20,8 % estão na 6ª e 7ª fase e 12,3% estão na 8ª fase, do curso de Ciências Contábeis da UFSC. Ainda no que se refere a faixa etária dos respondentes da presente pesquisa, ressalta-se a diferença de média de idade entre o grupo de estudantes e profissionais, sendo que para os estudantes a média é de 21 anos e para os profissionais a média é de 45 anos.

4.1.2 Preferências dos estudantes nas perspectivas de comprador e vendedor

As Tabelas 4 e 5 mostram os resultados das escolhas dos estudantes nas perspectivas de comprador e vendedor, respectivamente, em 7 cenários (questões) diferentes. As situações e

valores eram idênticos, adaptando-se apenas a redação conforme a perspectiva de comprador ou vendedor.

Tabela 4 - Resultados dos Estudantes na perspectiva de Comprador

Escolha	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Média
a) Agora	9,0%	23,0%	31,0%	5,0%	56,0%	6,0%	5,0%	19,3%
b) 6 Meses	13,0%	19,0%	20,0%	25,0%	8,0%	24,0%	17,0%	18,0%
c) 1 ano	78,0%	58,0%	49,0%	70,0%	36,0%	70,0%	78,0%	62,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100,00

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme evidenciado na Tabela 4 acima, em média 62,7% dos estudantes, na perspectiva de comprador, preferem postergar os resultados, visto que isso implica em uma recompensa maior. Neste grupo, as alternativas de realizar ou esperar seis meses, tiveram preferências próximas, com leve superioridade para realizar agora. Apenas no cenário da questão 5 (Q5) que envolvia a aquisição de um casaco de Inverno, os estudantes preferiram em sua maioria (56%) realizar o resultado agora. A Tabela 5 apresenta os resultados dos estudantes na perspectiva de vendedor.

Tabela 5 - Resultados dos Estudantes na perspectiva de Vendedor

Escolha:	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Média
a) Agora	41%	88%	74%	70%	74%	56%	76%	68,4%
b) 6 Meses	17%	8%	20%	23%	18%	27%	4%	16,7%
c) 1 ano	42%	4%	6%	7%	8%	17%	20%	14,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;

Fonte: Dados da Pesquisa

Os resultados da Tabela 5 mostram que os estudantes quando colocados na condição de vendedor preferem esperar receber recompensas o mais rápido possível, sendo que 68,4% optou por antecipar os resultados. À exemplo do que aconteceu no cenário de comprador, porém em ordem inversa, as alternativas de realizar os resultados em um ano agora foi levemente inferior a de esperar 6 meses. Na situação de vendedor não houve diferenças significativas em nenhum dos cenários, ou seja, em todos os estudantes preferiram antecipar os resultados.

Interessante notar a inversão de preferência dos estudantes quando se trata de assumir o papel de comprador (62,7% prefere postergar) ou de vendedor (68,4% prefere realizar na hora). Este comportamento, apesar de representar preferências opostas, revela também os objetivos opostos dos dois grupos. Enquanto o comprador busca os melhores preços o vendedor busca realizar os resultados o mais rápido possível. São os dois lados da mesma moeda.

4.1.2 Preferências dos profissionais nas perspectivas de comprador e vendedor

Aos 70 profissionais concursados em órgão público foram apresentadas as mesmas perspectivas e cenários que aos estudantes. Os resultados das suas manifestações de preferências podem ser verificados nas Tabelas 6 e 7.

Tabela 6 - Preferências dos Profissionais na perspectiva de Comprador

Escolha:	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Total
a) Agora	22,0%	19,0%	25,0%	16,5%	61,0%	22,0%	14,0%	25,6%
b) 6 Meses	11,0%	14,0%	6,0%	16,5%	6,0%	25,0%	11,0%	12,8%
c) 1 ano	67,0%	67,0%	69,0%	67,0%	33,0%	53,0%	75,0%	61,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;

Fonte: Dados da Pesquisa

Ao observar a Tabela 6, percebe-se que à exemplo do que ocorreu com os estudantes, 61,6% dos profissionais compradores, também prefere postergar os resultados visando economias ou vantagens maiores. Embora estes resultados sejam convergentes com os estudos anteriores, Santos (2012) e Faveri (2017), bem como com a resposta dos estudantes (Tabela 4), se destaca a questão da amostra se tratar de profissionais concursados e bem remunerados financeiramente, os quais mesmo contando com empregos que lhes oferecem estabilidade optaram por postergar resultados e consequentes recompensas maiores. Isso indica um nível de consciência decisória mais próxima à racionalidade que busca sempre maximização financeira.

A Tabela 7 apresenta os resultados dos profissionais na situação de vendedor, assim como os estudantes os profissionais mudam suas preferencias pelo desconto intertemporal.

Tabela 7 - Preferências dos Profissionais na perspectiva de Vendedor

Escolha:	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Total
a) Agora	62,0%	97,0%	71,0%	65,0%	82,0%	59,0%	85,0%	74,4%
b) 6 Meses	9,0%	3,0%	23,0%	20,0%	9,0%	32,0%	9,0%	15,0%
c) 1 ano	29,0%	0,0%	6,0%	15,0%	9,0%	9,0%	6,0%	10,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;

Fonte: Dados da Pesquisa

Os resultados da Tabela 7 demonstram que os profissionais, quando colocados em situação de vendedor, também preferem antecipar os resultados mesmo que isso represente um resultado menor. A média de respostas por antecipar foi 74,4% um percentual bem acentuado em relação as opções de esperar 1 ano (10,6%) e esperar 6 meses (15,0%).

Tais resultados apresentam-se em consonância com os estudos de Félix e Scholten (2012), que foram base para formulação da H1. Na pesquisa de Félix e Scholten (2012), os autores identificaram que as pessoas preferem antecipar os ganhos, mesmo que isso implique em uma recompensa financeira menor, em comparação a postergar os ganhos e receber uma recompensa financeira maior. Dentre as razões para este comportamento, Thaler (2009); Kahneman (2011) apontam a incerteza atrelada ao futuro como fator crucial.

4.1.3 Influência das características nas preferências

Na sequência parte-se para a análise das características dos decisores, como gênero e idade, conforme tabelas 8 e 9.

Tabela 8 - Escolhas por Gênero dos Respondentes da Pesquisa e Resultados do Teste de *U de Mann-Whitney*

	Grupos	Resultado em Percentual (%);			Média do Rank	U de Mann-Whitney	Z	Sig.	Ho: P - Value > 0,05
		a)	B	c)					Ha: P - Value < 0,05
Q1	Masculino	57,1	13,1	29,8	114,26	3276	-4,932	0,00	(U=3276; P < 0,05)
	Feminino	55,2	12,9	31,9	81,5				
Q2	Masculino	22,6	9,5	67,9	125,97	1918	-8,515	0,00	(U=1918; P < 0,05)
	Feminino	38,8	12,9	48,3	65,33				
Q3	Masculino	23,8	13,1	63,1	114,43	3256	-4,62	0,00	(U=3256; P < 0,05)
	Feminino	36,2	21,6	42,2	81,26				
Q4	Masculino	33,3	20,2	46,4	120,03	2606	-6,655	0,00	(U=2606; P < 0,05)
	Feminino	44,0	23,3	32,8	73,52				
Q5	Masculino	17,9	9,5	72,6	105,93	4242	-1,922	0,04	(U=4242; P < 0,05)
	Feminino	24,1	12,1	63,8	93				
Q6	Masculino	33,3	27,4	39,3	115,17	3170	-5,117	0,00	(U=3170; P < 0,05)
	Feminino	43,1	25,9	31,0	80,24				
Q7	Masculino	42,9	9,5	47,6	125,03	2026	-8,204	0,00	(U=2026; P < 0,05)
	Feminino	48,3	11,2	40,5	66,62				

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme pode-se perceber na Tabela 8 em destaque acima, que as mulheres apresentaram mais equilíbrio entre suas preferências por realizar os resultados agora (41,4%) ou dentro de um ano (41,5%). Por outro lado, os participantes do gênero masculino preferiram, em sua maioria (52,4%) postergar os resultados em 1 ano, enquanto que 33,0% preferiu realizá-los agora. Os achados de Santos (2012) também apresentaram a variável gênero (os resultados obtidos indicaram que as mulheres apresentam maior taxa de desconto do futuro, são mais avessas ao risco, e mais propensas à orientação temporal do futuro).

A Tabela 8 também reforça as descobertas de Faveri (2017), o qual concluiu que os descontos intertemporais variam de acordo com fatores individuais como o gênero. Os achados mostram que o fator gênero influenciou significativamente em todos cenários. Sendo que as médias do gênero masculino foram maiores que os dos femininos em todos os cenários. Portanto no que se refere ao fator “gênero” este exerce influência significativa na tomada de decisão, sendo que os homens preferem postergar resultados aguardando uma maior recompensa no futuro. Diante disso, a presente pesquisa corrobora com os resultados de Faveri (2017) e Santos (2012).

A pesquisa realizada por Santos (2012) evidenciou ainda que o fator idade interfere nas respostas (os jovens apresentaram maior taxa de desconto do futuro, e maior propensão ao tempo presente.) como às únicas que correlacionaram com diferenças na taxa de desconto do futuro. Essa informação pode ser verificada na Tabela 9.

Tabela 9 - Influência da Idade dos Decisores em Tomada de Decisão Intertemporal

Característica	Cenário Comprador			Cenário Vendedor		
	Tempo de Espera					
Idade	Agora	6 meses	1 Ano	Agora	6 meses	1 Ano
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
18 - 25 anos	18,1	17,1	64,8	67,8	17,0	15,2
26 - 33 anos	31,4	18,6	50,0	89,3	3,6	7,1
34 - 41 anos	31,4	20,2	58,3	76,6	5,2	18,2
42 - 49 anos	19,1	7,9	73,0	75,0	25,0	0,0
50 - 58 anos	28,6	11,7	59,7	80,5	14,2	5,2
59 anos ou mais	14,3	7,1	78,6	57,1	26,5	16,3

Nota: Resultado em Percentual (%); Q= Questão;
Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme pode-se observar na Tabela 9, a maioria dos participantes da pesquisa prefere esperar 1 ano para realizar os resultados ao invés de realiza-los agora ou em 6 meses. Mesmo assim, houve uma diferença de 13,8% pontos percentuais entre os mais jovens e as pessoas acima de 59 anos. Isso está alinhado com outros estudos que indicam que os jovens têm mais pressa em realizar seus propósitos.

Na perspectiva de vendedor, novamente percebe-se que todas as faixas etárias preferem realizar os resultados agora ao invés de esperarem 6 meses ou 1 ano. Mesmo assim, novamente pode-se perceber uma diferença de 10,7% pontos percentuais entre os mais jovens e os mais velhos, indicando que as pessoas mais jovens (18 a 25 anos) tendem a antecipar os resultados mais do que as com mais idade.

Convém destacar também a faixa etária dos 26 a 33 anos em que 50% dos respondentes no cenário de comprador preferiram esperar 1 ano para realizar os resultados. Porém, quando esta mesma faixa etária é posicionada na condição de vendedora, 89,3% preferem realizar os resultados agora. Na perspectiva de comprador, como já observado nas tabelas 5 e 7, os indivíduos têm preferência em esperar, ao passo que na de vendedor, preferem antecipar.

Desse modo, este estudo encontrou resultados semelhantes com o de Santos (2012), que identificou em sua pesquisa que as características dos decisores são um fator importante na escolha de antecipar ou postergar os resultados intertemporais, o que confirma a hipótese H2 e assim, contribui com a literatura.

A Tabela 10, tem por objetivo responder a hipótese H3, a qual investiga se as pessoas mais endividadas tendem a dar descontos maiores, ou seja, antecipar os ganhos, abrindo mão de ganhos futuros maiores.

Tabela 10 - Influência da Situação Financeira na Escolha Intertemporal

Escolhas	a) Agora	b) 6 meses	c) 1 ano				
Descrição	(%) Por situação Financeira	(%) Por situação Financeira	(%) Por situação Financeira	Total			
	(%) do Total	(%) do Total	(%) do Total	(%)Total			
Muito endividado (a)	38,8	16,3	44,9	100			
	1,4	0,6	1,6	3,5			
Pouco endividado (a)	32,3	12,7	55	100			
	4,4	1,7	7,5	13,6			
Financeiramente equilibrado (a)	38	19,1	42,9	100			
	17,6	8,8	19,8	46,2			
Financeiramente equilibrado (a) com sobras	38,3	13,7	48	100			
	9,6	3,5	12,1	25,1			
Financeiramente bem-sucedido (a), com sobras, aplicações e investimentos	42,9	11,8	45,3	100			
	4,9	1,4	5,2	11,6			
Resultados do Teste <i>Kruskal Wallis</i> comparação de médias							
Cenários	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7
Qui-quadrado	1,51	1,54	5,45	5,1	7,49	7,11	7,43
Significância Sig*.	0,68	0,67	0,14	0,16	0,06	0,07	0,06

Nota: *p-value > 0,05

Fonte: Dados da Pesquisa

Na Tabela 10 encontram-se os resultados do questionamento ao respondente sobre sua percepção de situação financeira. Como já mencionado, 70 pessoas da amostra são profissionais que atuam na agência de fomento do estado de Santa Catarina, devidamente concursados, que gozam de estabilidade financeira, tal fato pode explicar o resultado da Tabela 10 no que diz respeito ao total de respondentes que se consideram financeiramente equilibrados, sendo que este consistiu em 46,2% do total de respostas, seguido de financeiramente equilibrado com sobras com 25,1%.

Além disso, colaborou para que apenas 3,5% se considerassem muito endividados. Apesar da literatura indicar que pessoas endividadas optam por antecipar ganhos, não foi possível tal observação no presente estudo, visto que o percentual de respostas em antecipar ou postergar ganhos ficou equilibrado, como pode ser percebido na Tabela 10.

Para testar as características “situação financeiras” foram utilizados o teste de *Kruskal Wallis*, o qual se trata de uma técnica apropriada para verificar a diferença de médias entre amostra agrupadas em três ou mais grupos (Fávero & Belfiore, 2017).

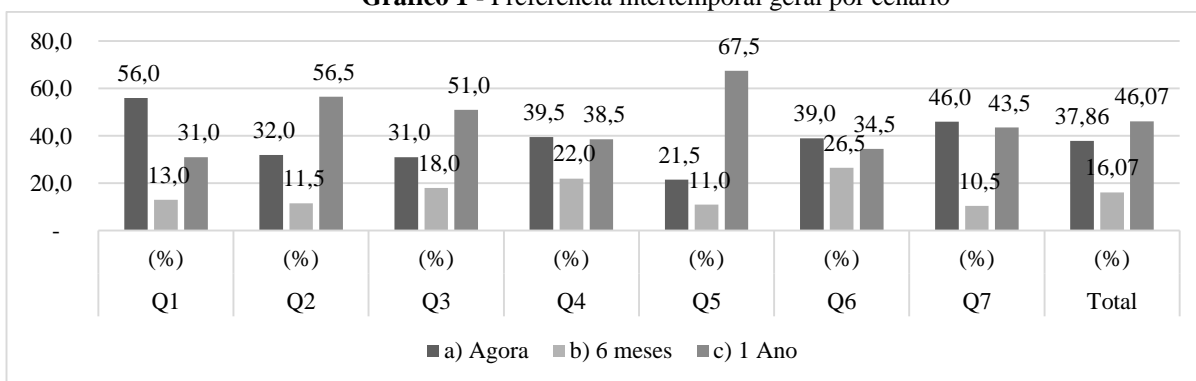
Os resultados apresentados na Tabela 10 demonstram que nenhuma destas características exerceu influência na preferência dos respondentes em antecipar ou postergar resultados. Diante disso, os resultados desta pesquisa divergem dos pressupostos de Faveri (2017), não confirmando assim a hipótese H3, de que pessoas mais endividadas tendem a dar descontos maiores, preferindo antecipar os ganhos.

4.2 Discussão dos Resultados

4.2.1 Preferencia intertemporal geral

Foram distribuídos dois tipos de questionários, sendo um na perspectiva de comprador e outro na de vendedor, com sete cenários cada. Os participantes tinham que optar pelo período de espera para realizar o resultado desenhado nos cenários. Aplicou-se 200 questionários, sendo 100 para cada grupo. Os resultados gerais dos respondentes estão demonstrados no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Preferência intertemporal geral por cenário



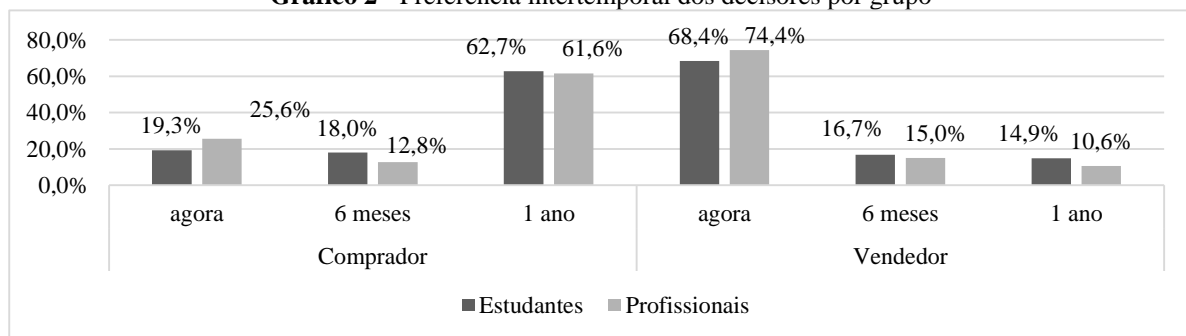
Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme pode-se observar no Gráfico 1, o Total da amostra, ficou distribuído entre as alternativas extremas de realizar os resultados Agora ou Postergar para realizar em um ano, somando 83,9%. Deste total 37,9% optou pelo imediatismo ao passo que 46,1% optou por postergar por um ano. Merece destaque a preferência dos respondentes pelas alternativas extremas, sendo que postergar ganhos em médio prazo teve apenas 16,1% de respostas. Isso indica o que Thaler (2009), Kahneman (2011) e Àvila et al (2015) argumentam de que a preferência pelo desconto intertemporal não é uma linha reta. Ou seja, ou a pessoa prefere realizar o resultado imediatamente ou então, já que precisa esperar, prefere esperar mais tempo e receber mais.

4.2.2 Preferencia intertemporal por grupo de decisores

Quando analisados os resultados de todos os respondentes conjuntamente, obtêm-se um quadro geral das preferências dos envolvidos na pesquisa. Agora, no gráfico 2, esta leitura será realizada por grupo de pessoas. Ou seja, será fragmentada entre estudantes e profissionais e ambos nas perspectivas de comprador e de vendedor.

Gráfico 2 - Preferencia intertemporal dos decisores por grupo



Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme pode-se observar no Gráfico 2 em destaque, as preferências por grupo (estudantes ou profissionais) são bastante parecidas. Ou seja, nos dois grupos, quando estão na posição de comprador, preferem postergar os resultados, possivelmente visando resultados maiores, e quando na de vendedor, preferem antecipar. Novamente, trata-se de pessoas nos dois lados do balcão. Porém, quando se analisa sob a perspectiva de comprador ou vendedor, ocorre uma inversão da preferência intertemporal. Ou seja, enquanto os compradores, em sua maioria (62,7% dos estudantes e 61,6% dos profissionais) preferem postergar os resultados, os vendedores, (68,4% dos estudantes e 74,4% dos profissionais) preferem antecipá-los.

Isso indica um descompasso entre as preferências dos dois grupos pois, quando colocados na condição de compradores as pessoas preferem postergar e quando são vendedores, preferem antecipar os resultados. Se bem compreendido e gerenciado, isso pode representar um espaço e uma oportunidade para avançar na relação comercial entre compradores e vendedores pois, quais seriam as razões que os levam a ter estas preferências?

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar se as características do decisor interferem nas suas escolhas. Para tanto realizou um estudo junto a estudantes e profissionais, examinando a influência das variáveis gênero, idade e percepção de saúde financeira em suas preferências intertemporais, em situações de ganhos e de perdas. Os resultados mostraram que assim como no estudo de Félix e Scholten (2012), tanto estudantes quanto profissionais, quando estavam na perspectiva de comprador, preferiram esperar mais tempo para obter um resultado maior e, quando estavam na perspectiva de vendedor, preferiram antecipá-los. Esta constatação pode representar uma oportunidade interessante visto que, de certa forma, confirma a expectativa de dois grupos que representam os dois lados da mesma moeda. Ou seja, como as situações eram idênticas, financeiramente, mudando-se apenas a redação para adequá-la de comprador para vendedor, é natural que ambos busquem o melhor resultado sob a sua perspectiva e, neste sentido, enquanto para o comprador a melhor situação é a espera, para o vendedor, seria a realização imediata.

Quanto às características, constatou-se que elas exercem uma influência, especialmente, com relação à idade, gênero e situação financeira pessoal nas decisões intertemporais, assim como no estudo de Santos (2012), e Faveri (2017). Percebeu-se também que as influências nas preferências não apresentaram comportamentos lineares e sim, diminuíram sua intensidade à medida que o tempo de espera aumentava. Isso reforça a ideia da racionalidade limitada visto que há uma “briga” interna em todas as pessoas que, idealisticamente buscam sempre a melhor solução, porém, realisticamente, sabem que ela não é possível em função da influência das suas crenças, valores e características pessoais moldadas pela experiência vivida.

Naturalmente, este estudo possui limitações diversas decorrentes de sua proposta e enfoque. Dentre elas destacam-se a restrição da validade dos achados ao grupo que participou da pesquisa bem como as escolhas feitas para realizar a organização e análises diante de um leque grande de possibilidades podendo, portanto, constituir-se objetos para pesquisas futuras.

Sugere-se ainda a realização de estudos com enfoques específicos nos olhares para: estudantes x profissionais de mercado; público x privado; comprador x vendedor; etc, visando lançar os mesmos olhares sobre diferentes públicos ou com diferentes abordagens e com possibilidade de explorá-los mais a fundo.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana Maria (Ed.). **Guia de economia comportamental e experimental**. EconomiaComportamental.org, 2015.

BAKKER, Bert N. Personality traits, income, and economic ideology. *Political Psychology*, 2016.

BAZERMAN, Max. **Processo decisório: para cursos de administração e economia**. Elsevier Brasil, 2015.

BAZERMAN, Max. **Processo Decisório**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

BLAVATSKYY, Pavlo. Which decision theory?. *Economics Letters*, v. 120, n. 1, p. 40-44, 2013.

BÖHM-BAWERK, Eugen Von. Capital and interest. South Holland: Libertarian Press (1889), 1970.

CAMERER, Colin; LOEWENSTEIN, George. Behavioral Economics: Past, Present. *Future*, 2004.

CARVALHO, M. L. **Três Tópicos em Economia Comportamental**. 2013. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Economia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: < <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/107073>>. Acesso em: 22 jul. 2019.

CURTO, G.C; BUENO, Jose Lino Oliveira; MARTINEZ, Alexandre Souto. Influência da classe social em tomada de decisão intertemporal. 2017. 33 f. **TCC (Graduação)** - Curso de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, 2016. Disponível em: <<http://www.tcc.sc.usp.br/tce/disponiveis/81/810034/tce-13112017-095346/?&lang=br>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

CUSINATO, R. T; PORTO JÚNIOR, S. **Teoria da Decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada**: conceitos analíticos e paradoxos. 2003. 181 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Econômicas, Ufrgs, Porto Alegre, 2003. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/1961>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

DE AGUIAR, Andson Braga; OYADOMARI, José Carlos Tiomatsu; ZARO, Cláudio Soerger. Escolhas Intertemporais: O Papel da Frequência de Feedback e Momento de Remuneração. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 21, n. 2, p. 274-290, 2019.

FAGUNDES, Ernando; SCHNORREMBERGER, Darci; LUNKES, Rogério João. Aversão ao risco na tomada de decisões organizacionais: análise da literatura e oportunidades de pesquisa. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, v. 23, n. 2, p. 19-36, 2018.

FAVERI, D. B. Impaciência nas escolhas intertemporais: Uma abordagem comportamental. 2017. 227 f. **Tese (Doutorado)** - Curso de Economia, Programa de Pós-graduação em Economia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2017. Disponível em: < <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/183406>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

FÁVERO, Luiz Paulo; BELFIORE, Patrícia. **Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®**. Elsevier Brasil, 2017.

FÉLIX, H. A. R; SCHOLTEN, M. Escolha Intertemporal: Virtudes e Vícios em Trocas Monetárias. 2012. 52 f. **Dissertação** (Mestrado) - Curso de Psicologia, Instituto Universitário Ciências Psicológicas, Sociais e da Vida, Lisboa, 2006. Disponível em: <<http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/2267/1/14458.pdf>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

FONSECA, P; MURAMATSU, R. Economia e Psicologia na Explicação da Escolha Intertemporal. **Revista de Economia Mackenzie**, São Paulo, v. 6, n. 1, p.87-112, 2008. Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/810/505>>. Acesso em: 11 abr. 2019.

FREDERICK, S.; LOEWENSTEIN, G.; O'DONOGHUE, T. Time Discounting and Time Preference: A Critical Review. **Journa Of Economic Literature.**, p. 351-401. jun. 2002. Disponível em: <https://www.uibk.ac.at/economics/bbl/lit_se/lit_se_ss06_papier/time_discounting.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2019.

GREEN, Leonard, et al. Temporal discounting in choice between delayed rewards: The role of age and income. **Psychology and Aging**, v. 11, n. 1, p. 79, 1996.

GREEN, Leonard; Fry, Astrid; Myerson, Joel. Discounting of delayed rewards: A life-span comparison. **Psychological Science**, v. 5, n. 1, p. 33-36, Jan./ 1994.

HAMMOND, Kenneth R. et al. **Judgments under stress**. Oxford University Press on Demand, 2000.

JEVONS, Herbert Stanley. **Essays on economics**. Macmilan, 1905.

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Objetiva, 2012.

KIRBY, Kris N.; MARAKOVIĆ, Nino N. Delay-discounting probabilistic rewards: Rates decrease as amounts increase. **Psychonomic bulletin & review**, v. 3, n. 1, p. 100-104, 1996..

LEONARD, Nancy H.; SCHOLL, Richard W.; KOWALSKI, Kellyann Berube. Information processing style and decision making. **Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior**, v. 20, n. 3, p. 407-420, 1999.

LOEWENSTEIN, George; READ, Daniel; BAUMEISTER, Roy. Decision and time. **Russell Sage Foundation, New York**, 2003.

PELLEGRINO, Kimberly C.; CARBO, Jerry A. Behind the mind of the strategist. **The TQM magazine**, v. 13, n. 6, p. 375-381, 2001.

QUINTANILHA, Thiago Meirelles; DA SILVA MACEDO, Marcelo Alvaro. Análise do comportamento decisório sob a perspectiva das heurísticas de julgamento e da teoria dos prospectos: um estudo com discentes de graduação em ciências contábeis. **Revista de Informação Contábil**, v. 7, n. 3, p. 1-24, 2013.

RAE, John. Statement of some new principles on the subject of political economy: Exposing the fallacies of the system of free trade, and of some other doctrines maintained in the 'Wealth of nations'. Boston: Hilhard, Gray, and Company, 1834.

SANTOS, I. B. C.; BUSAAB, V. S. R. Desconto do futuro e percepção de tempo. 2012. 95 f. **Dissertação (Mestrado)** - Curso de Psicologia, Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47132/tde-26102012-145514/pt-br.php>>. Acesso em: 10 abr. 2019.

SHADISH, William R.; COOK, Thomas D.; CAMPBELL, Donald T. Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference. 2002.

SENIOR, Nassau William. **An outline of the science of political economy**. W. Clowes and sons, 1836.

SILVA, Gabriel Henrique; CARRASCO-GUTIERREZ, Carlos. TESTANDO AS RESTRIÇÕES DO MODELO INTERTEMPORAL DE CONSUMO (CCAPM) NA AMÉRICA LATINA. **Revista Razão Contábil & Finanças**, v. 1, n. 1, 2019.

SILVERMAN, Irwin W. Gender differences in delay of gratification: A meta-analysis. **Sex roles**, v. 49, n. 9-10, p. 451-463, 2003.

SIMON, Herbert A. A behavioral model of rational choice. **The quarterly journal of economics**, v. 69, n. 1, p. 99-118, 1955.

SUTTER, Matthias et al. Impatience and uncertainty: Experimental decisions predict adolescents' field behavior. **American Economic Review**, v. 103, n. 1, p. 510-31, 2013.

TAKAHASHI, Taiki et al. Cultural neuroeconomics of intertemporal choice. 2008.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, R. Cass. **NUDGE: o empurrão para a escolha certa**. Elsevier/Campus. Rio de Janeiro. 2009.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. **science**, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**, v. 211, n. 4481, p. 453-458, 1981.