



ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA ANCORAGEM NAS DECISÕES DE CONSUMO: EVIDÊNCIAS NO MERCADO DE SMARTPHONES

Palavras-Chave: ECONOMIA COMPORTAMENTAL, ANCORAGEM, CONSUMO

Autores:

LORENZO BIGNAMI FONTANA, IE, UNICAMP

Prof. Dr. RODRIGO LANNA F. DA SILVEIRA (orientador), IE, UNICAMP

INTRODUÇÃO

A Teoria da Utilidade Esperada (TUE) da Microeconomia Neoclássica assume os indivíduos como dotados de racionalidade ilimitada e capazes de mensurar a utilidade em cada escolha realizada. Neste contexto, considera-se que os indivíduos têm todas as informações de que devem dispor na situação de decisão, através das quais alocam perfeitamente seus recursos disponíveis de maneira a maximizar o seu bem-estar na decisão de consumo (Varian, 2003).

Empiricamente verifica-se, no entanto, que o processo de decisão deva ser tomado com outras bases. Neste sentido, a partir do estudo de Daniel Kahneman e Amos Tversky, a Economia Comportamental propõe elementos externos e psicológicos devam influenciar na tomada de decisão, inviabilizando a maximização de utilidade em cada escolha. São identificados “vieses” no raciocínio dos agentes, dos quais incorrem “erros sistemáticos” no processo decisório.

Conforme Kahneman e Tversky (1974), os seres humanos são incapazes de considerar todas as informações no curso da tomada de decisão rápida, logo utilizam-se de mecanismos que facilitam este processo: as heurísticas. Esse conceito, que se dá de forma intuitiva, rápida e automática permeia a vida cotidiana dos indivíduos ao reduzir tarefas complexas de ponderar e analisar probabilidades em decisões rápidas. Três heurísticas principais são identificadas: a representatividade, a disponibilidade e a ancoragem.

A representatividade afirma que os indivíduos tendem avaliar as probabilidades de acordo com o grau de “representatividade” observado entre os fatos na situação apresentada. Já a heurística da disponibilidade, segundo Ferreira (2008), verifica-se quando a avaliação da chance de um evento acontecer é realizada de acordo com a facilidade com que acontecimentos similares possam ser lembrados, conferindo-a maior subjetividade.

Sobre o último efeito, a ancoragem, a obra de Kahneman e Tversky (1974) sustenta que os indivíduos fazem estimativas partindo de valores iniciais e ajustando-os para moldar a resposta final sobre um determinado fato ou evento. Segundo Van Exel et. al. (2006), quanto maior a ambiguidade, menor a familiaridade, a relevância ou envolvimento pessoal e maior a confiabilidade nas fontes das estimativas de valor inicial oferecidas aos entrevistados, mais forte será o efeito de ancoragem observado.

Tomando os conceitos supracitados, o presente estudo tem o objetivo de analisar a influência da ancoragem de preços nas decisões de consumo, particularmente no mercado de *smartphones*, a partir de uma revisão bibliométrica acerca da evolução dos principais estudos sobre o tema. As principais pesquisas serão então analisadas, avaliando-se suas metodologias e evidências apresentadas.

METODOLOGIA

Com objetivo de selecionar a bibliografia acadêmica mais pertinente ao tema, foi utilizada a Análise Bibliométrica, a qual consiste em analisar toda a produção científica do tema de pesquisa durante certo período em determinada base de dados. Assim, torna-se possível filtrar e sistematizar informações na base escolhida a partir de palavras-chave pertinentes ao tema.

A bibliometria é uma ferramenta estatística que permite mapear e gerar diferentes indicadores de tratamento e gestão da informação e do conhecimento (GUEDES & BORSCHIVER, 2005). Assim, para filtrar apropriadamente o conhecimento disponível, esta análise foi dividida em quatro etapas fundamentais. Primeiramente foram escolhidas as palavras-chave que delimitavam a investigação mais pertinente ao tema, as quais na presente pesquisa foram: “*anchoring*” e “*behavioral economics*”.

Em segundo lugar, foi realizada a coleta de dados a partir da base *Web of Science*, considerando o período de 1998 a 2023, anos nos quais se situam toda a produção relevante ao tema na base. Em seguida, com o uso do software “Rstudio” e do pacote “bibliometrix”, foi possível visualizar os dados e organizá-los para apresentar as informações coletadas mais relevantes. Por fim, foi feita a interpretação das informações obtidas por meio das etapas anteriormente descritas.

RESULTADOS

Para o período escolhido, a base *Web of Science* apresentou 50 documentos publicados em 46 diferentes revistas e livros, com a participação de 114 autores. Cada documento apresentou citação média de 21,06, dos quais 22% foram elaborados a partir de colaborações internacionais. A Figura 1 apresenta a evolução do número de publicações ao longo dos anos. Verifica-se um significativo crescimento no número de artigos publicados neste período. Enquanto, entre 1998 e 2010, observa-se um total de 10 publicações, entre 2011 e 2023, tal número atinge 40, o que representa um crescimento para um total de 400% do número de publicações dos anos anteriores. Com o intuito de complementar a análise, torna-se relevante também apontar as pesquisas mais citadas dentro o tema delimitado e discorrer sobre as cinco pesquisas de maior impacto na área, tal como é listado na Tabela 1.

Figura 1. Evolução do número de artigos publicados entre 1998 e 2023 na base da *Web of Science*.

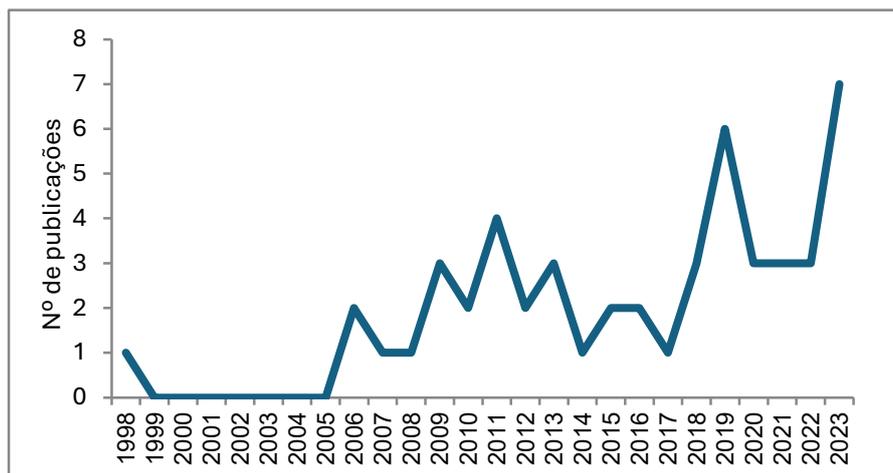


Tabela 1. Os 5 artigos sobre o tema mais citados publicados entre 1998 e 2023 na base *Web of Science*

Autores	Título	Revista	Total de citações
Oechssler et al. (2009)	<i>Cognitive Abilities and Behavioral Biases</i>	<i>Journal of Economic Behavior and Organization</i>	271
Seymour e McClure (2008)	<i>Anchors, Scales and the relative coding of value in the brain</i>	<i>Current Opinion in Neurobiology</i>	99
Pesendorfer (2006)	<i>Behavioral Economics Comes of Age: A Review Essay on Advances in Behavioral Economics</i>	<i>Journal of Economic Literature</i>	70
Laibson e Zeckhauser (1998)	<i>Amos Tversky and the Ascent of Behavioral Economics</i>	<i>Journal of Risk and Uncertainty</i>	67
Roberto e Kawachi (2014)	<i>Use of Psychology and Behavioral Economics to Promote Healthy Eating</i>	<i>American Journal of Preventive Medicine</i>	53

Com maior número de citações, o artigo de Oechssler et al (2009) busca avaliar a relação entre os vieses conhecidamente revelados pela economia comportamental e as capacidades intelectuais dos indivíduos. Para isso, os autores criam um questionário com 10 perguntas, sete das quais buscaram avaliar vieses comuns de julgamento (como preferência pelo risco, avaliação temporal, falácia na conjectura, erros em estimar probabilidades e efeitos de ancoragem) e outras três perguntas avaliaram as habilidades cognitivas, sobretudo matemáticas, de acordo com o teste de Frederick (2005), o qual distingue entre indivíduos que tomam atitudes de forma mais impulsiva e aqueles mais pacientes. Desta forma, o artigo confirma que as heurísticas, como aversão a risco em ganhos e impaciência, são mais presentes naqueles indivíduos que apresentam capacidades cognitivas menores. No entanto, não foi encontrada evidência significativa na relação entre as habilidades cognitivas e estar sujeito a efeitos de ancoragem.

Em segundo lugar, o artigo de Seymour e McClure (2008) busca demonstrar a susceptibilidade dos indivíduos em relação às manipulações que alterem suas expectativas e experiências dos valores

dos bens. O trabalho coloca em evidência que os indivíduos avaliam os preços e valores dos bens de forma majoritariamente relativa, ao invés de absoluta, o que torna a susceptibilidade aos efeitos da ancoragem mais recorrentes. A pesquisa conclui que o efeito de ancoragem atua tanto no estabelecimento de limites e sensibilidade às escalas de valores dentre as quais podem ser caracterizadas um determinado bem (fazendo uma certa transação parecer como boa ou ruim), bem como ao aparentarem demonstrar o verdadeiro valor de um produto, ocasionando na alternância de julgamento e experiência do indivíduo.

Já o estudo de Pesendorfer (2006) traz uma revisão das contribuições mais influentes da segunda geração de pensadores da Economia Comportamental, mas argumentando que para tal são introduzidas variáveis subjetivas nos modelos propostos, tornando-os empiricamente pouco verificáveis. O autor identifica ainda uma crescente tendência de aproximação da Economia Comportamental com a Psicologia, deixando de apresentar modelos econômicos generalizáveis, concluindo que apesar de institucionalizada, a Economia Comportamental não se estabelece para além da crítica à teoria padrão.

Em quarto, o texto de Laibson e Zeckhauser (1998), traz uma revisão das proposições clássicas da economia comportamental (campo que questiona a racionalidade perfeita), como aquelas propostas por Amos Tversky e Daniel Kahneman. Entre as mais importantes contribuições dos autores, que investigaram e explicaram uma ampla gama de fenômenos inerentes aos processos de anomalia na decisão humana, destaca-se a contribuição nas heurísticas de decisão (representatividade, disponibilidade e ancoragem) além da teoria do prospecto, constituindo um campo de pesquisa que enfatiza a validação de pressupostos de modelos, integração de dados em nível micro nas decisões e adoção de conhecimentos da psicologia. As contribuições de Tversky são, portanto, revisitadas usando análise de citação e colocadas em contexto histórico.

Por fim, o texto de Roberto e Kawachi (2014) foca no estudo de decisão de uma alimentação saudável, em que são analisadas as decisões dos indivíduos sobre seus hábitos alimentares, e como são enviesadas por fatores externos, concebendo-os sob a teoria da economia comportamental. No que tange os efeitos de ancoragem, o artigo reconhece que os pontos de partida dos hábitos alimentares, como tamanho médio das porções, são associados a um “status quo” que ancora as expectativas dos indivíduos, considerando então quantidades de comida como satisfatórias acima das porções que corresponderiam a um consumo compatível com uma alimentação equilibrada.

Ademais, para além dos artigos mais citados apontados pela revisão bibliométrica, outros dois artigos mostram-se relevantes à compreensão do tema estudado. Tais publicações aprofundam análises sobre efeitos da ancoragem no mercado imobiliário, podendo afetar tanto a valoração dos consumidores como efeitos das políticas públicas desenhadas nestes.

No estudo de Ünveren. e Baycar (2019), *“Historical Evidence for the Anchoring Bias: The 1875 Cadastral Survey in Instambul”*, é apresentado um estudo que busca investigar se o efeito de ancoragem teve papel na pesquisa cadastral (para fins de propriedade e tributação) de 1875 na Turquia, envolvendo

a avaliação de propriedades de terra. Nesse sentido, os autores salientam na pesquisa que foi encontrada evidência estatística significativa que há uma relação positiva entre a avaliação da propriedade e o número de portas existentes na residência, demonstrando o efeito da ancoragem na valoração dos imóveis em questão. Concluem ainda que como os tributos a serem pagos pela propriedade seriam dados de acordo com esta pesquisa, o efeito dos vieses pode ter implicações de escala legal e até mesmo fiscal para o estado e para a sociedade. Seguindo na linha de análise de valoração imobiliária à luz da economia comportamental, apresenta-se o artigo de Kokot (2023), “*The Effect of Price Anchoring on the Housing Market Based on Studies of Local Markets in Poland*”. No estudo, as variáveis explicativas escolhidas devem refletir o efeito de ancoragem de preços, entendido como a aceitação por parte dos participantes do mercado de níveis de preço justificados não somente por meio de termos socioeconômicos, bem como por termos psicológicos definidos.

CONCLUSÕES

O trabalho teve por objetivo realizar uma análise bibliométrica das pesquisas tangentes ao tema da área de estudo desta iniciação científica, suscitando tópicos de estudo como: economia comportamental, heurísticas e vieses, psicologia, racionalidade limitada, entre outros conceitos chave. A partir da revisão de literatura do tema, a próxima etapa consiste em testar o efeito ancoragem no setor de *smartphones*, comparando o efeito também entre produtos e marcas distintos.

BIBLIOGRAFIA

- GUEDES, V.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. Encontro Nacional de Ciência da Informação, v. 6, n. 1, p. 18, 2005.
- VARIAN, Hal R. Microeconomia: Princípios Básicos. 7. ed. [S.l.]: Elsevier Editora Ltda., 2003. 838 p.
- KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Julgamento sob incerteza: heurísticas e vieses. Science. v. 185, p.1124-1131, 1974.
- FERREIRA, V. R. Psicologia Econômica: Estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão. 2 ed. [S.l.]: Coleção Expo Money Elsevier, 2008. 338 p.
- VAN EXEL, N.J.A; BROUWER, W.B.F; VAN DEN BERG, B; KOOPMANSCHAP, M.A. With a little help from an anchor: Discussion and evidence of anchoring effects in contingent valuation. Elsevier, The Journal of Social-Economics, Volume 35, Issue 5, October 2006, p 836-853.
- OECHSSLER, J.; ROIDER, A.; SCHMITZ, PW.; Cognitive Abilities and Behavioral Biases. Elsevier, Journal of Economic Behavior and Organization 72 (2009), p 147-152.
- FREDERICK, S.; 2005. Cognitive reflection and decision making. Journal of Economic Perspective 19, 25-42.
- SEYMOUR, B.; MCCLURE, S.M.; Anchors, Scales and the relative coding of value in the brain, Elsevier, Current Opinion in Neurobiology, Volume 18, 2008, Pages 173-178.
- PESENDORFER, W.; Behavioral Economics Comes of Age: A Review Essay on Advances in Behavioral Economics, Journal of Economic Literature, Vol. 44, No. 3, September 2006, pp 712-721.
- LAIBSON, D.; ZECKHAUSER, R.; Amos Tversky and the Ascent of Behavioral Economics, Springer, Journal of Risk and Uncertainty, Volume 16, pages 7-47, 1998.
- KOKOT, S.; The effect of price anchoring on the housing market based on studies of local markets in Poland. Real Estate Management and Valuation, Sciendo, 2023, 31(3), 44-57.
- ÜNVEREN, B.; BAYCAR, K.; Historical evidence for anchoring bias: The 1875 cadastral survey in Istanbul, Journal of Economic Psychology, Volume 73, 2019, pp 1-14.
- ROBERTO, C. A.; KAWACHI, I.; Use of Psychology and Behavioral Economics to Promote Healthy Eating, American Journal of Preventive Medicine, Volume 47, Issue 6, 2014, Pages 832-837.