

Voltando para casa com a produção não vendida: uma análise do comportamento de produtores de banana do Espírito Santo sob a ótica da teoria do efeito custo afundado

Denizar LEAL (Ufes) - denizarleal@uol.com.br

Daniely Tranhago De queiroz (UFES) - danytranhago@outlook.com

Roberta Araújo Rodrigues (UFES) - robertaaraujorodrigues@gmail.com

Resumo:

A Teoria da Perspectiva sugere que o processo de tomada de decisões não é estritamente racional. Para Thaler (1980) as pessoas resistem em aceitar a perda, preferindo muitas vezes continuar arriscando na tentativa de recuperar o prejuízo ou gasto que tiveram. Uma das consequências da aversão à perda é o efeito custo afundado que é definido como uma maior disposição em continuar uma empreitada uma vez que um investimento em dinheiro, esforço ou tempo já tenha sido realizado (ARKES; BLUMER, 1985). Assim, o objetivo deste estudo é identificar se o efeito custo afundado é uma das razões que fazem com que os produtores de banana do Espírito Santo tomem as decisões que envolvem a volta para casa com a produção não vendida. Trata-se de um estudo de casos múltiplos de natureza exploratória e descritiva. A investigação foi realizada por meio de entrevistas com 17 produtores de banana do Espírito Santo, que comercializam seus produtos nas Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA). Os resultados encontrados demonstram que os produtores relutam em vender abaixo do preço de custo, constatando que há a influência dos custos afundados nas decisões de voltar para a casa com a produção não vendida. Outro achado do estudo é que o medo da perda, que é um dos pilares da Teoria da Perspectiva, também influencia as decisões dos produtores, no sentido de tentar evitar perdas futuras, sugerindo que esse fenômeno é tão robusto, a ponto de fazer com que os indivíduos olhem para o passado e para o futuro (MOON, 2001), tentando evitar as perdas em ambos os sentidos.

Palavras-chave: *Escalada do comprometimento; Efeito custo afundado; Produtores rurais.*

Área temática: *Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões*

Voltando para casa com a produção não vendida: uma análise do comportamento de produtores de banana do Espírito Santo sob a ótica da teoria do efeito custo afundado

Resumo

A Teoria da Perspectiva sugere que o processo de tomada de decisões não é estritamente racional. Para Thaler (1980) as pessoas resistem em aceitar a perda, preferindo muitas vezes continuar arriscando na tentativa de recuperar o prejuízo ou gasto que tiveram. Uma das consequências da aversão à perda é o efeito custo afundado que é definido como uma maior disposição em continuar uma empreitada uma vez que um investimento em dinheiro, esforço ou tempo já tenha sido realizado (ARKES; BLUMER, 1985). Assim, o objetivo deste estudo é identificar se o efeito custo afundado é uma das razões que fazem com que os produtores de banana do Espírito Santo tomem as decisões que envolvem a volta para casa com a produção não vendida. Trata-se de um estudo de casos múltiplos de natureza exploratória e descritiva. A investigação foi realizada por meio de entrevistas com 17 produtores de banana do Espírito Santo, que comercializam seus produtos nas Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA). Os resultados encontrados demonstram que os produtores relutam em vender abaixo do preço de custo, constatando que há a influência dos custos afundados nas decisões de voltar para a casa com a produção não vendida. Outro achado do estudo é que o medo da perda, que é um dos pilares da Teoria da Perspectiva, também influencia as decisões dos produtores, no sentido de tentar evitar perdas futuras, sugerindo que esse fenômeno é tão robusto, a ponto de fazer com que os indivíduos olhem para o passado e para o futuro (MOON, 2001), tentando evitar as perdas em ambos os sentidos.

Palavras-chave: Escalada do comprometimento; Efeito custo afundado; Produtores rurais.

Área temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões.

1 Introdução

Nas mais diversas atividades humanas as pessoas deveriam usar um processo racional de tomada de decisão, fazendo escolhas por meio de etapas racionais, consistentes e decisivas (ROBBINS, 2000), já que pela Moderna Teoria de Finanças o homem era visto como econômico e racional, possuindo conhecimento sobre todos os aspectos relevantes do ambiente, capaz de calcular as consequências das alternativas de escolhas disponíveis, de forma a maximizar o resultado de uma decisão tomada (FAMA, 1970). Porém o processo decisório é complexo e são vários os fatores que interferem na tomada de decisão, fazendo com que nem sempre a racionalidade e a lógica sejam os elementos primordiais no método de escolha.

Diante da observação do comportamento humano frente a momentos de tomada de decisão surgem questionamentos em relação às teorias normativas/prescritivas, que buscam identificar qual seria a melhor decisão a ser tomada. Esse foi o caso de Kahneman e Tversky (1979) que desenvolveram a Teoria da Perspectiva, que prediz que o cenário de informações pode afetar o processo decisório e que em muitas situações as pessoas agem de forma diversa do que prevê a teoria econômica. Thaler (1980) usou a Teoria da Perspectiva ao concluir que os tomadores de decisão resistem em aceitar perdas, preferindo muitas vezes continuar arriscando na tentativa de recuperar o prejuízo ou gasto que tiveram. Para Kahneman e Tversky

(1979) as pessoas são avessas à perda, o que justifica o comportamento propenso ao risco quando estão diante de uma possibilidade de perda.

Como consequência da aversão à perda surge um fenômeno denominado ‘efeito custo afundado’. O efeito custo afundado se manifesta como uma tendência do indivíduo em continuar em um curso de ação em que já se tenha investido recursos, seja dinheiro, esforço ou tempo, em vez de optar por um novo caminho que pudesse lhe trazer melhores retornos. Tendência que faz com que o investimento anterior motive a decisão de continuar mesmo que, objetivamente, não deva influenciar a decisão (ARKES; BLUMER, 1985).

No Brasil, Borba e Murcia (2005), Murcia e Borba (2009), Rover *et al.* (2009), Silva *et al.* (2015), Grejo *et al.* (2016), são exemplos de estudos que investigaram a problemática relacionada ao efeito custo afundado. Assim como a maioria dos trabalhos brasileiros, tais pesquisas trabalharam com situações hipotéticas na averiguação dos diversos aspectos relacionados ao efeito custo afundado.

Poucos estudos, inclusive em nível internacional, como os de Ross e Staw (1986, 1993), Staw, Barsade e Koput (1997) – que investigaram o processo de escalada do comprometimento (*escalation of commitment*) – analisaram a influência dos custos afundados nas decisões em situações reais. Staw (2005) argumentou que os principais avanços na compreensão do processo de escalada, que engloba o efeito custo afundado, poderiam ser obtidos por meio de mais estudos de casos e de estudos quantitativos de campo.

Um fenômeno que merece atenção, nesse sentido, é o caso de produtores de alimentos perecíveis, que podem estar sendo afetados pelo efeito custo afundado quando retornam para casa com os produtos não vendidos.

Especificamente no caso de produtores que comercializam bananas nas Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA), o retorno com sobras de produtos é bastante significativo em determinadas ocasiões em que o preço de mercado é baixo. Considerando a possibilidade de os produtores estarem deixando de vender seu produto por considerarem o custo de produção em suas decisões, este trabalho propõe a seguinte questão de pesquisa: Os produtores de banana são influenciados pelo efeito custo afundado ao retornarem com os produtos sem vender?

Assim, este estudo tem por objetivo identificar se o efeito custo afundado é uma das razões que fazem com que os produtores de banana do ES tomem as decisões que envolvem a volta para casa com a produção não vendida.

A pesquisa se justifica uma vez que, dada a natureza dessa atividade, muitos produtores aparentemente tomam decisões condicionados à sua experiência ou à tradição, o que sugere que possam estar sofrendo influência do efeito custo afundado. Além disso, a questão investigada se faz relevante visto que, na perspectiva da teoria dos custos afundados, pode ser provável a ocorrência de um paradoxo, pois a perda no retorno com a produção não vendida pode ter origem na aversão à perda e esteja provocando um prejuízo ainda maior devido ao fato de se tratar de produto perecível.

Este trabalho se diferencia dos já realizados por utilizar a análise de uma situação real por meio de estudo de casos múltiplos.

2 Referencial Teórico

2.1 Processo Decisório

A Moderna Teoria de Finanças (FAMA, 1970) se baseia em uma estrutura racional de tomada de decisão que defende que o homem é um ser perfeitamente racional. Bazerman e Moore (2014) indicam seis etapas a serem seguidas para aplicar um processo totalmente racional de tomada de decisão: (1) definem o problema perfeitamente, (2) identificam todos os critérios, (3) ponderam com precisão todos os critérios segundo suas preferências, (4)

conhecem todas as alternativas relevantes, (5) avaliam com precisão cada alternativa com base em cada critério e (6) calculam as alternativas com precisão e escolhem a de maior valor percebido. No entanto, dada a limitação humana, dificilmente o tomador de decisão possui conhecimento ou capacidade para satisfazer todas essas etapas, uma vez que a vastidão de informações disponíveis impossibilita a análise de sua totalidade.

Essa inviabilidade de análise minuciosa de todas as informações relevantes para o processo de escolha racional origina a teoria da racionalidade limitada, proposta por Simon (1955). Segundo Simon (1957) a racionalidade plena é comprometida pela limitação da capacidade humana de formular e resolver problemas complexos, o que ele intitula de “racionalidade limitada”. Na percepção de Robbins (2005), a racionalidade limitada é entendida como a construção simplificada de elementos, levando em consideração aspectos essenciais de determinada situação, sem obter toda a complexidade, valorizando os aspectos relevantes percebidos. Desse modo, a condição de racionalidade limitada não significa que o ser humano deixe de ser racional na realização de suas ações, mas, em virtude de suas limitações, na tomada de decisão é impossível perceber e analisar todas as possibilidades disponíveis (SIMON, 1965). Procurando facilitar o complexo processo decisório, o tomador de decisão busca recursos simplificadores, conhecidos como atalhos mentais ou heurísticos (SEGANTINI *et al.*, 2011). Assim, o indivíduo vale-se desses vieses heurísticos, utilizando de sua vivência, crenças, cultura, para agilizar e simplificar o processo de escolha, levando-o a decisões irracionais.

No processo decisório, o ser humano não se limita a raciocinar unicamente de forma objetiva e lógica, logo não se pode desconsiderar que a subjetividade e a ambiguidade sejam inerentes ao processo de raciocínio humano (MURCIA; BORBA, 2009). Tversky e Kahneman (1974) apontaram também a emoção como uma limitação humana que impede o autocontrole no processo decisório. Apesar da relevância da Teoria da Utilidade Esperada como teoria normativa e prescritiva da tomada de decisão, observou-se que não era possível descrever o processo decisório de forma realista sem levar em consideração as emoções e os sentimentos que as pessoas enfrentam nestes casos (KAHNEMAN, 2003). Assim, surge a Teoria da Perspectiva, proposta por Kahneman e Tversky (1979), que busca explicar os vieses heurísticos na tomada de decisões.

2.2 Teoria da Perspectiva

A Teoria da Perspectiva, elaborada pelos pesquisadores Kahneman e Tversky (1979), explica vieses cognitivos no processo de tomada de decisão. Os autores supracitados concluíram que as pessoas fazem suas escolhas em termos de ganhos e perdas, em relação a um ponto de referência adotado para a decisão. Se o ponto de referência do indivíduo é tal que os resultados são vistos como melhores que os do ponto de referência, esses são ditos como ganhos, prevalecendo uma posição de aversão ao risco. Se, ao contrário, os resultados são vistos como menores que os do ponto de referência, são ditos como perdas, prevalecendo a propensão ao risco.

Conforme Kahneman *et al.* (1988), a Teoria da Perspectiva modifica o conceito de utilidade, uma vez que os resultados da decisão são vistos como desvios em relação a um ponto de referência que o tomador de decisão adota na escolha. Segundo os autores as pessoas sentem mais a dor da perda do que o prazer alcançado com um ganho equivalente.

A Teoria da Perspectiva estipula que o processo de tomada de decisões não é estritamente racional, particularmente quando o tempo disponível é limitado; ao invés disso, os tomadores de decisões usam vieses heurísticos no processo. Diversas pesquisas enfatizam três efeitos característicos de ilusões resultantes de processos cognitivos enviesados na tomada de

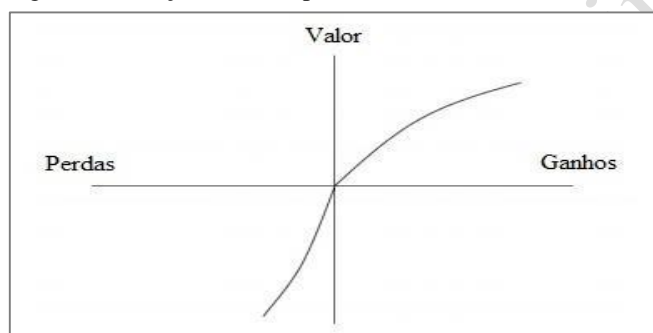
decisões pelos indivíduos: os efeitos certeza, aversão à perda e isolamento (MACEDO JUNIOR, 2003; MINETO, 2005; ROGERS *et al.*, 2007).

O chamado efeito certeza é quando as pessoas costumam preferir um resultado tido como certo a um resultado incerto, mesmo que este tenha um valor esperado maior, como por exemplo, quando as pessoas preferem conseguir novecentos reais com certeza do que 90% de chance de conseguir mil reais. Isto vale tanto para ganhos quanto para perdas. (ARKES; BLUMER, 1985; SCHAUBROECK; DAVIS, 1994).

Segundo Kahneman e Tversky (1979), a aversão à perda é observada quando os agentes tendem a ser avessos ao risco quando estão diante de duas possibilidades de ganho com a mesma utilidade esperada e tendem a ser propensos ao risco quando as mesmas possibilidades se apresentam no domínio das perdas, concluindo que o ser humano não tem aversão ao risco, mas sim, aversão à perda. Ainda de acordo com os autores, o efeito isolamento demonstra que para simplificar o processo de decisão, os agentes geralmente desconsideram boa parte das características de cada uma das opções de escolha e centralizam sua análise sobre os componentes que distinguem as opções de escolha.

Rover *et al.* (2009) mencionam que para a Teoria da Perspectiva, uma pessoa não analisa a sua situação financeira baseada em sua riqueza total, pois a utilidade percebida depende das mudanças nessa riqueza. Os ganhos e as perdas monetários são filtrados por uma função de valor. A função de valor desenvolvida por Kahneman e Tversky (1979), apresentada na Figura 1, ilustra a ideia da Teoria da Perspectiva.

Figura 1 – Função Valor Hipotética



Fonte: Adaptado de Kahneman e Tversky (1979)

Kahneman e Smith (2002) explicam que a função valor hipotético tem formato de S, ou seja, é côncava para ganhos e convexa para perdas, com curvatura no ponto zero.

A Teoria da Perspectiva contribui para as discussões acerca do efeito custo afundado ao explicar o comportamento do indivíduo, quando ele não consegue identificar de forma articulada o risco e continua persistindo em custos perdidos (ROVER *et al.*, 2009).

2.3 Escalada do comprometimento

A escalada do comprometimento é um viés que ocorre em uma sequência de decisões. Ele representa o comprometimento com um curso de ação previamente selecionado até um ponto além daquele que um modelo racional de tomada de decisão prescreveria (BAZERMAN; MOORE, 2013). Assim, pessoas podem tomar decisões irracionais levando em conta decisões racionais passadas, como por exemplo, uma pessoa que detecta uma oportunidade e investe nela, poderá se sentir mais comprometida a continuar nesse curso de ação, investindo cada vez mais tempo e dinheiro, mesmo que as expectativas de crescimento se mostrem menos favoráveis do que antes.

De acordo do Leal (2014), existe uma forte relação entre escalada do comprometimento e custos afundados. O autor cita que pesquisas parecem consolidar a proposta de que existe um impacto irracional de custos afundados em decisões de ‘escalar o comprometimento’, em situações nas quais os sinais apontam uma necessidade de revisão de curso de ação. Ainda segundo o autor, a evidenciação do fenômeno da escalada de comprometimento fundamentou a existência de um viés decisório com uma característica central: uma tendência das pessoas em continuar investindo em um curso de ação com prováveis consequências negativas. Em um projeto de cinco anos, por exemplo, depois de passados dois anos e os resultados não se apresentarem positivos como planejado, o indivíduo não quer admitir a perda de tempo e recursos, e assim, segue comprometido com o projeto na tentativa de recuperar os recursos empregados nos dois anos anteriores, ou seja, o investimento passado impacta a decisão futura, caracterizando o efeito custo afundado.

2.4 Efeito Custo Afundado

Custos afundados são os custos irrecuperáveis que foram incorridos no passado e não devem ser considerados para a tomada de decisão. Assim como se diz ‘águas passadas não movem moinhos’, os custos afundados devem ser ignorados, pois já ocorreram, não sendo possível alterá-los com decisões futuras (ROSS *et al.*, 1995). O efeito custo afundado ocorre quando ao tomar uma decisão o indivíduo sofre influência ao levar em consideração o dinheiro, esforço ou tempo investidos em um projeto, tendo em vista que este não será mais recuperado. (ARKES; BLUMER, 1985; ARKES; AYTON, 1999).

Os custos afundados podem ser observados no dia a dia das pessoas. Eles podem ser percebidos em um estudante que se sente obrigado a terminar uma graduação já iniciada, mesmo que sem satisfação na determinada profissão. Como já foram investidos tempo, dinheiro e esforços neste curso, a propensão em continuar investindo nesta alternativa é alta. Percebe-se também o efeito dos custos afundados quando um indivíduo compra um ingresso de cinema, sendo que a probabilidade de que ele vá assistir ao filme é maior do que se tivesse ganhado esta mesma entrada. Porém, só deveriam ser levados em consideração no processo decisório benefícios e custos adicionais. Assim, o fato de o ingresso ter sido pago ou não, deveria ser irrelevante cabendo à pessoa escolher o que mais lhe agrada (ROVER *et al.*, 2009).

Há certa pressão do próprio indivíduo quando o projeto investido está em uma situação de risco (ARKES; BLUMER, 1985), não havendo aceitação das perdas, fato que influencia sua decisão. Essa aversão ocorre devido ao julgamento pela má escolha. Com isso o indivíduo se põe na obrigação de considerar esse custo afundado. Os tomadores de decisões não gostam do sentimento de haver investido tempo, dinheiro e esforços desnecessários (MURCIA; BORBA, 2009). Assim, quando uma decisão não causa os resultados esperados, o risco de investir ainda mais é muito grande, podendo trazer perdas ainda maiores.

Friedman *et al.* (2007) discorrem que há dois mecanismos psicológicos distintos que podem ter relação com o efeito custo afundado: a autojustificativa, pois as pessoas não querem assumir que fizeram um investimento errado; e a aversão à perda, que faz com que os indivíduos apliquem mais recursos para tentar “salvar” um investimento já realizado.

Na visão de Arkes e Blumer (1996), uma das razões para que o efeito custo afundado ocorra é o fato de que as pessoas não querem ser consideradas “desperdiçadoras”, o que faz com que busquem investir novos recursos na tentativa de recuperar custos afundados.

Alguns trabalhos realizados no Brasil objetivaram investigar o efeito custo afundado no processo de tomada de decisão. Na pesquisa realizada por Borba e Murcia (2005) foi percebida a influência do efeito custo afundado em alunos de cursos de graduação em contabilidade, administração e economia.

Já Rover *et al.* (2009) apontaram que não há diferenças significativas nas escolhas de alunos de cursos de graduação da área de negócios em relação a estudantes de outras áreas, enquanto Segantini *et al.* (2011) identificaram que o valor do investimento pode influenciar as escolhas de gestores, isto é, eles podem ser influenciados pelo efeito custo afundado.

Diante dos trabalhos citados pode-se notar que tanto acadêmicos quanto gestores acabam por serem influenciados pelos custos afundados no processo de tomada de decisão, comprovando a existência do efeito custo afundado e, portanto, subsidiando a relevância do estudo dessa temática.

3 Metodologia

Esta pesquisa adota o estudo de caso múltiplos como estratégia de investigação. Segundo Yin (2010), um estudo de caso é uma forma de investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. “A utilização de múltiplos casos proporciona evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade” (GIL, 2002, p. 139).

De acordo com a questão e os objetivos estabelecidos, este estudo apresenta natureza exploratória e descritiva. Segundo Gil (2009) em estudos de casos exploratórios o pesquisador não espera obter uma resposta definitiva para o problema proposto, mas sim uma visão mais apurada do problema para futuramente realizar uma pesquisa mais profunda. Este autor ainda menciona que esta modalidade é recomendada para temas pouco explorados ou quando se pretende abordá-los sob novos enfoques. Gil (2002) destaca que a pesquisa descritiva possui como objetivo a descrição das características de determinada população ou de determinado fenômeno.

A etapa preliminar da pesquisa consistiu de entrevista com produtores rurais de banana do Espírito Santo, que comercializam seus produtos nas Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (CEASA), em abril de 2018. Nesta etapa buscou-se conhecer mais os processos envolvidos nessa atividade, bem como verificar a viabilidade e relevância da investigação proposta.

Diante da confirmação de que a pesquisa era executável e pertinente, o objeto de estudo foi 17 produtores de banana do Espírito Santo, que comercializam seus produtos na CEASA. A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas. Essas entrevistas foram realizadas com base em um roteiro semiestruturado previamente elaborado com base na literatura referenciada, com intuito de identificar se o efeito custo afundado é uma das razões que fazem com que os produtores de banana do Espírito Santo tomem as decisões que envolvem a volta para casa com a produção não vendida.

3.1 Perfil dos entrevistados

Obteve-se um total de 17 entrevistas com produtores de banana e ficou acordado o anonimato dos entrevistados. A abordagem foi feita em julho de 2018 e as entrevistas foram gravadas a fim de evitar perda de informações e, posteriormente, transcritas. A escolha dos entrevistados foi feita de maneira aleatória conforme identificação da atividade de produção de banana e as partes relativas à questão investigada foram transcritas antes da análise.

Foram feitas perguntas com o intuito de conhecer o perfil dos entrevistados, conforme Quadro 1. De acordo com o tamanho da propriedade, 10 são caracterizados como pequena propriedade e 7 como minifúndio, essa classificação de acordo com o Incra - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária, é definida pela Lei 8.629, de 25 de fevereiro de 1993 e leva em conta o módulo fiscal (e não apenas a metragem), que varia de acordo com cada município.

A grande maioria entrou no ramo de produção de banana por meio da família. Em relação à média de quantidade de caixas que levam para vender por semana, oito produtores levam até 200 caixas de banana, seis deles levam até 600 caixas e três levam mais de 600 caixas por semana.

Quadro 1 – Perfil dos produtores de banana (continua)

| Entrevistado | Tamanho da propriedade | Quanto tempo atua no mercado | Produz só banana | Como entrou no ramo | Vende apenas produção própria | Quantas caixa leva ao CEASA |
|--------------|------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|-----------------------------|
| Produtor 1 | 12,5 hectares | 22 anos | Não respondeu | Por meio da família | Não, traz de vizinhos | 100 a 200 por semana |
| Produtor 2 | 7 hectares | 25 anos | Não, laranja também | Por meio da família | Não, traz de vizinhos | 500 a 600 por semana |
| Produtor 3 | 27 hectares | 44 anos | Não, café também | Por meio da família | Sim | 20 a 30 por semana |
| Produtor 4 | 40 hectares | 30 anos | Não | Por opção | Sim | 600 por semana |
| Produtor 5 | 13 hectares | 5 anos | Não, mexerica e abobrinha também | Por meio da família | Não, traz de outras pessoas | 150 a 200 por semana |
| Produtor 6 | 20 hectares | 30 anos | Não respondeu | Por opção | Sim | 140 a 150 por semana |
| Produtor 7 | 24 hectares | 10 anos | Sim | Fazendo frete na região | Não, traz de vizinhos | 450 por semana |
| Produtor 8 | 50 hectares | 10 anos | Sim | Por meio da família | Sim | 450 a 600 por semana |
| Produtor 9 | 50 hectares | 10 anos | Não, eucalipto, pimentão e outros | Por meio da família | Não, traz de vizinhos | 600 por semana |
| Produtor 10 | 1 hectare | 37 anos | Não, mexerica também | Por meio da família | Sim, mas compra no CEASA para revender | 500 a 750 por semana |
| Produtor 11 | 25 hectares | 4 anos | Não, mexerica também | Por opção | Não, traz de outras pessoas | 900 por semana |

| | | | | | | |
|-------------|---------------|---------|--------------------------------------|---------------------|-----------------------------|----------------------|
| Produtor 12 | 11,3 hectares | 30 anos | Não, café, mexerica e laranja também | Por meio da família | Não, traz de vizinhos | 150 por semana |
| Produtor 13 | 70 hectares | 45 anos | Não, café também | Por meio da família | Não, traz de outras pessoas | 800 por semana |
| Produtor 14 | 25 hectares | 30 anos | Sim | Por meio da família | Não, traz de vizinhos | 100 por semana |
| Produtor 15 | 18 hectares | 10 anos | Não, café e mexerica também | Por meio da família | Não, traz de outras pessoas | 200 por semana |
| Produtor 16 | 16 hectares | 30 anos | Não, verduras também | Por meio da família | Sim | 80 a 100 por semana |
| Produtor 17 | 5 hectares | 20 anos | Não, aipim e mexerica também | Por meio da família | Não, traz de outras pessoas | 200 a 250 por semana |

Fonte: elaborado pelos autores

4 Apresentação e discussão dos resultados

Foram realizadas sete perguntas com o propósito de investigar se o custo afundado é uma das razões que fazem com que os produtores retornem para casa com a produção não vendida. Para efeito da discussão, foram unificadas algumas perguntas, conforme é apresentado a seguir.

Consegue identificar quanto custa para produzir uma caixa de banana? O que compõe esse custo?

Esta questão foi apresentada com a intenção de identificar, posteriormente, até que ponto os produtores aceitariam flexibilizar o preço de venda em situações em que se configura uma grande possibilidade de perda pelo fato de não conseguir vender os produtos. Pela teoria econômica, custos passados irrecuperáveis não devem influenciar a tomada de decisão futura. No caso dos produtores, que já estão na CEASA com as bananas e não há demanda pelo produto, nem os custos fixos nem os custos variáveis deveriam influenciar no processo decisório da formação do preço mínimo de venda, por se tratar de custos passados. Na situação de baixa demanda pelo produto, o preço de mercado cai muitas vezes a patamares menores do que o que eles estimam ser o custo do produto e muitos produtores retornam para casa com o que não foi vendido.

A análise dos dados obtidos revela que apenas dois produtores responderam não conseguir identificar o custo de produção de uma caixa de banana. No entanto, as informações dos demais não são precisas e variam entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00, predominando os valores de R\$ 10,00 (cinco produtores) e R\$ 15,00 (seis produtores). Um fator que pode ter contribuído para essa variação é a diferença do tipo de banana cultivada, já que esse não foi um ponto abordado na entrevista. Dado que a maioria dos produtores informaram conhecer o preço de

custo, foi perguntado a composição desse preço. Novamente, as informações fornecidas por eles variaram bastante: por exemplo, apenas um produtor indicou que as mudas fazem parte do custo; os itens mais citados pelos produtores foram mão de obra, adubo, embalagem e frete. Os produtores citaram diversos custos variáveis e despesas variáveis, porém, a maior parte citou mão de obra, que se caracteriza como um custo fixo e difícil de ser medido na atividade por eles realizada.

No entanto, como será mostrado adiante, por consequência do efeito custo afundado, o preço de custo é um fator que afeta o processo decisório do preço mínimo de venda de vários produtores. Assim, há ainda o agravante de que os produtores formam esse preço de custo considerando custos fixos atribuídos de maneira intuitiva. De acordo com Ribeiro (2009), o sistema de custeio variável ou direto contempla como custo de produção somente os custos diretos ou variáveis, sendo o custeio variável o parâmetro em custos para o processo de tomada de decisão.

No caso desses produtores, fica perceptível o não conhecimento por parte deles do conceito de margem de contribuição, o que poderia ajudá-los a serem mais flexíveis na negociação do preço de venda, mesmo influenciados pelo efeito dos custos afundados. Um problema na utilização gerencial de custos fixos apropriados, conforme Martins (2003), é a natureza própria dos custos fixos que existem independentemente da produção.

Em que condições está disposto a vender abaixo do preço de custo? Como enxerga perda nesse caso?

Somente o Produtor 16 citou como condição de venda abaixo do preço de custo a tentativa de redução da perda: “querer a gente não queria vender abaixo disso, mas muitas vezes a gente para não perder tudo a gente tem que vender abaixo”. Onze produtores disseram que somente quando as forças de mercado assim impõem e três sob nenhuma condição estão dispostos a vender abaixo do preço de custo. Os dois produtores que não conseguem identificar o preço de custo apenas seguem o preço de mercado, não sabendo quando vendem abaixo do preço de custo. Aparentemente, grande parte dos produtores que indicam seguir o preço de mercado não estariam sendo influenciados pelos custos afundados. No entanto, como será observado nas questões seguintes, alguns caem em contradição e quase todos estabelecem um preço mínimo próximo do que consideram custo.

Pela teoria, os custos afundados não deveriam ser levados em consideração diante de uma tomada de decisão. Jiambalvo (2009) alerta que por serem custos que ocorreram no passado, eles não são relevantes para a tomada de decisão uma vez que os mesmos não se modificam quando as decisões são tomadas. Observamos, no entanto, comportamento oposto por parte de alguns produtores entrevistados. O Produtor 1 disse: “infelizmente na época que tem muito a gente é obrigado a vender abaixo do preço de custo, aí é o mercado, aí a gente trabalha com prejuízo”, já o Produtor 4 disse: “eu sou o tipo daquele cara que não costumo arredar muito o pé não, em caso nenhum eu vendo abaixo do preço de custo, nem quando o mercado está menos, muito difícil”, e continua: “eu dou para os pobres, mas abaixo do preço de custo eu não vendo, eu distribuo para todo mundo”. Esse produtor prefere doar a vender abaixo do preço de custo, ou seja, o produtor está tão apegado a um custo passado, o de produção, que acaba por ganhar nada. Observa-se ainda a tentativa de justificar a decisão de não vender abaixo do preço de custo ao dizer que fará doações, confirmando o que fala a literatura de que, quando da ocorrência do viés decisório do efeito custo afundado, as pessoas buscam justificativas para a decisão tomada.

No que diz respeito a questão de como enxergam as perdas nesse caso, igualmente ao Produtor 5: “é os altos e baixos, um dia a gente ganha, outro dia a gente perde, né; tem vezes que a gente ganha, quando tá mais alto a gente lucra um pouquinho mais”, outros 12 produtores

veem como prejuízo que serão compensados em momentos de lucro, o que é natural nesse tipo de atividade. Os dois produtores que não conhecem o preço de custo não conseguem identificar a perda nesse caso. Já o Produtor 6 respondeu: “lamentando, né; eu falei com minha esposa que eu tenho que parar com isso. Só tô levando prejuízo; não parei pensando que o negócio iria melhorar, mas agora acho que vou ter que parar de vez, partir pra outro ramo”, ou seja, esse produtor lamenta tanta a perda que pensa em parar de produzir banana.

Em casos de sobras, qual o preço mínimo que está disposto a vender a caixa de banana?

Em relação a esta indagação, um produtor não respondeu, um produtor não tem casos de sobra, sete responderam que o preço mínimo é o preço de custo, sete indicaram um preço mínimo abaixo do preço de custo e um respondeu um valor arbitrário, uma vez que não sabe o preço de custo.

O Produtor 7 é o caso em que não há sobra, ele diz: “quando estava sobrando um pouco, eu aumentei mais um dia, né; eu vinha dois, agora eu venho três dias pra não acontecer isso (a sobra); se um dia sobrar, eu trago no outro”. O produtor demonstra conhecimento através de sua experiência no mercado e ao perceber potenciais sobras aumenta sua periodicidade de idas ao CEASA, relatando também que diminui a quantidade levada.

Nos sete produtores que responderam que o preço mínimo é preço de custo, podemos constatar o efeito custo afundado como consequência da aversão à perda. De acordo com Araújo e Silva (2007), o conceito de “aversão às perdas” diz que as pessoas não têm aversão ao risco e sim à perda, já que a dor de uma perda é superior ao prazer de um ganho equivalente, ou seja, é preferível não perder R\$100,00 a ganhar R\$100,00. Pode-se observar esse comportamento no processo decisório desses produtores, uma vez que o medo de perder os recursos, tempo e esforços investidos na produção, faz com que se recusem a vender abaixo do preço de custo em casos de sobra. Vide fala do Produtor 1: “quando sobra o mínimo é R\$ 15,00 (preço de custo); por menos do que isso eu levo de volta e faço doação, mas eu não vendo por menos”. Dentre esses sete produtores houve um caso de contradição. O Produtor 16, como já citado, indicou como condição para venda abaixo do preço de custo a tentativa de livrar-se de uma perda total, porém esse mesmo produtor diz que o preço de custo é seu limite de preço em caso de sobra. E mais, o Produtor 16 demonstra aversão até mesmo a perdas futuras quando diz: “tem que ser o preço de custo, porque fica difícil a gente vender a menos; e também causa um mal costume no pessoal, às vezes a gente vende hoje abaixo (do preço de custo) e semana que vem o pessoal quer comprar de novo pelo mesmo preço”. Nesse mesmo sentido, o Produtor 11 que diz: “se você fizer isso um dia (vender abaixo do preço de custo), geralmente as pessoas querem que você faça todo dia”. Esses produtores receiam a perda com volta de clientes solicitando novamente preço abaixo do custo. Já o produtor 12 preocupa-se com a perda com a baixa do preço do produto no mercado: “não venderia (abaixo do preço de custo) porque se vender, amanhã ela tá cada vez mais baixo e vai sobrando cada vez mais banana no mercado”. Assim, esses produtores abrem mão de reduzir ao menos parte de seu prejuízo com a venda abaixo do preço de custo por medo de perder em vendas futuras.

Dentre os produtores que indicaram um preço mínimo abaixo do preço de custo, temos o Produtor 10, que diz que vende a qualquer preço ofertado e justifica: “não tem solução, você não tem outra solução, você tem que fazer isso, ou leva embora e joga fora”. Esse é um caso que observamos a não incidência do efeito custo afundado no seu processo decisório. Outros cinco produtores apesar de não considerarem o preço de custo em suas decisões estabelecem um preço mínimo de venda, como exemplifica a fala do Produtor 15: “vender abaixo de R\$ 5,00 (preço mínimo estipulado) não adianta, não vai resolver meu problema; eu joga fora, é abuso demais, tá doido”. Esses produtores ainda sofrem o efeito custo afundado, pois estipulam um preço mínimo exigido pelo seu trabalho e assim declaram ser um abuso vender abaixo desse

preço, ou seja, estão considerando um esforço passado na tomada de decisão. Há certa contradição na fala de todos esses seis produtores, já que todos responderam que somente quando as forças do mercado impõem estariam dispostos a vender abaixo do preço de custo. No entanto, pode-se concluir que essa contradição pode ter ocorrido por pura falta de atenção à situação de sobras quando da primeira resposta.

Por fim há também o caso do Produtor 6 que inicialmente diz que sob nenhuma condição vende abaixo do preço de custo, o que indicaria a incidência do efeito custo afundado, porém ao responder à pergunta supramencionada diz: “hoje seria menos de R\$ 2,00 que eu não venderia, que é o preço da caixa (embalagem)”, caracterizando contradição. A partir desse relato, identificamos que esse produtor não está sob o efeito custo afundado, uma vez que estipula como preço mínimo de venda o custo da venda, pois ao vender é necessário a entrega da caixa de embalagem, que em caso de retorno pode ser reutilizada.

Se voltar para casa com a produção não vendida, o que faz com essas sobras? Em casos de alimentar animais com a produção não vendida, consegue economizar na compra de ração?

O propósito dessas questões foi verificar se as alternativas de destino da produção não vendida ocasionam em resultado melhor do que a venda a qualquer preço ofertado, e assim, haver um motivo racional no retorno com sobras.

Três alternativas foram citadas pelos entrevistados: doação, jogar fora e alimentar animais. Em relação a alimentação de animais, poderia haver economia com ração que justificasse o retorno com a produção não vendida, por isso foi feita a segunda pergunta. Foram dez produtores que disseram que alimentam animais com sobras, porém, não houve consenso no que diz respeito a economia com ração. Alguns produtores disseram haver economia, conforme diz o Produtor 9: “economiza, com certeza, porque eles (os animais) comendo banana deixam de comer pasto ou ração”, já outros produtores disseram que não há economia. Observar-se que essa divergência se dá pelo fato de realmente haver economia, porém ela não é substancial, como disse o Produtor 2: “economiza um pouquinho, mas não dá muita diferença” e o Produtor 16: “não faz muita diferença (a economia)”. Portanto, os produtores que responderam que não há economia, provavelmente economizam, mas consideram esta irrisória. Assim, pode-se dizer que a economia com ração é pouco significativa, constatando-se que a alimentação de animais não é uma razão relevante para retornar para casa com produção não vendida.

Apresentação de situação hipotética

Além das perguntas realizadas, foi apresentada a alguns produtores a seguinte situação hipotética: em casos de sobras, vender por R\$ 100,00 a produção com custo de R\$ 150,00, explanando que nesse caso, o prejuízo de R\$ 150,00 ocasionado pela volta com a produção não vendida diminuiria para R\$ 50,00.

A esta situação, o Produtor 1 respondeu: “você já tá com prejuízo, então R\$ 100,00 a menos ou a mais, entendeu, não vai fazer muita diferença”. Esse produtor desconsidera outras características da venda abaixo do preço de custo e centraliza apenas no prejuízo ocasionado por essa escolha. No entanto, a venda abaixo do preço de custo proporciona a minimização do prejuízo, fato que não é considerado com a devida importância pelo produtor, que está sob influência do efeito custo afundado ao se apegar fortemente ao preço de custo.

O Produtor 14 que inicialmente não estava disposto a vender a qualquer preço em caso de sobras, após exposição da situação hipotética diz: “é, com certeza, diminui sim (o prejuízo),

a gente vende (a qualquer preço) pra não levar de volta e salvar um pouco, né?”. Antes esse produtor estabeleceu como preço mínimo R\$ 5,00, mas após a exposição da situação hipotética e entendimento de que qualquer valor ofertado provoca diminuição do prejuízo total, houve a aceitação da venda por qualquer preço, mitigando o efeito custo afundado.

5 Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo, por meio de um estudo de casos múltiplos realizado com produtores que comercializam a produção de banana na CEASA, identificar se o efeito custo afundado é uma das razões que fazem com que esses produtores tomem a decisão de voltar para casa com a produção não vendida.

Os resultados encontrados de maneira exploratória neste trabalho demonstram uma forte interferência do preço de custo nas decisões dos pesquisados. Conforme encontrado nas entrevistas realizadas, muitos se recusam ou relutam em vender abaixo do preço de custo, evidenciando a influência do efeito custo afundado nas decisões de retorno para casa com a produção sem vender. O efeito se caracteriza, nesse caso, pelo fato de o custo de produção ser um custo irrecuperável e que não deveria ser considerado nesses casos. Como o produto não vendido, por ser perecível, somente servirá para alimentação de animais (em alguns casos) ou será perdido, vendê-lo por um valor inferior ao custo seria uma forma de reduzir as perdas relativas ao investimento efetuado na produção, transporte e comercialização.

Constatou-se também que, além do preço de custo, o tempo e esforço investidos na produção interferem no processo decisório dos entrevistados, mais uma vez caracterizando o efeito custo afundado (ARKES: BLUMER, 1985). Como pode ser percebido nas justificativas apresentadas pelos produtores, o efeito custo afundado surge como consequência da aversão à perda, sendo identificada até mesmo aversão a perdas futuras, confirmando o paradoxo levantado na introdução dessa pesquisa de que o medo da perda pode estar levando os produtores a tomarem decisões que implicam perdas maiores.

Este estudo contribui com os estudos acerca da influência dos custos afundados no contexto das decisões, confirmando que esse é um problema que deve ser observado nas mais diversas áreas na sociedade. Nesse sentido, atesta-se que o conhecimento de custos no processo de tomada de decisão é fundamental em qualquer negócio, uma vez que se os produtores não sofressem a influência do efeito custo afundado, provavelmente teriam resultados melhores nessa atividade.

A principal contribuição deste estudo foi demonstrar que o efeito custo afundado e, consequentemente, o medo da perda, são fenômenos que afetam significativamente as escolhas das pessoas, mesmo quando essas já possuem experiência na atividade (LEAL, 2014). Assim, sugere-se que sejam realizadas novas pesquisas nesse sentido em outros setores, bem como a ampliação dessa pesquisa com a possibilidade de realização de inferências com relação aos resultados obtidos, ou seja, pesquisas quantitativas, mas com natureza não experimental.

Referências

ARAUJO, J. L. P. et al. Análise dos custos de produção e da rentabilidade do sistema típico de produção da abóbora na região do Submédio São Francisco. In: Congresso Sociedade Brasileira de sistemas de Produção, 8., 2010, São Luis, **Anais...**; UEMA; Embrapa Cocais, 2010. 1 CD – ROM.

ARAÚJO, D. R.; SILVA, C. A. T. Aversão à perda nas decisões de risco. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 1, n. 3, p. 45-62, 2007.

ARKES, H. R.; AYTON, P. The sunk cost and concordance effects: are humans less rational than lower animals? **Psychological Bulletin**, v. 125, n. 5, p. 591-600, set. 1999.

ARKES, H. R.; BLUMER, C. The psychology of sunk costs. **Organizational Behavior and Human Decision Process**, v. 35, p. 124-140, 1985.

BAZERMAN, M. H.; MOORE, D. A. **Judgment in managerial decision making**. 8. ed. New Jersey: Wiley, 2013.

_____. **Processo decisório**. 8 ed. Tradução de Daniel Vieira. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

BORBA, J. A.; MURCIA, F. A influência dos custos perdidos (*sunk costs*) no processo de tomada de decisão: um estudo empírico baseado em cenários de decisão. In. **IX Congresso Internacional de Custos**. Florianópolis-SC, novembro de 2005.

DOURADO, E.M.C.B.; SILVA, L.M.R.; KHAN, A. S. Análise econômica da minifábrica processadora de castanha de caju. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v.30, n.4 p. 1014 – 1037 outubro – dezembro 1999.

FAMA, E. F. Efficient capital markets: a review of theory and empirical work. **The Journal of Finance**, v. 25, n.2, p. 383-417, 1970

FRIEDMAN, D. et al. Searching for the sunk cost fallacy. **Experimental Economics**. V. 10(1), p.79-104, 2007.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002

_____. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

GREJO, L. M.; FAIA, V. da S.; ABBAS, K. Avaliação do efeito sunk cost na tomada de decisão de acadêmicos de ciências contábeis e administração. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace**, v. 6, nº 2, 2016.

JIAMBALVO, J. **Contabilidade gerencial**. Rio de Janeiro. LTC. 2009

KAHNEMAN, D. Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. **The American Economic Review**, v. 93, n. 5, p. 1449–1475, 2003.

KAHNEMAN, D.; SLOVIC, P.; TVERSKY, A. **Judgment under uncertainty**: heuristics and biases. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. The prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**. v.47, n.2, p.263-392, 1979.

LEAL, D. **O papel de custos afundados em decisões de alocação de recursos**. Tese (Doutorado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

MACEDO JÚNIOR, J. S. **Teoria do prospecto**: uma investigação utilizando simulação de investimentos. 2003. 173 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2003.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MINETO, C. A. L. **Percepção ao risco e efeito disposição**: uma análise experimental da teoria dos prospectos. 2005. 153 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2005.

MOON, H. Looking forward and looking back: integrating completion and sunk-cost effects within an escalation-of-commitment progress decision. **Journal of Applied Psychology**, v. 86, n. 1, p. 104-113, 2001.

MURCIA, F. D.; BORBA, J. A. Um Estudo Empírico sobre os Efeitos dos Sunk Costs no Processo Decisório dos Indivíduos: Evidências dos Estudantes de Graduação de uma Universidade Federal. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 9, nº 2, 2009.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade de custos**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

ROBBINS, S. P. Administração. **Mudanças e perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2000.

_____. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ROGERS, P. et al. Finanças Comportamentais no Brasil: um estudo comparativo. **Revista de Economia e Administração do Insper**, v. 6, n.1, p. 9-68, 2007.

ROSS, J.; STAW, B. M. Expo 86: an escalation prototype. **Administrative Science Quarterly**, v. 32, p. 274-297, 1986.

_____. Organizational escalation and exit: the case of Shoreham nuclear power plant. **Academy of Management Journal**, v. 36, p. 701-738, 1993.

ROVER, S. et al. Efeito *sunk costs*: o conhecimento teórico influencia no processo decisório de discentes. **Brazilian Business Review**, Vitória, ES, v. 6, n.3, p. 247-263, 2009.

SCHAUBROECK, J.; DAVIS, E. Prospect Theory predictions when escalation is not the only chance to recover sunk costs. **Organizational Behavior and Human Process**, v. 57, p. 59-82, 1994.

SEGANTINI, G. T. et al. Efeito sunk costs: avaliação da influência do custo perdido no processo de tomada de decisão dos gestores das empresas de construção civil. In: CONGRESSO ANPCONT, 5, 2011, Vitória. **Anais...** Vitória: 2011.

SILVA, A. N. et al. Efeito Sunk Costs no processo de tomada de decisão: uma análise sob a percepção de discentes. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos - ABC**, 2015.

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

_____. **Administrative Behavior**: a study of decision-making processes in administrative organizations. 2 ed. New York: McMillan, 1957.

_____. **Comportamento administrativo**: estudos dos processos decisórios nas organizações administrativas. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1965.

STAW, B. M. The escalation of commitment: steps toward an organizational theory. In: SMITH, K. G.; HIT, M. A. (Ed.). **Great Minds in Management**: the process of theory development. New York: Oxford University Press, 2005.

STAW, B. M.; BARSADE, S. G.; KOPUT, K. W. Escalation at the credit window: a longitudinal study of bank executives' recognition and write-off of problem loans. **Journal of Applied Psychology**, v. 82, n. 1, p. 130-142, 1997.

THALER, R. Toward a positive theory of consumer choice. **Journal of Economic Behavior and Organization**, v. 1, p. 39-60, 1980.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, v. 185, n. 4157, p. 1124–1131, 1974

YIN, R. K. **Estudo de Caso - Planejamento e Métodos**. 4ª. edição, Porto Alegre: Bookman 2010.