

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIOECONÔMICO  
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LEONARDO SCHULZ STOFER

**Profissionais da contabilidade e a apresentação de informações contábeis sob  
a perspectiva da Teoria da Contabilidade Mental**

Florianópolis

2023

LEONARDO SCHULZ STOFER

**Profissionais da contabilidade e a apresentação de informações contábeis sob  
a perspectiva da Teoria da Contabilidade Mental**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao  
Curso de Ciências Contábeis do Centro da  
Universidade Federal de Santa Catarina como  
requisito parcial para a obtenção do grau de  
Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador(a): Prof. Darci Schnorrenberger, Dr.

Florianópolis

2023

Schulz Stofer, Leonardo

Profissionais da contabilidade e a apresentação de informações contábeis sob a perspectiva da Teoria da Contabilidade Mental : Profissionais da contabilidade e a apresentação de informações contábeis sob a perspectiva da Teoria da Contabilidade Mental / Leonardo Schulz Stofer ; orientador, Darci Schnorrenberger, 2023.

49 p.

2. Economia Comportamental. 3. Contabilidade. 4. Contabilidade mental. I. Schnorrenberger, Darci. II. Universidade Federal de Santa Catarina. . III. Título.

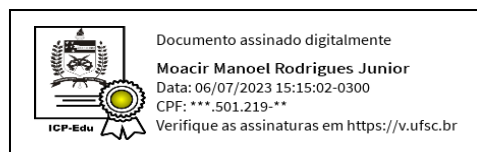


Leonardo Schulz Stofer

Profissionais da contabilidade e a apresentação de informações contábeis sob a perspectiva da Teoria da Contabilidade Mental

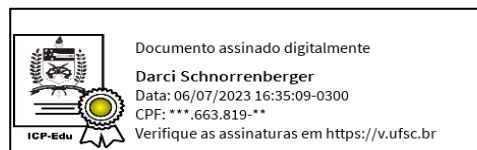
Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel e aprovado em sua forma final pelo Curso de Ciências Contábeis.

Santa Catarina, 26 de Junho de 2023.

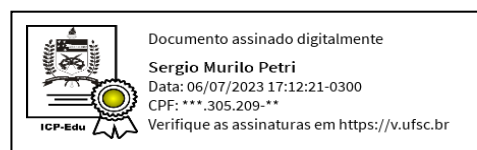


Prof.(a) Moacir Manoel Rodrigues Junior  
Coordenador do TCC

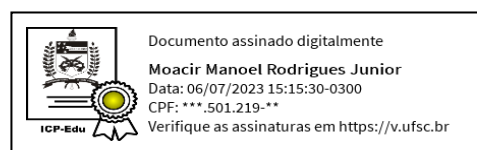
#### **Banca examinadora**



Prof.(a) Darci Schnorrenberger, Dr.  
Orientador



Prof.(a) Sergio Murilo Petri  
Membro



Prof.(a) Moacir Manoel Rodrigues Junior  
Membro

Florianópolis, 2023.

Dedico esse trabalho aos meus pais e ao meu orientador.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente aos meus pais, Alessandra e Ricardo Stofer, por seu meu apoio em todas os momentos da minha vida.

Agradeço ao meu orientador, Darci Schnorrenberger, por aceitar o desafio da minha orientação e por me inspirar no desenvolvimento desse trabalho. O seu empenho foi essencial para a minha motivação à medida que as dificuldades iam surgindo ao longo do percurso.

Expresso minha gratidão a todos os profissionais do departamento de ciências contábeis do curso de ciências contábeis da Universidade federal de Santa Catarina por todo o apoio que me deram ao longo da realização do meu trabalho.

Obrigado!

“Não podemos prever o futuro, mas podemos criá-lo.” (Peter Drucker).



## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo geral proposto de mensurar o reflexo do sexo no Processo de Tomada da Decisão e *formulation effect* na apresentação das informações contábeis pela lente da Teoria da Contabilidade Mental. (TCM). Para tanto se utilizou de pesquisa descritiva, survey e quantitativa. O instrumento de pesquisa foi baseado na pesquisa de Rengel (2020). Para a análise dos dados se utilizou da estatística descritiva. O instrumento foi disponibilizado por meio da ferramenta do Google Formulário. achados indicam similaridade nas preferências de apresentação das informações contábeis por indivíduos do sexo feminino e masculino. Ambos, também, optam por agregar ou desagregar informações em situações semelhantes. Sendo atribuído ao sexo feminino maior preferência por descrições da informação apresentada. Conclui-se que o processo decisório é influenciado pelas preferências do preparador da informação e pelo contexto em que se encontra, indicando que as decisões financeiras não estão livres de vieses cognitivos. Reflete ainda, que dependendo do sexo do preparador da informação contábil haverá maior divulgação de informações adicionais que descrevam e /ou demonstre a situação apresentada ao tomador da decisão.

**Palavras-chave:** Tomada de decisão; Teoria da Contabilidade Mental; Survey.

## ABSTRACT

This research has the proposed general objective of measuring the reflection of gender in the Decision-Making Process and formulation effect in the presentation of accounting information through the lens of the Theory of Mental Accounting. (TCM). For this purpose, descriptive, survey and quantitative research was used. The research instrument was based on Rengel's research (2020). Descriptive statistics is used for data analysis. The instrument was made available through the Google Form tool. findings indicate similarity in the emotions of presentation of accounting information by female and male individuals. Both also choose to aggregate or disaggregate information in similar situations. Females are given greater preference for transmitting the displayed information. It was concluded that the decision-making process is influenced by the information preparer's emotions and by the context in which he finds himself, indicating that financial decisions are not free from cognitive views. It also reflects that, depending on the gender of the person providing the helpful information, there will be greater disclosure of additional information that describes and/or demonstrates the situation to the decision maker.

**Keywords:** Decision making; Mental Accounting Theory; Survey.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Desenho de pesquisa.....	27
-------------------------------------	----

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Cenários de análise do <i>Formulation effect</i> .....	23
Quadro 2 - Estrutura do instrumento de pesquisa .....	28
Quadro 3 - Constructo da pesquisa .....	29

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Estatística descritiva dos dados demográficos .....	30
Tabela 2 - Questão 1 .....	33
Tabela 3 - Questão 2 .....	33
Tabela 4 - Questão 3 .....	33
Tabela 5 - Questão 4 .....	34
Tabela 6 - Questão 5 .....	34
Tabela 7 - Questão 6 .....	34
Tabela 8 - Questão 7 .....	35
Tabela 9 - Questão 8 .....	35
Tabela 10 - Questão 9 .....	35
Tabela 11 - Questão 10 .....	36
Tabela 12 - Questão 11 .....	36
Tabela 13 - Questão 12 .....	36
Tabela 14 - Relação do <i>formulation effect</i> e a <i>apresentação das informações</i> .....	38
Tabela 15 - Análise do reflexo do sexo no <i>formulation effect</i> .....	39

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>16</b>
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA.....	16
1.2	OBJETIVOS.....	18
<b>1.2.1</b>	<b>Objetivo geral</b> .....	<b>18</b>
<b>1.2.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>18</b>
1.3	JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÕES.....	18
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>20</b>
2.1	TEORIA DA CONTABILIDADE MENTAL.....	20
2.2	PROCESSO DE TOMADA DE DECISÕES.....	21
<b>2.2.1</b>	<b><i>Formulation effect</i></b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.2</b>	<b>Sexo dos tomadores da decisão</b> .....	<b>23</b>
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>25</b>
3.1	ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	25
3.2	PROCEDIMENTOS PARA COLETA DOS DADOS.....	26
<b>3.2.1</b>	<b>Desenho da pesquisa</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2.2</b>	<b>Instrumento de pesquisa</b> .....	<b>27</b>
<b>3.2.3</b>	<b>Constructo da pesquisa</b> .....	<b>28</b>
<b>3.2.4</b>	<b>População e amostra</b> .....	<b>29</b>
3.3	PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS.....	29
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>30</b>
4.1	PERFIL DA AMOSTRA.....	30
4.2	INFLUÊNCIA DO FORMULATION EFFECT.....	31
4.3	INFLUÊNCIA DO SEXO.....	37
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES</b> .....	<b>40</b>
5.1	CONTRIBUIÇÕES E LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES.....	41

## 1 INTRODUÇÃO

A partir da literatura anterior propõem-se uma contextualização do processo de tomada de decisão a partir da forma como são apresentadas as informações contábeis e como o sexo do tomador da decisão pode contribuir para o entendimento do processo decisório. Como lente teórica, discute-se a Teoria da Contabilidade Mental (TCM), para mensurar os reflexos do sexo em situações de tomada de decisão em ambientes organizacionais. Apresenta-se uma questão norteadora do estudo, que delimita o sexo do tomador da decisão como direcionador da apresentação de informações contábeis. Neste capítulo, ainda são apresentados os objetivos gerais e específicos, as justificativas e contribuições propostas pela pesquisa.

### 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Todas as pessoas estão sujeitas a algum tipo de processo decisório todos os dias, desde decisões simples como que vestir para trabalhar até em como vai gastar seus recursos. As decisões norteiam a vida das pessoas, bem como, a ambientes organizacionais e financeiros. Todavia, decidir o que vestir e decidir quanto de recurso financeiro investir em uma determinada oportunidade apresentam complexidades distintas para quem toma a decisão.

Em um ambiente financeiro, o processo de tomada de decisão é essencial para o sucesso ou insucesso de investimentos, o que por sua vez, eleva a importância de considerar aspectos do tomador da decisão e vieses que afetam o comportamento durante o processo decisório (RANGEL; SCHNORREBERGER, 2021; KENGATHARAN; KENGATHARAN, 2014; BARROS; SANTOS, 2016).

Em uma perspectiva econômica o tomador de decisão é considerado como perfeitamente racional e capaz de analisar todas as informações disponíveis de modo a decidir sempre racionalmente por maximizar a utilidade (NUNES, 2010). Entretanto, estudos como os de (FAGUNDES; ENSSLIN; SCHNORREBERGER, 2018; SUMMERS; DUXBURY, 2012; TVERSKY; KAHNEMAN, 1981) tem mostrado que as decisões corporativas são reflexos de fatores psicológicos e comportamento do tomador da decisão e o tipo de informações apresentadas.

Kahneman e Tversky já na década de 1979, propuseram questionar a racionalidade atribuída as decisões sobre investimentos, o que possibilitou o olhar para o tomador da decisão e quais características psicológicas e limitações que direcionam suas decisões. É nesse contexto que os estudos da contabilidade mental também ganharam espaço e atenção no contexto acadêmico e profissional (VIEIRA et al., 2022) em que Richard Thaler, apresenta a Teoria da Contabilidade Mental (TCM) que tem como premissa a utilização de um conjunto de operações cognitivas que são utilizadas por um indivíduo para reunir, classificar e analisar suas decisões financeiras.

Pensar que características e aspectos cognitivos do tomador da decisão pode interferir suas escolhas rompe com a racionalidade ilimitada propostas pelas teorias econômicas que possuem como premissa a eficiência de mercado. Considerando que a informação é uma das principais fontes para as decisões, previsões e expectativas sobre o futuro utilizadas pelos tomadores de decisão para decidir o quanto de risco está disposto a correr (SANTOS; SANTOS, 2005; NAIK, 2001), deve-se dedicar atenção a possibilidade de um viés relacionado há como são interpretadas as informações a partir de sua apresentação ao tomador da decisão.

Para e Kahneman e Tversky (1984), a forma ou descrição de como um problema (*Framing Dependence*) ou as preferências pela forma de apresentar uma informação (*Formulation Effect*) pode alterar a percepção de risco e retorno do tomador da decisão influenciando a decisão final. Dessa forma, haveria dois cenários temporais, o da decisão de como apresentar uma informação (preparador da informação) e o em que a decisão é tomada partir da informação que foi apresentada (gestor ou investidor responsável pelos riscos da decisão).

Pensar esses cenários, permite *insights* sobre se o *Formulation Effect*, além de poder influenciar a apresentação das informações contábeis, pode divergir entre indivíduos com características distintas como o sexo, consciente ou inconscientemente. Como discutido por Powell e Ansic (1999) e Hager (2022), as mulheres no ambiente corporativo carregam o estigma de serem mais emocionais do que os homens, bem como, possuir menor autoconfiança, menor tolerância ao risco e serem menos propensas a demonstrações de poder em situações que requerem tomada de decisões.



Apesar das contribuições dos estudos realizados após a proposta de Kahneman e Tversky (1979) e de Richard Thaler (1999) em questionar os fatores individuais que interferem no processo decisório, ainda há proposições a serem investigadas sobre o tema. Diante disso, propõem-se como questão norteadora desta pesquisa: Qual o reflexo do sexo no Processo de Tomada da Decisão e *Formulation effect* na apresentação das informações contábeis?

## 1.2 OBJETIVOS

Os objetivos propostos estão divididos em objetivo geral e objetivos específicos.

### 1.2.1 Objetivo geral

Mensurar o reflexo do sexo no Processo de Tomada da Decisão e *Formulation effect* na apresentação das informações contábeis pela lente da Teoria da Contabilidade Mental.

### 1.2.2 Objetivos específicos

Para alcançar o objetivo geral são estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Classificar a identificação de sexo dos tomadores de decisão;
- b) Analisar se o *Formulation effect* influencia na apresentação de informações contábeis;
- c) Examinar se o sexo dos tomadores da decisão interfere no *Formulation effect* da apresentação de informações contábeis.

## 1.3 JUSTIFICATIVA E CONTRIBUIÇÕES

Esta pesquisa justifica-se por fomentar a discussão de sexo dentro do mercado corporativo a partir de uma perspectiva comportamental de preferências de apresentação de informações contábeis. Embora pesquisas anteriores (HAGER, 2022; DURAND et al., 2022; KLESMENT; VAN BAVEL, 2022; PAES; SOUZA NETO; SILVA, 2019; POWELL; ANSIC, 1999) apontem a necessidade de investigar a diferenciação do papel de sexo nas decisões financeiras, a literatura de finanças comportamentais ainda examina o sexo apenas superficialmente como característica demográfica da amostra analisada.

No aspecto profissional, ainda é preciso considerar que no exercício da profissão contábil no Brasil, segundo o Conselho Federal de Contabilidade (CFC, 2021), as mulheres representam 42,8% do total dos profissionais de contabilidade registrados em 2018, embora apenas 37,8% ocupassem cargos de gestão no mesmo ano segundo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2018). Portanto, o cenário indica a atuação do sexo feminino, principalmente, em cargos operacionais de preparadores das informações contábeis.

Partindo desse pressuposto, mensurar o sexo não apenas como uma característica demográfica, mas como um direcionador do *Formulation Effect* na apresentação de Informações Financeiras justifica a pesquisa por sua contribuição teórica e prática para área contábil. Como parte essencial do processo de tomada de decisão é o preparo e a apresentação, entender os aspectos comportamentais do preparador das informações contribui para melhor planejamento de estratégias de divulgações financeiras útil e adequadas ao tomador da decisão, seja ele gestor ou investidor.

A pesquisa ainda contribui para a discussão de como o sexo interfere no processamento de informações e preferências individuais de apresentação de informações financeiras que, conseqüentemente, reflete as decisões tomadas a partir das informações apresentadas.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo é apresentada a literatura anterior sobre os temas Teoria da Contabilidade Mental (TCM), Processos de Tomada de Decisões e Formulation effect e o sexo dos Tomadores de Decisão utilizada para análise do objetivo proposto. A teoria de Thaler (1999) foi construída discutindo a segregação das receitas e despesas em contas mentais, com o propósito de poder comparar e escolher a melhor forma de aplicação dos recursos conforme suas posses.

### 2.1 TEORIA DA CONTABILIDADE MENTAL

A Teoria da Contabilidade Mental (TCM) de Richard Thaler tem como premissa reunir, classificar e analisar os efeitos financeiros dos usuários, baseando-se na racionalidade.

Richard Thaler foi o pioneiro na discussão da Teoria da Contabilidade Mental (TCM). A contabilidade mental é utilizada para tentar explicar como o comportamento do indivíduo interfere nas suas decisões financeiras. Thaler (1999) aborda acerca de uma segregação das receitas e despesas em contas mentais, com o propósito de poder comparar e escolher a melhor forma de aplicação dos recursos conforme suas posses (VIEIRA et.al., 2022). Em seu livro “Misbehaving: A construção da economia comportamental” o autor mostra o quanto as emoções e autocontrole podem influenciar uma decisão (Thaler, 2019).

Grota e Dalpiás (2019) descrevem a contabilidade mental referenciando-a economia comportamental, devido a contabilidade mental indicar como os consumidores podem se organizar, registrar e analisar suas transações econômicas, pois algumas vezes não conseguem controlar seus gastos na forma de registros contábeis. Os autores defendem ainda que os indivíduos não percebem que a organização auxilia nas finanças, as quais precisam ser controladas (BRAUN, 2017).

A contabilidade mental influencia na tomada de decisão, desde situações simples, como na vida financeira pessoal até o mundo dos negócios (VIEIRA et al., 2022). Trazendo tais conceitos para o campo de atuação do contador, pode-se demonstrar circunstâncias em que a contabilidade mental é observada, como na

escolha entre um trabalho que irá ser a longo prazo, porém com valor igual a um de curto prazo, onde o profissional poderá optar por receber do cliente X em 12 meses o mesmo valor que receberia do cliente Y em 4 meses e teria o mesmo trabalho, somente porque o critério tempo iria pesar mais em sua mente.

Nessa situação o indivíduo mentaliza o que ganharia em um ano em detrimento do que ganharia em quatro meses como um critério de vantagem haver ganho fixo a longo prazo mesmo aplicando o mesmo esforço a curto prazo. Isso ocorre por preferências pessoais e fatores comportamentais que incluem vieses de autoconfiança exacerbada, aversão a perda, otimismo e pessimismo, dentre outros.

Dessa forma, os indivíduos fazem uso de estruturas mentais que categorizam ilusões cognitivas que afetam interferem no processo de tomada de decisão dos indivíduos (SOARES; BARBEDO, 2013). Nesse cenário, a contabilidade mental admite que as escolhas não são realizadas de forma totalmente racional, pois são influenciadas por fatores psicológicos e estruturas mentais dos indivíduos (GROTA, 2019).

## 2.2 PROCESSO DE TOMADA DE DECISÕES

Como muitas das funções cognitivas, a tomada de decisão traz uma dificuldade intrínseca para pesquisadores, pois é um fenômeno que só pode ser conhecido pelo comportamento em situações de decisão e pelas inferências que se faz a partir desses comportamentos (CÉSAR; AKAMINE JUNIOR; PEREZ, 2011). Nas decisões estão envolvidos os processos psicológicos que mostram constantemente que as pessoas as tomam de forma pouco racional (PINTO, 2012).

A decisão final pode ser alterada não apenas por diferentes indivíduos, como também, por formas distintas de processar uma informação por um mesmo indivíduo tomador da decisão (RENGEL, 2020). Como apontado por Vieira et.al., (2022), o ser humano é dotado de racionalidade, entretanto, isso não define que suas decisões serão sempre realizadas de forma totalmente racional.

Com a chegada da convergência contábil no Brasil, houve aumento do grau de julgamento e tomada de decisão sobre os fatos contábeis que envolvem o processo de reconhecimento, mensuração e divulgação da informação contábil (ORO; KLANN, 2017). Ludícibus, Martins, Gelbcke e Santos (2010) advertem sobre

como essa condição passou a exigir do contador o exercício do julgamento profissional.

O processo contábil se apresenta como a comunicação de informações provenientes de implicações gerenciais e financeiras para auxiliar o processo de tomada de decisão dos mais diversos usuários da contabilidade (LUCENA; FERNANDES; SILVA, 2011). A preparação e registro de informações financeiras permite uma melhor visão da realidade financeira apresentada ao indivíduo, podendo evitar a contração de obrigações que não sejam possíveis de cumprir.

Dessa forma, sendo o objetivo do processo contábil a apresentação de informação suporte para tomada de decisões econômico-financeiras e para previsões e expectativas sobre o futuro (SANTOS; SANTOS, 2005; NAIK, 2001), deve-se dedicar atenção a possibilidade de um viés relacionado interpretação das informações a partir de sua apresentação ao tomador da decisão.

Certamente, é necessário considerar que a apresentação da informação contábil é normatizada e regulamentada, sendo divulgada em demonstrações contábeis cujos elementos básicos são devidamente suportados por dispositivos legais como a Lei n.º 6.404, de 15.12.1976, os pronunciamentos contábeis, as normais brasileiras de contabilidade e orientações do mercado como as emitidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Apesar disso, não se deve desconsiderar que o fornecimento de informações com o objetivo de sustentar o processo de tomada de decisão vai além das informações obrigatórias.

Com a evolução e aumento da complexidade do mercado, os tomadores da decisão dispõem maior atenção aos relatórios financeiros e informações contábeis para avaliar o desempenho da organização e pautar suas decisões (ROMÃO; CALLADO, 2023). A apresentação da informação contábil pode causar preferências inconsistentes para um mesmo cenário alterando a decisão do indivíduo (LIMA; SILVA, 2013; BARRETO; MACEDO; ALVES, 2013).

Diante disso, os preparadores das informações apresentadas precisam, dentro das possibilidades legais e éticas, decidir como apresentar as informações para os investidores e investidores em potenciais.

### **2.2.1 Formulation effect**

As pessoas tendem a tomar suas decisões a partir de suas crenças e suas próprias preferências e processamento cognitivo das informações que lhe são apresentadas (KELLY, 2010). Para Shefrin (2002) e Kahneman e Tversky (1984), a forma ou descrição de como um problema ou as preferências pela forma de apresentar uma informação (*Formulation Effect*) pode alterar a percepção de risco e retorno do tomador da decisão influenciando sua decisão final.

Nesse sentido, o formato de apresentação da informação pode direcionar uma decisão e em uma etapa anterior, pode ser resultado das preferências do preparador da informação. A essas distinções de preferências de apresentação da informação para tomada de decisão pode-se entender como *formulation effect*. Portanto, haveria duas etapas temporais no processo de tomada de decisão, a primeira etapa é o da decisão de como apresentar uma informação (preparador da informação) e a segunda etapa a da decisão tomada partir da informação que foi apresentada (gestor ou investidor responsável pelos riscos da decisão).

Para examinar as possibilidades de preferências dos preparadores da informação três tipos de problemas são apresentados por Rengel e Schnorrenberger (2020-2021):

#### **Quadro 1 – Cenários de análise do *Formulation effect***

<b>“Puros”</b>	<b>Descritivos</b>	<b>Demonstrativos</b>
O cenário “puros” apresentam apenas informações dos valores monetários como manifestação de preferências do preparador da informação.	O cenário descritivo, além das informações de cenários “puros”, adiciona uma contextualização da informação e a manifestação de preferências do preparador da informação por uso de recursos textuais para apresentação de informações.	O cenário demonstrativo apresenta a possibilidade de agregação e desagregação de demonstrativos contábeis para apresentação de ganhos e perdas monetárias.

Fonte: adaptado de Rengel e Schnorrenberger (2020-2021).

A partir dos cenários de análise do *formulation effect* de Rengel e Schnorrenberger (2020-2021), delimita-se a análise dos cenários descritivos e demonstrativos para alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa.

#### **2.2.2 Sexo dos tomadores da decisão**

Maior propensão a influência de emoções, menor autoconfiança (Hager, 2022; Powell; Ansic, 1999) ou menor tolerância ao risco (BARBER; ODEAN, 1998) acompanham são associadas a atuação das mulheres no mercado.

A distinção entre a atuação do sexo é muito bem difundida no ambiente financeiro sob a proposição de que mulheres apresentam maior aversão a riscos (GAVA; VIEIRA, 2006). Tal aversão é utilizada no mercado para indicar que mulheres poderiam perder oportunidades de negócios por sua baixa tolerância a riscos.

É comum que autores durante suas investigações associem mulheres a contribuição ou impacto para o resultado (SILVA JÚNIOR; MARTINS, 2017) ou a escolhas entre trabalho e família (SANTOS, 2005; JAIME, 2011). Não se deve desconsiderar as contribuições dessas investigações, todavia, é preciso manter o olhar atento ao fato dessas mesmas associações não serem realizadas para com homens.

Em Cruz et al., (2018), identificou-se a conciliação entre vida pessoal e a profissional como a principal barreira para a ascensão das mulheres auditoras. O estigma pela gravidez e licença maternidade, também, são barreiras ao acesso e ao crescimento no mercado de trabalho (MACHADO; VENTURA; BRUNOZI, 2021). Dessa forma, em um primeiro momento pode-se dizer que a baixa atuação de mulheres em cargos de tomada de decisão se refere a sua performance em negociações, porém, um olhar mais profundo pode oferecer *insights* os estigmas atribuídos ao sexo feminino são consequência do próprio histórico de acesso ao mercado.

Certamente, o contexto histórico de atuação livre de indivíduos do sexo masculino no mercado moldou a adaptabilidade, o aprendizado, o *benchmark*, o comportamento frente a desafios e oportunidades, bem como, suas preferências de apresentar ou utilizar informações para tomada de decisão. Os efeitos do contexto histórico de atuação de indivíduos do sexo feminino não seriam diferentes, entretanto, para mulheres essa linha temporal é menor e limitada a sua representatividade a cargos profissionais.

No cenário contábil nacional, as mulheres representam 42,8% do total dos profissionais de contabilidade registrados em 2018, enquanto, apenas (CFC, 2021), embora, apenas 37,8% ocupassem cargos de gestão no mesmo ano (IBGE, 2018). Esses dados apresentam um panorama de atuação de mulheres, majoritariamente, em cargos de preparadoras da informação contábil e não de tomadoras de decisão.

Assim sendo, o *Formulation effect* ou preferências de apresentação das informações para o processo de tomada de decisão desempenhadas por mulheres, consciente ou inconscientemente, pode elucidar mais sobre o reflexo do sexo na própria decisão.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo descrevem-se os métodos e técnicas da pesquisa aplicados para a realização do estudo. Inicialmente tem-se o enquadramento metodológico e a apresentação dos procedimentos para coleta dos dados. Na sequência, é apresentado o desenho da pesquisa, seguido do instrumento e população e amostra. Por fim, são apresentados os procedimentos para análise dos dados.

#### 3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

O enquadramento metodológico da pesquisa, conforme Martins e Theóphilo (2009), implica em técnicas de investigação e planejamento que envolve desde a estruturação do estudo, coleta e análise de dados. Para Raupp e Beuren (2014) o delineamento da pesquisa é o que define o roteiro básico (plano) para a consecução da pesquisa. Sendo assim, se faz necessário inicialmente identificar o delineamento do estudo a fim de cumprir com o objetivo proposto pela pesquisa.

Raupp e Beuren (2014) descrevem que para realizar o enquadramento da pesquisa é necessário classificá-la em no mínimo três condições: quanto aos objetivos da pesquisa, quanto aos procedimentos e quanto a abordagem do problema. Esta pesquisa é classificada como descritiva, survey e quantitativa.

Quanto aos objetivos, a classificação da pesquisa é descritiva. A pesquisa descritiva tem o intuito de descrever as características de uma população ou determinado fenômeno, constituindo relação entre as variáveis (GIL, 2011). Assim, este estudo busca mensurar a influência do sexo no processo de tomada de decisão e *formulation effect* na apresentação das informações contábeis pela lente da Teoria da Contabilidade Mental.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa caracteriza-se como *survey* ou levantamento. Para Gil (2011) este tipo de pesquisa tem como característica interrogar diretamente as pessoas para conhecer os seus comportamentos. O autor



destaca que “basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados”.

Em relação à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa. Este tipo de pesquisa tem como característica quantificar desde a coleta de informações até o tratamento, utilizando técnicas estatísticas (RICHARDSON, 2012). Assim, esta pesquisa caracteriza-se como quantitativa, pois utiliza métodos estatísticos para verificar mensurar a influência do sexo no processo de tomada de decisão e *formulation effect* na apresentação das informações contáveis.

### 3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DOS DADOS

A coleta de dados é uma etapa importante da pesquisa para que seja possível analisar determinado fenômeno, é considerada o ponto inicial para elaborar e executar uma pesquisa, já que é por meio da coleta de dados que documentos, provas e informações são reunidos para análise posterior (GIL, 2011).

Neste estudo a coleta de dados foi realizada por meio de uma pesquisa *survey*, utilizando-se de questionário como instrumento de coleta de dados. O questionário, conforme Martins e Theóphilo (2009) é um instrumento bastante utilizado em pesquisas sociais, sendo definido como um conjunto de perguntas em relação as variáveis ou circunstâncias que se quer mensurar ou descrever.

A coleta de dados foi realizada por meio do envio de um *link* do questionário elaborado no Google formulários®, que pode ser acessado a seguir, <https://forms.gle/2dmKCxBQxKU4iCje6>. Esse link foi disponibilizado pelo autor para pares de profissão, informando que se tratava de uma pesquisa científica. É importante destacar que os respondentes tinham que concordar com a utilização de suas respostas em pesquisas posteriores e validara isso, quando responderam a questão: “Confirmando que li as informações acima apresentadas, e estou de acordo com a minha participação nessa pesquisa”.

Assim, o instrumento completo de pesquisa encaminhado aos respondentes contém três seções: A primeira de apresentação da pesquisa e autorização de utilização desses dados para posteriores pesquisas científicas, a segunda seção apresentava as questões de dados demográficos, a terceira as questões sobre

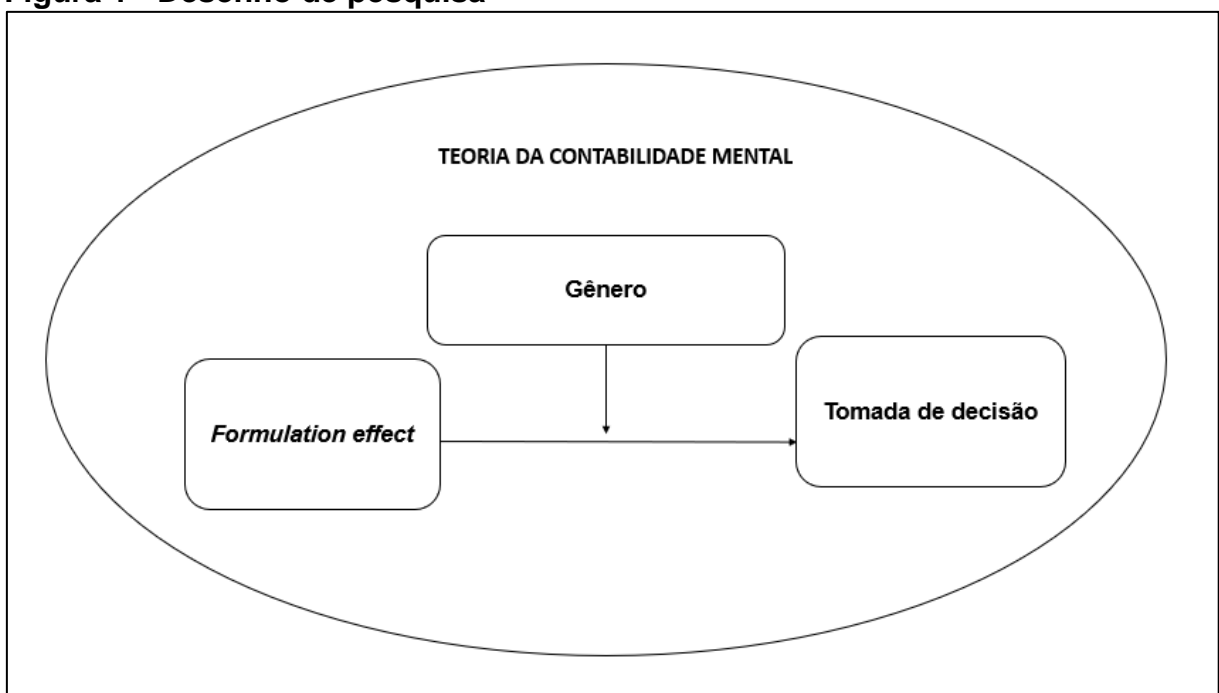
*Formulation Effect*. Esse instrumento foi construído baseado no instrumento de estudo de Rengel (2020).

Após a coleta, foram obtidos 43 (quarenta e três) respostas consideradas válidas para analisar e cumprir o objetivo geral e os objetivos específicos, que foi o propósito desse estudo.

### 3.2.1 Desenho da pesquisa

Com o objetivo da pesquisa de mensurar a influência do sexo no processo de tomada de decisão e *formulation effect* no uso das informações contábeis utilizou-se da lente da Teoria da Contabilidade Mental, assim, a Figura 1, ilustra a condição de estudo, explorada nesse trabalho.

**Figura 1 - Desenho de pesquisa**



Fonte: Desenvolvido pelo autor

### 3.2.2 Instrumento de pesquisa

O instrumento utilizado na realização dessa pesquisa trata-se de um questionário desenvolvido pelo autor exclusivamente para a realização desse estudo. O questionário foi desenvolvido utilizando a pesquisa de base de Rengel

(2020), que estudou o alinhamento das preferências dos operadores das informações contábeis sob a perspectiva da contabilidade mental.

Diferente da pesquisa de Rengel (2020) que utilizou de um quase experimento, esta pesquisa buscou por meio de um *survey* analisar as diferenças encontradas entre homens e mulheres nas decisões baseadas na análise do *Formulation Effect* a luz da teoria da contabilidade mental. Uma visão geral do instrumento pode ser visualizada pela Quadro 2.

**Quadro 2 - Estrutura do instrumento de pesquisa**

<b>Seção 1</b>	Apresentação da pesquisa e autorização de utilização dos dados para pesquisa científica
<b>Seção 2</b>	Dados demográficos
<b>Seção 3</b>	Questões sobre <i>Formulation Effect</i>
<b>Seção 4</b>	Agradecimentos

Fonte: Dados da pesquisa.

Além das informações demográficas, para as condições de *Formulation Effect*, os respondentes foram estimulados a se imaginar em uma condição de preparadores das informações contábeis, voltado à tomada de decisões organizacionais. Antes de responder cada cenário, os respondentes deveriam se inserir como se estivesse realmente vivenciando cada uma das situações e imaginando-se efetivamente no papel designado.

**3.2.3 Constructo da pesquisa**

O constructo da pesquisa é constituído a partir de um embasamento teórico, devendo ser realizado de maneira que possa delimitar, observar e mensurar os fenômenos (MARTINS; THEÓPHILO, 2009). Assim, os autores enfatizam que a construção e operacionalização de um constructo são baseadas nos conceitos teóricos em relação ao mundo real, ponderando as variáveis e fenômenos observados e mensurados.

No Quadro 3 são apresentadas as variáveis utilizadas para mensurar a influência do sexo no processo de tomada de decisão e *formulation effect* no uso das informações contábeis, conforme a revisão de literatura realizada sobre a temática.

### Quadro 3 - Constructo da pesquisa

Objetivo Específico	Variável	Mensuração
Classificar a identificação de sexo dos tomadores de decisão	sexo	Compreende 1 questão (opções de Masculino, Feminino e outro)
Analisar se o Formulation Effect influencia na Divulgação de Informações Financeiras	Formulation Effect	12 questões (com duas opções de formulação)
Examinar se o sexo do tomador dos tomadores de decisão influencia no Formulation Effect da Divulgação de Informações Financeiras	sexo e Formulation Effect	Análise de Regressão linear e teste t

Fonte: Dados da Pesquisa.

#### 3.2.4 População e amostra

A população, conforme Richardson (2012, p. 157), “é o conjunto de elementos que possuem determinadas características”. Já a amostra é a escolha de elementos da população que irão fazer parte do estudo (RICHARDSON, 2012). Martins e Theóphilo (2009) evidenciam que a população é composta de todos os itens, objetos ou pessoas diante de determinadas características e a amostra é apenas uma parcela da população escolhida para realizar o estudo.

A população desta pesquisa compreende profissionais atuantes na área contábil (profissionais contábeis) brasileiros. O acesso a esses profissionais foi por acessibilidade via LinkedIn. A população foi de aproximadamente 60 envios, e a amostra final foi composta por 43 profissionais que retornaram o questionário elaborado via Google formulários® enviado para consulta entre os meses de março e abril de 2023.

### 3.3 PROCEDIMENTOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção é apresentado o procedimento adotado para análise dos dados utilizado nesta pesquisa. Para Martins (2002) a fase posterior à coleta de dados é a análise e interpretação dos dados, com o propósito de responder à pergunta de pesquisa constituída.

Os procedimentos de análise dos dados adotados para a realização da pesquisa é a estatística descritiva, utilizando planilhas eletrônicas. A estatística descritiva dos dados, segundo Fávero et al. (2015, p. 27), “procura somente

descrever e avaliar determinado grupo, sem tirar quaisquer conclusões ou inferências sobre um grupo maior”.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados deste estudo são apresentados conforme o objetivo geral e os objetivos específicos propostos.

##### 4.1 PERFIL DA AMOSTRA

Com a finalidade de caracterizar os respondentes da pesquisa, destaca-se na Tabela 1, a estatística descritiva dos dados demográficos, por meio dessa é possível evidenciar as principais características da amostra da pesquisa.

**Tabela 1- Estatística descritiva dos dados demográficos**

		Frequência	%
<b>sexo</b>	Feminino	20	46,5
	Masculino	23	53,5
<b>Idade</b>	Mínimo	19	-
	Máximo	57	-
	Média	25	-
<b>Estado civil</b>	Solteiro(a)	27	62,8
	Casado(a)	12	27,9
	União estável	3	7,0
	Divorciado	1	2,3
	Outro	0	0
<b>Dependentes</b>	Sim	13	30,2
	Não	30	69,8
<b>Grau de instrução</b>	Graduação incompleta	20	46,5
	Graduação completa	10	23,3
	Especialização/MBA	11	25,6
	Mestrado	1	2,3
	Doutorado	1	2,3

Uma das características principais da pesquisa a composição da amostra definição do sexo do respondente é apresentada na Tabela 1, de acordo com a frequência e percentual identificado pelos respondentes da pesquisa. Identificou-se que dos 43 respondentes 20 são do sexo feminino e 23 são do sexo masculino, no questionário, havia também uma variável de “outro”, para se caso os respondentes não quisessem se identificar, nenhuma resposta foi registrada nessa opção.

A composição da amostra foi equilibrada, o que representou o primeiro resultado positivo da pesquisa, visto que essa é uma das principais variáveis da pesquisa. Esses resultados já corroboram o objetivo a, de classificar a identificação de sexo dos tomadores de decisão, ou seja, os profissionais de contabilidade respondentes da pesquisa.

Além, do sexo, uma segunda variável questionada foi quanto a idade dos respondentes, por se tratar de uma questão com escala numérica não foi realizado o teste de frequência, mas, de estatística descritiva apresentando a idade mínima, máxima e média encontrada. Na amostra, foi possível encontrar profissionais contábeis que tinham idade mínima de 19 anos, máximo de 57 anos e média de 25 anos.

A variável de “dependente” determina se os respondentes têm ou não tem filhos. Da amostra captada, 69,8% não têm filhos e 30,2% têm filhos. Essa composição pode ser explicada pelo público que foi o alvo inicial na coleta que se trata de acadêmicos de contabilidade, conseqüentemente um público mais jovem em início de carreira e de vida pessoal. A definição de dependentes é uma informação relevante pois as condições pessoais influenciam as decisões profissionais e podem direcionar as respostas quanto a forma de apresentação das demonstrações contábeis, foco dessa pesquisa.

Por fim, como mencionado, o público inicial foi direcionado à acadêmicos de ciências contábeis, que posteriormente foi ampliado para profissionais de contabilidade. Essa informação corrobora os resultados encontrados na Tabela 1 sendo que da amostra total, 46,5% eram respondentes com graduação incompleta 23,3% com graduação completa, 25,6% com especialização ou MBA, 2,3% com mestrado e 2,3% com doutorado. Esses resultados descrevem profissionais em condições diferentes de conhecimentos contábeis o que é positivo na generalização das respostas encontradas, visto que se torna adequado avaliar pela média de respostas entre os profissionais.

#### 4.2 INFLUÊNCIA DO FORMULATION EFFECT

Como descrito na seção de referencial teórico, as pessoas tendem a tomar suas decisões a partir de crenças e preferências, estas condições são influenciadas pelo processamento cognitivo e pela forma como estas são apresentadas. A forma

de apresentação de uma informação é chamada de *formulation effect*. O *formulation effect* determina que um indivíduo tome uma decisão com base na preferência fundamentada por suas crenças e preferências, e isso pode ocorrer em todas as esferas de sua vida sendo esta pessoal ou profissional.

A teoria da contabilidade mental é base para discussão, quando busca identificar as preferências de um preparador de demonstrações financeiras na forma de apresentação delas para os usuários. Para identificar como a tomada de decisão pode ser direcionada por meio desse fenômeno, realiza-se essa pesquisa com o intuito de mensurar as diferenças de sexo na tomada de decisão, na disposição das informações contábeis dos preparadores.

Fundamentado na pesquisa de Rengel (2020) adotou-se um questionário com doze cenários diferentes de apresentação da informação contábil – dividido em descritivo e demonstrativo. O descritivo, busca apresentar de forma escrita com mais detalhes as informações contábeis e o demonstrativo buscar evidenciar as informações ao usuário por meio da disposição usual das demonstrações indicando somas, contas redutoras e resultados totais.

A análise segregada por sexo, objetivo dessa pesquisa é apresentada numa sessão subsequente. É importante destacar que existem três formatos de Formulation effect sendo estes os puros, os descritivos e os demonstrativos. Nesta pesquisa adotou-se os modelos descritivos e demonstrativos. Uma versão completa do instrumento pode ser acessada na metodologia, nesta seção, serão apresentados apenas os resultados individuais e em conjunto encontrados por meio da realização do *Survey*.

A questão 1 indica uma condição de dados Demonstrativa, onde é possível ver que os dados apresentados são assim feitos de forma sistemática, conforme padrão adotado na contabilidade. Além disso, os mesmos dados são apresentados de formas diferentes, na condição de apresentação 1, os dados são apresentados de forma agregada, e, na condição 2 desagregado, porém, informando os mesmos valores.

O *formulation effect* busca identificar como os profissionais preferem fazer a apresentados dos dados usando de critérios subjetivos, quando são posicionados como os preparadores responsáveis pela apresentação das informações financeiras de um cliente. A Tabela 2 indica que, dos 43 respondentes, 86% responderam neste cenário de apresentação de um prejuízo que prefere apresentação agregada.

**Tabela 2 - Questão 1**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	37	86,0
Desagregado	2	6	14,0
	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Lembrando que nesta sessão a análise é realizada em conjunto, é possível dessa forma identificar, que essa é uma preferência do público alcançado pela pesquisa. Além desse, a Questão 2 também teve o objetivo de identificar as preferências dos respondentes por meio de mais um cenário demonstrativo, no entanto, dessa vez, a demonstração seria preparada indicando um prejuízo.

**Tabela 3 - Questão 2**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	39	90,7
Agregado	2	4	9,3
	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Nesse caso é possível identificar que houve a mudança na forma de apresentação da pergunta, bem como mudança do contexto da pergunta. 90,7% dos respondentes indicaram que apresentariam as informações de prejuízo de forma desagregada.

Seguindo essa mesma linha de demonstrativo, a Questão 3 apresenta resultados de receita.

**Tabela 4 - Questão 3**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	5	11,6
Agregado	2	38	88,4
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados indicam que os respondentes da pesquisa preferem a apresentação de receitas de forma agregada, esses resultados podem ser confirmados pelo percentual de 88,4% em detrimento de 11,6% do desagregado.



Por fim, a questão 4 é a última da composição de forma de apresentação demonstrativa. Nessa questão, a informação apresentada é sobre receita.

**Tabela 5 - Questão 4**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	39	90,7
Desagregado	2	4	9,3
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Pode ser identificado que 90,7% preferem fazer apresentação das receitas de forma agregada em detrimento de 9,3% que prefere fazer apresentação das informações de receita de forma segregada, ou desagregada.

A Questão 5, é a primeira das demais que tem o objetivo de fazer a apresentação de forma descritiva. Nessas questões as informações são dadas por meio de textos, assim é possível fazer uma comparação identificar qual forma exibe a preferência dos profissionais contábeis.

**Tabela 6 - Questão 5**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	31	72,1
Desagregado	2	12	27,9
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados da tabela 6, sobre a questão 5 apresentam o resultado de que 72,10% dos respondendo prefere a apresentação descritiva de forma mais sintética por meio da forma agregada. Na sequência, é apresentada a Tabela 7 com os resultados da questão 6.

**Tabela 7 - Questão 6**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	34	79,1
Agregado	2	9	20,9
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Em uma condição de apresentação de descontos, foi possível identificar que os preparadores preferem apresentação agregada das informações de descontos

para repassar ao cliente. A questão 7, exposta na Tabela 8 apresenta os resultados para os impostos.

**Tabela 8 - Questão 7**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	29	67,4
Desagregado	2	14	32,6
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Com base no apresentado na Tabela 8, é possível identificar que os preparadores preferem a apresentação agregada das informações de impostos pagos em detrimento da apresentação segregada. A Tabela 9 é uma das únicas condições em que as respostas foram muito próximas tendendo para a apresentação agregada.

**Tabela 9 - Questão 8**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	22	51,2
Desagregado	2	21	48,8
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados da Tabela 9 indicam uma relação muito próxima entre os respondentes sobre a forma de apresentação das receitas, sendo que 51,2% sugeriram que preferem apresentação agregada enquanto 48,8% preferem a apresentação segregada.

A Tabela 10, com os resultados da questão 9, indicam que para exibir a composição de uma venda os preparadores preferem apresentar todas as informações relacionadas a ela, neste caso, neste cenário, seriam os descontos concedidos necessários para a realização da venda.

**Tabela 10 - Questão 9**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	30	69,8
Agregado	2	13	30,2
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Ainda dentro do cenário das questões descritivas outro foi apresentado em relação aos estoques do cliente. O preparador precisava optar pela apresentação das informações evidenciando uma perda ou a somatória delas, os resultados são expostos na Tabela 11.

**Tabela 11 - Questão 10**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	33	76,7
Agregado	2	10	23,3
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados da Tabela 11 indicam que 76,7% dos respondentes dessa questão preferem a apresentação segregada relacionadas às perdas de estoques. Entrando nas contas de resultado, enquanto a apresentação do lucro, os preparadores responderam à questão 11 exposta na Tabela 12.

**Tabela 12 - Questão 11**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Agregado	1	9	20,9
Desagregado	2	34	79,1
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Questionados quanto à apresentação do lucro líquido, 79,10% dos respondentes preferem fazer apresentação do resultado de forma desagregada, de modo que seja possível identificar qual foi a receita líquida, quais os custos e despesas exercidas e/ou realizadas no período de exercício. A última questão de composição descritiva é apresentada na Tabela 13.

**Tabela 13 - Questão 12**

<b>Apresentação</b>	<b>Condição</b>	<b>Frequência</b>	<b>Percentual</b>
Desagregado	1	26	60,5
Agregado	2	17	39,5
Total	Total	43	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

A questão 12, teve o objetivo de questionar quanto a forma de apresentação de aplicação em bolsa de valores dos clientes, e 60,5% dos respondentes indicou que prefere a apresentação de forma desagregada, em detrimento de 39,5% que preferem a apresentação seja feita de forma condensada ou agregada. Os resultados dessa pesquisa confirmam a teoria da contabilidade mental que afirma que, dentre outras condições à disposição da informação contábil pode ser influenciada de forma diferente pelos profissionais responsáveis pela preparação da demonstração dependendo da forma em que essa é gerida e exposta aos usuários.

De forma geral, a apresentação das informações condensadas é preferível nos cenários em que há lucro ou receitas, e apresentação das informações desagregadas é preferível em condições que há prejuízos ou cenários incertos para a organizações ou usuários das informações avaliarem.

#### 4.3 INFLUÊNCIA DO SEXO

Conforme exposto em seções anteriores o objetivo deste trabalho é analisar as diferenças entre os sexos (masculino e feminino), na disposição de apresentação das informações contábeis em um cenário em que o respondente precisaria se colocar em posição de um preparador das demonstrações financeiras. As escolhas sobre a forma de apresentação agregada ou desagregada, são espelhadas em teorias da psicologia, neste trabalho, especialmente na teoria da Contabilidade Mental, que busca explicar os resultados à luz de novas evidências sobre o tema.

Embora pouco explorada no Brasil, a teoria da contabilidade mental tem poder para explicar por meio de alguns critérios a tomada de decisão dos usuários relacionados a ela. Nesta pesquisa especificamente foi escolhida uma das possíveis variáveis para explicação dos resultados, o Formulation Effect. Nos últimos anos as pesquisas sobre sexo têm identificado que dentro da contabilidade as mulheres estão em maior número, conseqüentemente, seriam as principais preparadoras das demonstrações.

Esses resultados têm influência significativa quando se compreende que homens e mulheres fazem diferentes atribuições aos resultados e tem visões diferentes sobre como orientar seus clientes por meio das informações contábeis, se de forma mais descritiva ou demonstrativa. Para responder o objetivo geral dessa pesquisa, de analisar essas diferenças, a Tabela 14 apresenta a relação do

Formulation Effect e a apresentação das informações, com base nos resultados da pesquisa.

**Tabela 14 - Relação do *formulation effect* e a apresentação das informações**

Questão	<i>Formulation Effect</i>	Preferências	Masculino	Feminino	Perspectiva
Questão 1	Demonstrativa	Agregar	82,6%	90,00%	Perdas Múltiplas
		Desagregar	17,4%	10,00%	
Questão 2	Demonstrativa	Desagregar	87,0%	95,00%	Perdas Mistas
		Agregar	13,0%	5,00%	
Questão 3	Demonstrativa	Desagregar	17,40%	5,00%	Ganhos Múltiplos
		Agregar	82,60%	95,00%	
Questão 4	Demonstrativa	Agregar	87,00%	95,00%	Ganhos Mistos
		Desagregar	13,00%	5,00%	
Questão 5	Descritiva	Agregar	69,60%	75,00%	Perdas Múltiplas
		Desagregar	30,40%	25,00%	
Questão 6	Descritiva	Desagregar	73,90%	85,00%	Ganhos múltiplos
		Agregar	26,10%	15,00%	
Questão 7	Descritiva	Agregar	69,60%	65,00%	Perdas mistas
		Desagregar	30,40%	35,00%	
Questão 8	Descritiva	Agregar	56,50%	45,00%	Ganhos múltiplos
		Desagregar	43,50%	55,00%	
Questão 9	Descritiva	Desagregar	65,20%	75,00%	Ganhos mistos
		Agregar	34,80%	25,00%	
Questão 10	Descritiva	Desagregar	73,90%	80,00%	Perdas múltiplas
		Agregar	26,10%	20,00%	
Questão 11	Descritiva	Agregar	30,40%	10,00%	Ganhos mistos
		Desagregar	69,60%	90,00%	
Questão 12	Descritiva	Desagregar	47,80%	75,00%	Perdas mistas
		Agregar	52,20%	25,00%	

Fonte: Dados da pesquisa

Lendo a Tabela 14, é possível identificar que, a coluna 1 apresenta todas as 12 questões que compõem o instrumento, a coluna 2, identifica se a questão do instrumento era descritiva ou demonstrativa, a coluna 3 apresenta à disposição das questões dentro do instrumento: se apresentavam primeiro a opção agregada de informação ou desagregada da informação. Por sua vez a coluna 4 e 5 apresentam os resultados percentuais encontrados por meio da estatística descritiva.

De forma geral pode ser identificado que o sexo feminino demonstra preferências por desagregar informações em *formulation effect* do tipo descritivo, modificando essa preferência apenas em situações de perda. Mesmo agregando informações em situações de perda o sexo opta por agregar menos do que o sexo masculino na mesma situação de preparador das informações contábeis.

Em *formulation effect* demonstrativo, o sexo feminino prefere agregar informações, exceto em situações de perda. Os sexos masculino e feminino

tendenciam às mesmas preferências de formulation effect para perspectivas de ganho e perda, embora, o sexo feminino apresenta maior preferência por desagregar informações no formulation effect.

Segundo Kelly (2010), as pessoas tendem a tomar suas decisões a partir de suas crenças e suas próprias preferências e processamento cognitivo das informações que lhe são apresentadas, para evidenciar de forma mais aprofundada como funciona apresenta-se na sequência a Tabela 15, fazendo uma análise dos resultados das mulheres respondentes da pesquisa.

**Tabela 15 - Análise do reflexo do sexo no formulation effect**

Questão	Perspectiva	Formulation effect	Feminino
1	Despesa	Demonstrativa	Agrega
2	Prejuízo	Demonstrativa	Desagrega
3	Receita	Demonstrativa	Agrega
4	Lucro	Demonstrativa	Agrega
5	Perda	Descritiva	Agrega
6	Receita	Descritiva	Desagrega
7	Perda	Descritiva	Agrega
8	Receita	Descritiva	Desagrega
9	Receita	Descritiva	Desagrega
10	Perda	Descritiva	Desagrega
11	Receita	Descritiva	Desagrega
12	Receita	Descritiva	Desagrega

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 15 apresenta os resultados segregados apenas para as mulheres visto que na Tabela 14 estas apresentaram ser mais descritivas e busca querem apresentar mais informação ao cliente em detrimento aos homens. Com base nesse resumo apresentado das questões é possível identificar que quando de uma forma de apresentação demonstrativa as mulheres tendem a apresentarem mais informações e desagregar em informação para complementar evidenciar de forma mais abrangente os resultados quando na identificação de um prejuízo.

Demais resultados, como despesas, receitas e lucro quando apresentados de forma demonstrativa são preferíveis de serem apresentados de forma agregada pelas mulheres. Quando na apresentação das questões descritivas as mulheres têm preferências pela desagregação das informações, de modo que ela seja mais completa possível, e que mais informações possam ser acessadas para o entendimento da composição dos saldos. A questão com resultados mais distantes dos demais é a Perda – Agregada menos do que os homens. No entanto, apesar do

cenário de perda, houve um desconto no pagamento do imposto, gerando um ganho. Isso pode explicar por que mulheres agregam menos do que os homens.

## 5 CONCLUSÕES

Do exposto, esta pesquisa alcançou o objetivo proposto de mensurar o reflexo do sexo no Processo de Tomada da Decisão e *formulation effect* na apresentação das informações contábeis pela lente da Teoria da Contabilidade Mental. Foi identificadas formas distintas de *formulation effect* (descritivo e demonstrativo) nos respondentes da pesquisa.

O *formulation effect* dos respondentes reflete preferências distintas de apresentação das informações contábeis a partir do sexo do respondente. O sexo feminino demonstra preferências por desagregar informações em *formulation effect* do tipo descritivo, modificando essa preferência apenas em situações de perda.

Contudo, mesmo agregando informações em situações de perda o sexo opta por agregar menos do que o sexo masculino na mesma situação de preparador das informações contábeis. Em *formulation effect* demonstrativo, o sexo feminino prefere agregar informações, exceto em situações de perda. Os sexos masculino e feminino tendenciam às mesmas preferências de *formulation effect* para perspectivas de ganho e perda, embora, o sexo feminino apresenta maior preferência por desagregar informações no *formulation effect*.

Os achados desta pesquisa indicam que indivíduos do sexo feminino e masculino possuem preferências semelhantes em relação à apresentação das informações contábeis. Ambos optam por agregar ou desagregar informações em situações semelhantes. No entanto, é atribuída ao sexo feminino uma maior preferência por descrições detalhadas da informação apresentada. Os resultados da pesquisa de Rengel (2020) mostram que a forma de apresentação das informações contábeis e o alinhamento de preferências entre os usuários têm impacto no uso dessas informações. Além disso, foi observado que aspectos comportamentais e vieses cognitivos são inerentes ao ser humano e, portanto, afetam o processo decisório. No entanto, tanto os preparadores quanto os usuários de informações gerenciais reconhecem a importância dessas informações para apoiar a tomada de decisões, deixando suas preferências em segundo plano em prol de um melhor suporte à decisão. Portanto, os preparadores de informações contábeis podem

incorporar as preferências dos usuários para obter um maior valor e importância percebida para o seu trabalho.

Conclui-se que o processo decisório é influenciado pelas preferências do preparador da informação e pelo contexto em que se encontra, indicando que as decisões financeiras não estão livres de vieses cognitivos. Reflete ainda, que dependendo do sexo do preparador da informação contábil haverá maior divulgação de informações adicionais que descrevam e /ou demonstre a situação apresentada ao tomador da decisão.

## 5.1 CONTRIBUIÇÕES E LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

As contribuições deste estudo encontram-se no campo teórico ao fomentar as evidências de que as decisões financeiras não se suportam totalmente na racionalidade dos tomadores da decisão. Adicionalmente, chama atenção para uma etapa antes da tomada de decisão final a de preparação e apresentação (*formulation effect*) de informações suporte ao processo decisório.

Aos estudos de sexo, o estudo contribui ao reconhecer a relevância do sexo no processo decisório, fornecendo uma perspectiva de que as preferências do sexo feminino podem direcionar a decisão final esperada devido a representatividade do sexo feminino em cargos de preparadores da informação. As semelhanças de preferências entre sexo feminino e masculino contrastam estudos que atribuem ao sexo feminino sempre o lugar de menor racionalidade e maior suscetibilidade a vieses cognitivos.

Para o campo prático, o estudo contribui por sua amostra analisada que enquanto profissionais da contabilidade fornecem uma perspectiva mais próxima a realidade do mercado. O que fornece maior suporte para a decisão de uso do recurso de apresentação da informação contábil como ferramenta, incorporando informações hábeis que atendam a preferência dos tomadores de decisão.

Como limitação do estudo aponta-se o tamanho da amostra utilizada para análise, bem como, uso apenas da preferência de agregar/desagregar informações para análise do *formulation effect* e contabilidade mental.



## REFERÊNCIAS

BARBER, B.; ODEAN, T. "BOYS Will Be Boys: Gender, Over-confidence, and Common Stock Investment." **Working paper**, University of California, Davis. 1998.

BARRETO, Patrícia Scavello; MACEDO, Marcelo Álvaro Silva; ALVES, Francisco José dos Santos. Tomada de decisão e teoria dos prospectos em ambiente contábil: uma análise com foco no efeito framing. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 3, n. 2, p. 61-79, 2013.

BARROS, T. DE S.; SANTOS FELIPE, I. J. D. Teoria do Prospecto: evidências aplicadas em finanças comportamentais. **Revista de Administração FACES Journal**, 14(4). 2016.

BRAUN, C. T. Contabilidade Mental e Finanças Comportamentais: Estudo com colaboradores de uma empresa Cerealista. *Universidade de Cruz Alta, RS*. 2017.

CÉSAR, A. M. V. C., AKAMINE JUNIOR, A.; PEREZ, G. Processos cognitivos envolvidos na estimativa de metas orçamentárias: um estudo nas áreas de logística e do Transporte Rodoviário de Cargas. In.: **Anais do Congresso Usp de Contabilidade e Controladoria**. 2011.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. A representatividade feminina na Contabilidade. Disponível em: <<https://cfc.org.br/sem-categoria/a-representatividade-feminina-na-contabilidade/>>. Acesso em: 16, abr. de 2023.

DANTAS, M. M.; SILVA MACEDO, M. A. O Processo Decisório no Ambiente Contábil: um estudo à luz da teoria dos prospectos. *Revista de Contabilidade e Controladoria (RC&C)*, 5(3). 2013.

DURAND, François et al. The role of gender, profession and informational role self-efficacy in physician–nurse knowledge sharing and decision-making. **Journal of Interprofessional Care**, v. 36, n. 1, p. 34-43, 2022.

GROTA, D. C. D. L.; DALPIÁS, É. Contabilidade mental e finanças comportamentais: hábitos de consumo e investimentos. Ariquemes: FAEMA, 2019.

HAGER, Philipp. Gender differences in financial decision-making/submitted by Philipp Hager, BSc. 2022.

HASTIE, R. Problems for judgment and decision making. **Annual review of psychology**, 52(1), 653-683. 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Estatísticas de Gênero - Indicadores sociais das mulheres no Brasil. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html>>. Acesso em: 16, abr. de 2023.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E., GELBCKE, E.R.; SANTOS, A. Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas. 2010.

JAIME, P. (2011). Para além das pink collars: gênero, trabalho e família nas narrativas de mulheres executivas. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 11 (1), 135-155.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Choices, Values, and Frames. *American Psychologist*, v. 39, p. 341-350, 1984. In: **Choices, Values, and Frames**. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, pp. 1-16

KELLY, K. (2010). Accuracy of relative weights on multiple leading performance measures: Effects on managerial performance and knowledge. **Contemporary Accounting Research**, 27(2), 577-608.

KENGATHARAN, Lingesiya; KENGATHARAN, Navaneethakrishnan. The influence of behavioral factors in making investment decisions and performance: Study on investors of Colombo Stock Exchange, Sri Lanka. **Asian Journal of Finance & Accounting**, v. 6, n. 1, p. 1, 2014.

KLESMENT, Martin; VAN BAVEL, Jan. Women's relative resources and couples' gender balance in financial decision-making. **European Sociological Review**, v. 38, n. 5, p. 739-753, 2022.

LIBBY, R.; LUFT, J. Determinants of judgment performance in accounting settings: Ability, knowledge, motivation, and environment. *Accounting, organizations and society*, 18(5), 425-450. 1993.

LIMA, Diogo Henrique Silva; SILVA, César Augusto Tibúrcio. Formulation effect: uma análise da influência da forma de apresentação de demonstrativos e relatórios contábeis sobre o processo decisório. **REUNIR Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 3, n. 4, p. 148-166, 2013.

LUCENA, W. G. L.; FERNANDES, M. S. A.; SILVA, J. D. G. A contabilidade comportamental e os efeitos cognitivos no Processo decisório: uma amostra com operadores da Contabilidade. **Revista Universo Contábil**, ISSN 1809-3337 Blumenau, v. 7, n. 3, p. 41-58, jul./set., 2011.

MACHADO, LARA VENTURA; BRUNOZI, A. C. J. Fatores motivadores e limitadores à escolha e à atividade da profissão contábil pelas mulheres. In: **Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**. 2021.

NAIK, N. Eficiência de Mercado: um Espelho para as Informações. In: **Dominando Finanças**. São Paulo: Makron Books, 2001.

NUNES, Patrícia et al. Finanças comportamentais: uma pesquisa comparativa sob ótica dos estudos de Tversky e Kahneman (1974) e Kahneman e Tversky (1979). **Seminários em administração**, v. 13, 2010.

ORO, I. M.; KLANN, R. C. Avaliação da capacidade de julgamento & tomada de decisão baseado nas Normas Internacionais de Contabilidade. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 16(47), 51-68. 2017.

PAES, A. P.; SOUZA NETO, J. M. A.; SILVA, T. P. Liderança e o efeito disposição nas decisões de investimentos de equipes. In.: International Conference in Management and Accounting, 2019.

POWELL, Melanie; ANSIC, David. Gender differences in financial decision-making: A new approach for experimental economic analysis. **Economia, Società E Istituzioni**, v. 11, n. 1, p. 71-89, 1999.

RENGEL, Rodrigo; SCHNORRENBARGER, Darci. Influência do alinhamento de preferências dos operadores no uso das informações gerenciais. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 33, p. 81-95, 2021.

RENGEL, Rodrigo; SCHNORRENBARGER, Darci. Influência do Formulation Effect nas Preferências dos Usuários das Informações Contábeis. In.: **XIV Congresso Anpcont**, Paraná: Foz do Iguaçu, 2020.

ROMÃO, Bruno José Patrício; CALLADO, Antônio André Cunha. Relação entre o disclosure de indicadores de desempenho não financeiros eo valor de mercado das empresas de capital aberto. **Contabilidad y Negocios**, v. 18, n. 35, 2023.

SANTOS, José Odálio dos; SANTOS, José Augusto Rodrigues dos. Mercado de capitais: racionalidade versus emoção. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 16, p. 103-110, 2005.

SANTOS, José Odálio dos; SANTOS, José Augusto Rodrigues dos. Mercado de capitais: racionalidade versus emoção. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 16, p. 103-110, 2005.

SANTOS, Larissa Medeiros Marinho dos. O papel da família e dos pares na escolha profissional. **Psicologia em estudo**, v. 10, p. 57-66, 2005.

SHEFRIN, Hersh. **Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing**. Oxford University Press on Demand, 2002.

SILVA JÚNIOR, C. P.; MARTINS, O. S. Mulheres no Conselho Afetam o Desempenho Financeiro? Uma Análise da Representação Feminina nas Empresas Listadas na BM&FBOVESPA. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 12 (1), 62-76. 2017.

SOARES, H. F. G.; BARBEDO, C. H. da S. Desempenho Acadêmico e a Teoria do Prospecto: Estudo Empírico sobre o Comportamento Decisório. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, art. 4, pp. 64-82, Jan./Fev. 2013

SUMMERS, B.; DUXBURY, D. Decision-dependent emotions and behavioral anomalies. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 118(2), 226–238. 2012.

THALER, R. H.; SHEFRIN, H. M. An Economic Theory of Self-Control. **Journal of Political Economy**, 89(2), 392–406. 1981.

THALER, Richard H. Mental accounting matters. **Journal of Behavioral decision making**, v. 12, n. 3, p. 183-206, 1999.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Rational Choices and the Framing of Decisions. **The Journal of Business**. Chicago, v. 59, n. 4, p. 251-278, Out. 1986.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**, v. 211, January 1981.

VIEIRA, D. L. M. et al. Fatores determinantes da utilização da contabilidade mental no julgamento e tomada de decisão de fatos contábeis. In.: **XXIX Congresso Brasileiro de Custos**, 2022.

VIEIRA, D. L. M.; COSTA, W. P. L. B.; SILVA, J. D.; KRONBAUER, C. A.; SILVA, S. L. P. Fatores determinantes da utilização da contabilidade mental no julgamento e tomada de decisão de fatos contábeis. In.: **Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC**. 2022.

VIEIRA, DEBORA LIBNA MEDEIROS et al. Fatores determinantes da utilização da contabilidade mental no julgamento e tomada de decisão de fatos contábeis. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC**. 2022.

# Pesquisa científica - contabilidade mental

Prezado participante,

Me chamo Leonardo Schulz Stofer, sou acadêmico de ciências contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), e sob a supervisão do meu orientador, Prof. Dr. Darci Schnorrenberger elaborei este questionário. Por favor, leia atentamente cada questão e responda às perguntas como se estivesse em uma situação real. Não existem respostas certas ou erradas. Suas respostas são confidenciais, de modo que serão analisadas em conjunto, e os resultados serão divulgados apenas de forma consolidada. É muito importante que você se concentre e se imagine nos cenários da escolha. Coloque-se em cada questão com visão individualizada, não leve em consideração as questões anteriores.

A participação é totalmente voluntária. Caso não se sinta à vontade em responder o questionário, não é necessário concluir. Desde já agradeço sua colaboração e me coloco à disposição para dirimir eventuais dúvidas, bem como a discussão dos resultados obtidos.

---

\* Indica uma pergunta obrigatória

## Dados demográficos

2. Qual a sua idade? \*

3. Qual gênero que mais se identifica \*

*Marcar apenas uma oval.*

Feminino

Masculino

Outro

4. **Estado Civil** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Solteiro(a),
- Casado(a)
- União estável
- Divorciado
- Outro

5. **Qual o cargo ocupa atualmente?** \*

6. **Possui dependentes?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

7. **Grau de instrução (indique apenas a mais alta)** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Graduação Incompleta
- Graduação Completa
- Especialização/MBA
- Mestrado
- Doutorado

8. **Atua/atuou na área contábil?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Sim
- Não

9. Qual seu setor de atuação na contabilidade (descreva a área ou que não se aplica)? \*

10. **Estuda atualmente? Se sim, em que fase?**

*Marcar apenas uma oval.*

- Não
- Sim, primeira fase
- Sim, segunda fase
- Sim, terceira fase
- Sim, quarta fase
- Sim, quinta fase
- Sim, sexta fase
- Sim, sétima fase
- Sim, oitava fase

## Seção II

Por favor, leia atentamente as instruções sobre as situações de decisão a seguir antes de iniciar a execução da atividade. Você é o responsável por preparar informações contábeis, voltado à tomada de decisões organizacionais. Antes de responder as questões, lembre-se de se inserir em cada cenário apresentado como se estivesse realmente vivenciando cada uma das situações. A partir de agora você assume o papel de um PREPARADOR DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS. Procure se concentrar imaginando-se efetivamente no papel designado.

11. Seu cliente apresentou diversas despesas no período. Você, como preparador \* de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?

*Marcar apenas uma oval.*

- Despesas Operacionais = \$ 15.000,00
- Despesas Administrativas = \$ 6.000,00 e Despesas com Vendas = \$ 9.000,00

12. Seu cliente que abriu sua empresa há pouco tempo e apresentou prejuízo no período. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Receita Líquida de Vendas = \$ 5.000,00 | (-) Custos e Despesas = \$ (20.000,00) | Resultado Líquido = \$ (15.000,00)
- Resultado Líquido = \$ (15.000,00)

13. Seu cliente realizou diversas vendas. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?

*Marcar apenas uma oval.*

- Receita de Vendas de Produtos = \$ 9.000,00 | Receita de Serviços Prestados = \$ 6.000,00
- Receita de Venda de Produtos e Serviços = \$15.000,00



14. **Seu cliente realizou diversas vendas. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Receita Líquida de Vendas = \$ 15.000,00
- Receita Bruta de Vendas = \$ 20.000,00 | (-) Deduções da Receita = \$ (5.000,00)| Receita Líquida de Vendas = \$ 15.000,00

15. **Seu cliente reconheceu perdas de vendas a prazo por inadimplência. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Houve perdas por inadimplência no valor de \$ 12.500,00
- Houve uma perda de \$ 8.000,00 e outra perda de \$ 4.500,00 ambas por inadimplência

16. **Seu cliente ao final do mês recebeu 2 descontos em compras à vista. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Um desconto de \$ 4.500,00 e outro de R\$8.000,00
- Descontos obtidos de \$ 12.500,00

17. **Seu cliente pagou os impostos municipais antes do vencimento. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?**

*Marcar apenas uma oval.*

- Impostos pagos no valor de \$ 12.500,00
- Imposto no valor de \$ 15.000,00 com desconto por adiantamento de \$ 2.500,00

18. **Seu cliente realizou a venda de 2 máquinas. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?**

*Marcar apenas uma oval.*

- A empresa teve uma Receita de \$ 12.500,00
- A empresa vendeu uma máquina por \$8.000,00 e outra por \$ 4.500,00

19. **Seu cliente apresentou a seguinte operação de venda. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?**

*Marcar apenas uma oval.*

- A empresa concedeu descontos no valor de \$2.500,00 para realizar uma venda de \$15.000,00
- A empresa realizou uma Venda por \$12.500,00

20. **Os seguintes acontecimentos ocorreram no estoque de seu cliente. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?** \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Houve uma perda de \$ 4.500,00 e outra perda de \$ 8.000,00 no estoque
- Houve perdas no estoque no valor de \$ 12.500,00

- 21 **Seu cliente apresentou o seguinte resultado no período. Você, com preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?**

*Marcar apenas uma oval.*

- A empresa teve um Lucro Líquido ao final do período de \$ 12.500,00
- A empresa teve uma Receita Líquida de \$ 15.000,00 e os Custos e Despesas totalizaram \$ 2.500,00

22. **Seu cliente aplicou na bolsa de valores. Você, como preparador de informações contábeis, prefere informar ao gestor de que maneira?**

*Marcar apenas uma oval.*

- A empresa teve um ganho de \$ 2.500,00 e uma perda no valor de \$ 15.000,00
- A empresa teve um saldo de \$ (12.500,00)

### **Agradecimento**

**Muito obrigado, sua participação foi muito importante.**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS  
COORDENADORIA DE TCC

ATA DA APRESENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS DO ALUNO:

**LEONARDO SCHULZ STOFER**

No dia 26 do mês de junho de 2023, às 14:00 hs, no(a) Florianópolis, SC, reuniu-se a comissão designada pela portaria 40-23/1, da coordenadoria de TCC do Curso de Ciências Contábeis, para arguição e defesa do trabalho apresentado pelo aluno acima citado. O trabalho apresentado tem por título:

**PROFISSIONAIS DA CONTABILIDADE E A APRESENTAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS SOB A PERSPECTIVA DA TEORIA DA CONTABILIDADE MENTAL**

Terminada a apresentação e defesa, os professores da banca constituída por Darci Schnorrenberger (Orientador), Sergio Murilo Petri e Moacir Manoel Rodrigues Junior atribuíram notas que foram encerradas em envelope fechado e entregue à Coordenadoria de TCC conforme estabelecido no regulamento de TCC, tendo sido determinada pela banca examinadora a necessidade de efetuar as seguintes modificações na versão final do trabalho a ser entregue à Coordenadoria de TCC, no prazo definido no regulamento de TCC de modo que este trabalho seja disponibilizado para consulta pública na biblioteca universitária da UFSC:

Florianópolis, 26 de de 2023.



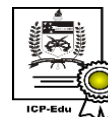
Documento assinado digitalmente  
Darci Schnorrenberger  
Data: 06/07/2023 16:33:38-0300  
CPF: \*\*\*.663.819-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

**Darci Schnorrenberger**  
Presidente



Documento assinado digitalmente  
Sergio Murilo Petri  
Data: 06/07/2023 17:12:48-0300  
CPF: \*\*\*.305.209-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

**Sergio Murilo Petri**  
Membro



Documento assinado digitalmente  
Moacir Manoel Rodrigues Junior  
Data: 06/07/2023 15:03:58-0300  
CPF: \*\*\*.501.219-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

**Moacir Manoel Rodrigues Junior**  
Membro



Documento assinado digitalmente  
LEONARDO SCHULZ STOFER  
Data: 06/07/2023 17:55:42-0300  
CPF: \*\*\*.554.748-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

**Leonardo Schulz Stofer**  
Aluno

Aberto o envelope verificou-se que o(a) Aluno(a) obteve nota final 8,5.



Documento assinado digitalmente  
Moacir Manoel Rodrigues Junior  
Data: 06/07/2023 15:04:13-0300  
CPF: \*\*\*.501.219-\*\*  
Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

**Professor Moacir Manoel Rodrigues Junior - SIAPE 1258025**  
Coordenador de TCC