



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
Unidade Acadêmica Especial de Gestão e Negócios - Regional Catalão
Programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional
Mestrado Profissional em Gestão Organizacional

O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES ALIMENTARES



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
UNIDADE ACADÊMICA ESPECIAL DE GESTÃO E NEGÓCIOS

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES
E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG**

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

☒ Dissertação ☐ Tese

2. Nome completo do autor

Sulamita da Silva Lucas

3. Título do trabalho

O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES ALIMENTARES

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);
 - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **André Vasconcelos Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 11/05/2020, às 16:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **SULAMITA DA SILVA LUCAS, Discente**, em 11/05/2020, às 21:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1323328** e o código CRC **C6FF766A**.

SULAMITA DA SILVA LUCAS

O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES ALIMENTARES

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Gestão Organizacional, da Universidade Federal de Goiás - Regional Catalão, como requisito para obtenção do título de Mestre em Gestão Organizacional.

Orientador: Prof. Drº. André Vasconcelos da Silva

Catalão-GO

2020

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Lucas, Sulamita da Silva

O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES
ALIMENTARES [manuscrito] / Sulamita da Silva Lucas. - 2020.
195 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. André Vasconcelos da Silva.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Unidade
Acadêmica Especial de Gestão e Negócios, Catalão, Programa de Pós
Graduação em Gestão Organizacional (profissional), Catalão, 2020.

Bibliografia. Anexos. Apêndice.

Inclui abreviaturas, símbolos, gráfico, tabelas, algoritmos.

1. Comportamento de escolha. 2. Efeito de enquadramento. 3.
Tomada de decisão. I. Silva, André Vasconcelos da, orient. II. Título.

CDU 005



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

UNIDADE ACADÊMICA ESPECIAL DE GESTÃO E NEGÓCIOS

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 09/2020 da sessão de Defesa de Dissertação de **SULAMITA DA SILVA LUCAS**, que confere o título de Mestra em Gestão Organizacional, na área de concentração em Gestão Organizacional.

Aos vinte e oito dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte, a partir das catorze horas, na sala 215 da Unidade Acadêmica Especial de Gestão e Negócios, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada **“O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES ALIMENTARES”**. Os trabalhos foram instalados pelo orientador, Professor Doutor **André Vasconcelos da Silva** (CGEN/UGF-RC/UFCAT em transição) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professor Doutor **Aureliano Angel Bressan** (UFMG), membro titular externo, cuja participação ocorreu através de videoconferência; Professora Doutora **Silvia Parreira Tannús** (FENG/UGF-RC/UFCAT em transição), membro titular externo; Professora Doutora **Renata Limongi França Coelho Silva** (IMEPAC), membro titular externo e Professor Doutor **Marcos Bueno** (CGEN/UGF-RC/UFCAT em transição), membro suplente interno. Durante a arguição os membros da banca não fizeram sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido a candidata **APROVADA** pelos seus membros. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor **André Vasconcelos da Silva**, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e oito dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA**O EFEITO DE ENQUADRAMENTO NA ESCOLHA DE PACOTES ALIMENTARES**

Documento assinado eletronicamente por **André Vasconcelos Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 28/02/2020, às 15:44, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Silvia Parreira Tannús, Professora do Magistério Superior**, em 28/02/2020, às 15:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **RENATA LIMONGI FRANÇA COELHO SILVA, Usuário Externo**, em 28/02/2020, às 15:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **AURELIANO ANGEL BRESSAN, Usuário Externo**, em 28/02/2020, às 15:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_imprimir_web&acao_origem=arvore_visualizar&id_documento=1273072&infra_sistema=1...

03/03/2020

SEI/UFG - 1182106 - Ata de Defesa de Dissertação



[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](#), informando o código verificador **1182106** e o código CRC **D90B651A**.

Referência: Processo nº 23070.009128/2020-62

SEI nº 1182106

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por ter me proporcionado estar aqui hoje!

Em especial ao professor Dr. André Vasconcelos da Silva, que com seu incentivo me motivou a iniciar o Mestrado como aluna especial e em sequência como aluna regular, o que me possibilitou uma qualificação acadêmica e profissional. Obrigada pelos ensinamentos e orientações e por me fazer acreditar que tenho potencial para fazer o que quiser, por acreditar tanto em mim a ponto de me convencer que realmente sou capaz. Você foi muito importante para essas conquistas!

A pessoa maravilhosa que sempre me apoiou a você Elismar meu cúmplice, companheiro e amigo, muito obrigada, serei sempre grata por tudo! Ao meu grande amor, minha linda princesa Emilly, por sempre compreender a minha ausência mesmo quando estávamos juntas. Aos meus pais Cilma e Osvaldo por ter me dado à vida.

Aos amigos que fiz durante esses anos de mestrado Roberta Elias, Simone Hilário, Mirian, Keila e Fausto, obrigada pela troca de conhecimento e experiências. Por fim, a todos que de alguma forma contribuíram com este estudo.

A todos, os meus sinceros agradecimentos!

RESUMO

Tem sido cada vez mais comum, pelas empresas, à adoção de estratégias de gestão que possibilitem a personalização de produtos ou serviço, saindo do paradigma das ofertas padrão, buscando assim, atender com maior precisão as diferentes necessidades dos indivíduos. Esse estudo buscou analisar o efeito de enquadramento na escolha da composição de pacotes alimentares, bem como, a influência de instruções durante o processo de tomada de decisão. Para observar o comportamento de escolha do tomador de decisão, foi realizado um estudo experimental aplicado a uma amostra de 359 sujeitos em diversas situações experimentais, a fim de testar o efeito de enquadramento de *upgrade* e de *downgrade*, bem como, a influência das variáveis instruções genérica e específica na composição de pacotes alimentares. Os participantes receberam a tarefa de escolher a composição de um pacote alimentar para sete dias. Durante a simulação foi informado aos participantes que eles poderiam personalizar seu pacote alimentar através de *downgrades* ou *upgrades*, de acordo com cenário ao qual o indivíduo estava inserido. De seis grupos experimentais, quatro deles foram submetidos às instruções específica e genérica, apresentadas a partir de um contexto que envolvia uma informação nutricional que enfatizava ou não a importância de estar atento a algumas variáveis como: composição do preço, certificação de qualidade, preço dentre outras. Estas instruções foram disponibilizadas em uma etapa antes do início da simulação experimental. Os resultados confirmam, nas diversas situações experimentais no qual as variáveis foram testadas, a ocorrência do efeito de enquadramento, bem como, a influência das instruções específicas e genéricas durante o processo de personalização do pacote alimentar. Porém, ainda são desejáveis pesquisas nesse campo que busquem evidenciar o efeito de enquadramento, bem como, a influência das informações presente nas instruções, no ramo alimentício, buscando testar a ocorrência dessas variáveis a fim de colaborar no sentido de consolidar a teoria a partir do acúmulo de evidências.

Palavras-chave: Comportamento de escolha; Efeito de enquadramento; Tomada de decisão.

ABSTRACT

It has been increasingly common, by companies, to adopt management strategies that allow the customization of products or services, leaving the paradigm of standard offers, thus seeking, attending with greater precision according to the different uses used. This study sought to analyze the effect of framing on the choice of food composition, as well as the influence of instructions during the decision-making process. In order to observe the decision maker's choice behavior, an experimental study was carried out applied to a sample of 359 cases in various experimental situations, an effect test or framing effect of the update and downgrade, as well as an influence of the variables generic and specific use in the composition of food packaging. Participants were given the task of choosing a composition from a food package for seven days. During the simulation, participants were informed that they can customize their food package through downgrades or upgrades, according to the scenario to which the individual was inserted. Of six experimental groups, four of them were submitted to specific and generic instructions, presented from a context that involved nutritional information that emphasized or not the importance of being attentive to some variables such as: price composition, quality certification, price among others. These instructions were made available in one step before the start of the experimental simulation. The results confirm, in the various experimental situations in which the variables were tested, the occurrence of the framing effect, as well as the influence of specific and generic instructions during the process of personalizing the food package. However, research in this field that seeks to evidence the framing effect is still desirable, as well as the influence of the information present in the instructions, in the food industry, seeking to test the occurrence of these variables in order to collaborate in order to consolidate the theory from the accumulation of evidence.

Keywords: Choice behavior; Framing effect; decision making.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.2. OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 JUSTIFICATIVA	15
1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO	16
2. REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 Tomada de Decisão.....	17
2.2 Heurísticas e Vieses	18
2.2.1 Heurística de Representatividade.....	19
2.2.2 Heurística da Disponibilidade.....	20
2.2.3 Heurística da Ancoragem.....	21
2.2.4 Efeito de Enquadramento (Framing Effect).....	22
3. MÉTODO E DESIGN EXPERIMENTAL.....	26
3.1 Participantes da Pesquisa	34
3.2 Variável Dependente.....	35
3.3 Variáveis Independentes	36
3.4 Instrumentos e materiais de coleta de dados.....	37
3.5 Situação Experimental	38
3.6 Composição dos preços.....	43
3.7 Procedimentos de Análise de Dados.....	48
4. RESULTADOS.....	49
4.1 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> independente da instrução recebida	49
4.2 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que não receberam instrução (Grupo Controle)	57
4.3 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que receberam instrução específica.....	67
4.4 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que receberam instrução genérica	75

4.5	A influência das instruções genérica e específica no cenário de <i>upgrade</i>	86
4.6	A influência das instruções genérica e específica no cenário de <i>downgrade</i>	90
4.7	A influência das instruções genérica e específica independente do cenário de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i>	93
5.	DISCUSSÃO	99
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
	REFERENCIAS.....	107
	ANEXO 1.....	111
	APÊNDICE A	114
	APÊNDICE B	115
	APÊNDICE C	116
	APÊNDICE D	117
	APÊNDICE E	118
	APÊNDICE F.....	119
	APÊNDICE G	123
	APÊNDICE H.....	127

1 INTRODUÇÃO

Tem sido cada vez mais comum, pelas empresas, à adoção de estratégias de gestão que possibilitem a personalização de produtos ou serviços, saindo do paradigma das ofertas padrão, possibilitando maior especificação das características, do produto ou serviço, desejadas pelos consumidores, em busca de atender com maior precisão as diferentes necessidades dos indivíduos (JIN; HE; SONG, 2012; MAYER; MARQUES; SANTOS, 2018).

Há no mercado um excesso de opções de produtos e serviços, e a personalização permite que o consumidor realize escolhas baseadas no valor percebido a partir da percepção de custo-benefício, ou seja, quando o consumidor percebe que um determinado item realmente vale o preço que está sendo cobrado, o que pode acarretar em uma maior satisfação ao realizar uma compra e, conseqüentemente, a fidelidade desse consumidor (FRANKE; SCHREIER; KAISER, 2010; KURNIAWAN, RICHARD; TSENG, 2006). Esse método, de personalização, tem sido utilizado como uma ferramenta eficaz para que as empresas se diferenciem frente a seus concorrentes (JIN; HE; SONG, 2012).

Estudos sobre personalização têm sido registrados no setor de turismo, como o de Wu (2004) que afirma que a personalização pode melhorar a oferta de produtos e serviços com mais qualidade e assim manter a fidelização dos consumidores, bem como, os estudos de Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018) que tem ressaltado a importância, para as empresas de viagens, do uso desta estratégia que permite aos consumidores uma maior flexibilidade ao criar seu pacote de viagem, que pode ir desde a personalização de um modelo considerado básico (composto por opções de serviços mais baratos) à customização de um pacote considerado completo (composto por opções de alto custo). Na prática, a personalização de pacotes de viagens permite que os consumidores melhorem ou rebaixe os níveis dos serviços predefinidos (JIN; HE; SONG, 2012).

Nos negócios de alimentação tem sido cada vez mais comum a adoção de personalização das refeições, através do termo *self service*, onde o consumidor tem a possibilidade de montar seu próprio prato, de acordo com as opções dos itens disponibilizados. Segundo Sun et al. (2015), o processo de personalização de refeições tem como benefício reduzir os desperdícios e custos de fabricação. As inovações nesse processo de personalização de refeições é vista no estudo de Lenadro et al. (2017), onde os autores propuseram a criação de um modelo que fosse capaz de disponibilizar ao consumidor

aspectos sensoriais, organolépticas¹ e nutricionais ao indivíduo durante a personalização de refeições digitais, a partir de uma dispensa virtual, onde cada consumidor poderia escolher os ingredientes para montar a sua refeição de acordo com suas necessidades.

Contudo, na literatura muito tem se discutido sobre o processo de tomada de decisão e como os indivíduos escolhem a melhor alternativa quando exposto a uma determinada situação. Porém, há pouca discussão sobre o processo de personalização de pacotes alimentares, diante disso, o nosso estudo tem por objetivo diminuir essa lacuna existente.

Dentro deste contexto, o comportamento de escolha², de acordo com a abordagem cognitiva, é influenciado por fatores internos tais como a percepção do indivíduo sob as alternativas expostas, o seu estado motivacional diante da situação de escolha e o processamento das informações que envolvem determinado contexto. Sendo o objetivo da abordagem cognitiva investigar os processos internos que influenciam no comportamento de escolha (RACHLIN et al., 1986; RACHLIN, 1989).

Na visão comportamental, por outro lado, o foco de investigação são as variáveis ambientais que influenciam no comportamento de escolha do indivíduo (RACHLIN, 1989). Desta forma, segundo Todorov (1989) o foco central está na relação entre o comportamento dos organismos e o seu ambiente, sem se preocupar se há causas internas que motivam essas escolhas. Apesar de não atribuir causas internas aos comportamentos manifestos Skinner (1974,1982) não afirma a inexistência de eventos internos, porém compreende que esses eventos são comportamentos que tem suas explicações buscadas no ambiente. Diante disto, a abordagem comportamental busca descrever as relações funcionais entre organismo e ambiente, buscando explicar o intercâmbio entre esse comportamento e as variáveis ambientais. Todorov (1982) ainda complementa que a essência está em compreender onde, quando e como variáveis alteram o comportamento de escolha.

Nesse contexto, a personalização de produtos e serviços tem sido um dos aspectos estudados neste processo que busca compreender o que leva a diferentes escolhas finais durante a composição inicial de um produto ou serviço predefinido. As pesquisas desenvolvidas por Tversky e Kahneman (1974, 1981) e Samson e Loewenstein (2014) têm evidenciado que, durante o julgamento e a tomada de decisão do consumidor, a composição inicial tem exercido um efeito de enquadramento, ou seja, alteração na probabilidade de escolha de cada alternativa dada como inclusa no produto final, devido ao modo de como os fatos são apresentados em um determinado contexto (JIN; HE; SONG, 2012; LEVIN et al.

¹ Teixeira (2009) define características organolépticas como cor, brilho, odor, textura, gosto e som.

² Segundo Skinner (1950) o termo escolher é associado à resposta entre dois ou mais estímulos disponíveis.

2002; PARK; JUN; MACINNIS, 2000). Outro aspecto observado é a influência do nível de qualidade e preço dos itens disponibilizados como inclusos na escolha final (MAYER; MARQUES; SANTOS, 2018). Segundo Jin, He e Song, (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018) quando o produto inicial é considerado básico (composto por itens mais simples e baratos) a escolha por itens mais caros leva a um processo de melhoria, ou seja, *upgrade*. Já, por outro lado, quando o produto inicial é considerado completo (composto por itens de melhor qualidade e mais caro) a escolha por itens mais baratos leva a um processo de redução da qualidade, ou seja, *downgrade*.

As pesquisas de Jin, He e Song (2012), Mayer, Marques e Santos (2018), Levin et al., (2002) e Park, Jun e Macinnis (2000) tem evidenciado que os consumidores apresentam uma tendência de inclusão de itens considerados mais caros no produto final quando começam com uma oferta composta por itens de maior preço, sendo estes, obrigados a fazer *downgrades* para acessar as alternativas mais baratas. O inverso ocorre quando a oferta inicial é composta por itens mais baratos, ou seja, observa-se uma redução na probabilidade de escolha por alternativas consideradas mais caras, pois implicaria em fazer *upgrades*.

Deste modo, compreender a influência da composição inicial da oferta e as consequências dessa composição é o foco central desta pesquisa, pois permite a criação de estratégias para as empresas inseridas no negócio de alimentação. Sendo possível, ainda, certificar se o consumidor é capaz de analisar as alternativas disponíveis e de escolher a melhor opção dentro do contexto ao qual está inserido, de modo que ele personalize seu pacote alimentar de acordo com suas preferências. Diante deste contexto, esta pesquisa propõe responder a seguinte problemática: Qual seria a estratégia de personalização mais efetiva para os fornecedores ao apresentar os seus serviços ou produtos no ramo alimentício? E como as informações em uma instrução podem interferir na escolha durante a composição de um pacote alimentar? Sabe-se que a todo o momento decisões são tomadas e para isso os indivíduos escolhem entre diversas alternativas disponíveis no ambiente, e compreender esse comportamento de escolha e suas consequências de se ter escolhido por uma alternativa e não por outra, pode permitir as empresas a criação de estratégias de diferenciação dos negócios frente aos seus concorrentes.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é verificar o efeito de enquadramento na escolha da composição de pacotes alimentares, bem como, a influência de instruções durante o processo de tomada de decisão.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Verificar o efeito de enquadramento de *upgrade* na escolha da composição de pacotes alimentares;
- Verificar o efeito de enquadramento de *downgrade* na escolha da composição de pacotes alimentares;
- Verificar a influência da instrução genérica na escolha da composição de pacotes alimentares;
- Verificar a influência da instrução específica na escolha da composição de pacotes alimentares.

1.3 JUSTIFICATIVA

Essa pesquisa se torna relevante por promover a interface entre a perspectiva cognitiva e a análise do comportamento, onde as informações geradas por um campo de conhecimento podem complementar às obtidas no outro, pois cada um destes campos de conhecimento, em geral, adota uma posição distinta na maneira de explicar e discutir seus resultados. A análise do comportamento considera uma relação direta entre comportamento de escolha e o meio ambiente. E, a perspectiva cognitiva, por outro lado, assume que o comportamento de escolha é determinado por uma representação mental, enfatizando os aspectos internos ou a forma de como a informação é processada, diante de um cenário que envolve diferentes probabilidades associadas a ganho e perda ou atrasos no pagamento ou recebimento referente a cada alternativa (TVERSKY; KANHEMAN, 1979).

Em relação à tomada de decisão tendo como referência à Teoria do Prospecto e, consequentemente, o efeito de enquadramento (tema deste estudo), fica evidenciada sua relevância pela descoberta de anomalias que violavam o modelo padrão existente sobre tomada de decisão. Esta característica de relevância é reforçada pelas atualizações e

descobertas referentes à mesma, incluindo o efeito de enquadramento (TVERSKY; KAHNEMAN, 1992).

Deste modo, o principal objetivo da Teoria do Prospecto proposta por Tversky e Kahneman (1971) foi evidenciar a existência de heurísticas ou atalhos mentais e vieses que afetam o tomador de decisão, a fim de responder como as pessoas solucionam problemas e processam uma decisão, em situação de incerteza. Uma das principais conclusões que os autores chegaram foi que as pessoas alteram suas preferências conforme o contexto, conhecido como efeito de enquadramento, ou seja, enquadramentos diferentes resultam em diferentes decisões (TVERSKY; KAHNEMAN, 1971).

Desta forma, a partir dos achados de Tversky e Kahneman (1971) várias outras pesquisas, sobre o efeito de enquadramento, vêm sendo realizadas para compreender o comportamento de escolha do consumidor e sua tomada de decisão, como por exemplo, as pesquisas de Jin, He e Song (2012), Mayer, Marques e Santos (2018), Levin et al., (2002) e Park, Jun e Macinnis (2000). Portanto, pesquisas nessa área são de extrema importância por possibilitar conclusões que promovam o avanço do conhecimento científico sobre como os indivíduos são sugestionáveis emocionalmente e como avaliam as possíveis escolhas de acordo com o contexto inserido (VARIAN, 2012).

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO

Esta dissertação é constituída de seis capítulos. Sendo o primeiro capítulo a introdução, que apresenta as áreas de conhecimento que fundamentam essa pesquisa e seus pressupostos e conceitos, além do tema de pesquisa, problema, objetivo geral e objetivos específicos que esta pesquisa busca verificar, bem como, a justificativa para o problema proposto, ou seja, compreender o comportamento de escolha e, conseqüentemente, a tomada de decisão dos consumidores.

No segundo capítulo é apresentada a fundamentação teórica, que faz uma breve abordagem sobre a tomada de decisão e o surgimento da Teoria do Prospecto, enfatizando as heurísticas ou atalhos mentais e vieses que afetam o tomador de decisão. Em seguida, no terceiro capítulo, a metodologia, descreve os aspectos metodológicos selecionados da pesquisa quantitativa experimental.

O quarto capítulo apresentará os respectivos resultados do experimento, a partir de diversas situações experimentais, que possibilitaram verificar os objetivos propostos. No quinto capítulo apresentam-se as discussões gerais dos mesmos. Por fim, no sexto capítulo

trará as considerações finais contribuições teóricas, metodológicas e gerenciais, suas limitações e sugestões para pesquisas futuras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Tomada de Decisão

A decisão tem sido conceituada por Certo (2005) como a escolha realizada entre duas ou mais alternativas disponíveis e a tomada de decisão como um processo de escolha da melhor alternativa. A tomada de decisão tem sido tratada por diferentes disciplinas, da matemática e estatística, economia e ciência política à sociologia e psicologia (KAHNEMAN; TVERSKY, 1984). O estudo sobre as decisões, para a Economia Comportamental, de forma geral, tem por objetivo analisar como os consumidores realmente fazem suas escolhas e assim entender melhor como estes indivíduos são sugestionáveis emocionalmente e como avaliam as possíveis escolhas (VARIAN, 2012).

Na década de 1970, psicólogos começaram a desenvolver estudos sobre o processo de decisão dos agentes econômicos e no final desta década dois trabalhos foram considerados relevantes, o de Tversky e Kahneman (1971) e o de Thaler (1980), vistos como uma ruptura para aos primeiros indícios que haviam sido apresentados, sobre tomada de decisão, na Economia Comportamental na década de 1950.

Dentre estes estudos, o desenvolvido por Tversky e Kahneman (1971) ficou conhecido pela Teoria do Prospecto³ que apresentou a existência de falhas nos princípios propostos pela Teoria da Utilidade Esperada⁴.

Tversky e Kahneman (1971) ao realizarem um estudo no qual examinou-se erros sistemáticos mesmo quando os pesquisadores eram experientes, verificou-se que, havia uma divergência significativa entre a intuição estatística dos respondentes e o seu nível de conhecimento. Foi observado que, os pesquisadores tendiam a serem guiados pelas intuições errôneas dos outros pesquisadores considerados mais experientes. Esses apontamentos

³A Teoria do Prospecto surgiu a partir de um estudo desenvolvido por Tversky e Kahneman (1971) que concluiu a existência de uma série de violações da racionalidade durante o processo de tomada de decisão. Segundo a Teoria do Prospecto as decisões são tomadas com base nos valores atribuídos aos ganhos e às perdas com relação a um ponto de referência e seus pesos no momento da tomada de decisão. Esta abordagem teórica aponta que, dependendo do ponto de vista (prospecto) do indivíduo diante de uma determinada situação e alternativas, o seu comportamento de decisão pode variar (TVERSKY; KAHNEMAN, 1971).

⁴ De acordo com a Teoria da Utilidade Esperada, em situações de incerteza, os agentes são capazes ordenar as suas preferências diante de todas as alternativas disponíveis e escolher a opção cuja probabilidade de ocorrência seria maior, ou seja, o agente seria capaz realizar a escolha ótima durante a decisão a ser tomada (escolha ótima). Portanto, na Teoria da Utilidade Esperada, vista como um modelo racional, as decisões em situações de risco são realizadas tendo como base a riqueza final e sua probabilidade de ocorrência, tendo aversão ao risco (BERNOULLI, 1738).

apresentados por Tversky e Kahneman (1971), ressaltam a importância de se levar em consideração os julgamentos intuitivos⁵ durante o processo de tomada de decisão.

Deste modo, o principal objetivo do estudo de Tversky e Kahneman (1971) foi identificar as heurísticas ou atalhos mentais e vieses que afetam o tomador de decisão, a fim de responder como as pessoas solucionam problemas e processam uma decisão, em situação de incerteza. Uma das principais conclusões que os autores chegaram, em seu estudo, foi que as pessoas alteram suas preferências conforme o contexto, conhecidos como efeitos de enquadramento, ou seja, enquadramentos diferentes resultam em diferentes decisões. E, que o julgamento intuitivo, utilizado pelos sujeitos durante o processo de tomada de decisão, pode ser influenciado por heurísticas, ilusões e vieses cognitivos, levando a decisões equivocadas e não baseadas na racionalidade (TVERSKY; KAHNEMAN, 1971).

2.2 Heurísticas e Vieses

Segundo Tonetto et al. (2006) a área de investigação conhecida atualmente como “Heurísticas e Vieses” teve seu início a partir de pesquisas na área da Psicologia nas décadas de 1950 e 1960. Porém, foi na década de 1970 que se iniciaram investigações sobre a utilização de heurísticas no julgamento e tomada de decisão, em pesquisas realizadas na Psicologia Experimental Cognitiva (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974). Neste cenário, o julgamento é considerado como uma avaliação de opções, e a tomada de decisão caracterizada como a melhor escolha realizada entre duas ou mais alternativas disponíveis, sendo essas funções consideradas independentes e complexas, no entanto, inter-relacionadas (PLOUS, 1993; TVERSKY; KAHNEMAN, 1981).

Desta forma, as pesquisas desenvolvidas a partir da década de 1970 trazem uma nova concepção sobre a tomada de decisão, que viola a capacidade do indivíduo de dominar a racionalidade, concepção vinda das pesquisas clássicas oriundas das Ciências Econômicas, sobre tomada de decisão (TONETTO et al. 2006). Segundo Hammond (2000) os modelos normativos buscam compreender como as decisões devem ser tomadas de forma que maximizem a racionalidade, porém, o autor ressalta que modelos descritivos tem se desenvolvido com o objetivo de descrever como os indivíduos realmente tomam suas decisões.

Hastie (2001) afirma que, a mudança no método de tomada de decisão foi observada a partir de situações que envolviam informações não confiáveis e incompletas, em ambientes

⁵ Segundo Guimarães (2005) o julgamento intuitivo é uma forma própria de cada indivíduo de sentir e/ou julgar algo, a partir de determinada situação ou momento ao qual está inserido.

complexos e vulneráveis a ocorrência de mudanças rápidas, considerando o processamento mental limitado. Desta forma, a utilização de heurísticas também tem sido utilizada em ambientes complexos, como uma forma de se aproximar de decisões consideradas mais adequadas.

Plous (1993) define heurística como regras gerais de influência que são utilizadas pelos seres humanos em tarefas decisórias de incerteza, em seus julgamentos, vistas como estratégias que não levam em consideração parte da informação disponibilizada com o objetivo de tornar a escolha mais simples e rápida. Tonetto et al. (2006) complementam que as heurísticas são considerados mecanismos cognitivos adaptativos que tem como objetivo tornar a escolha mais fácil e rápida, porém, vieses podem dificultar tal comportamento racional. As heurísticas são consideradas úteis, porém podem reduzir a complexidade das tarefas ao ponto de levar a erros graves e sistemáticos (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974).

Os vieses por sua vez, ocorrem a partir da utilização de heurísticas, deste modo, segundo Sternberg (2008) os vieses são considerados uma tendência sistemática que viola de alguma forma a racionalidade teoricamente predominante levando a comportamentos que divergem do esperado. Os vieses distorcem ou limitam a capacidade dos indivíduos a tomarem decisões racionais, a partir de uma resposta incompleta não permitindo que a decisão tomada seja ótima (STERNBERG, 2008).

Portanto, as heurísticas e vieses são importantes quando se trata de estudos sobre o julgamento, escolha e tomada de decisão. Tversky e Kahneman (1974) afirmam que, a fonte desses vieses de decisão é conhecida como heurísticas de julgamento, sendo apresentada em três tipos de heurísticas: da representatividade, da disponibilidade e da ancoragem. Os autores ainda complementam sobre a importância do contexto no qual as escolhas são realizadas, pelo fato de ser o efeito de enquadramento o viés que descreve como a tomada de decisão pode ser afetada de acordo com a formulação de problema ou pela maneira de como as alternativas são apresentadas ou enquadradas (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979, 1981).

2.2.1 Heurística de Representatividade

Ao construir seus julgamentos, os indivíduos se apoiam na heurística da representatividade, em diversas situações cotidianas. De acordo os autores Eysenck (2001); Jimenez e Rodriguez (1996); Tversky e Kahneman (1981); Plous (1993) Tversky e Kahneman (1974); Williams et al. (1997) esse tipo de heurística confere a existência de alta probabilidade de ocorrência quando existe similaridade de um evento específico com outros

de uma mesma classe. Desta forma, a probabilidade de um evento ocorrer é avaliada de acordo com o nível de similaridade as principais características do qual o processo foi originado (TONETTO et al., 2006).

Tversky e Kahneman (1974) afirmam que o indivíduo ao utilizar a heurística da representatividade faz julgamentos de possibilidade, podendo cometer erros na tomada de decisão, pois a representatividade (similaridade) de uma situação específica não determina a probabilidade de acontecimentos anteriores. Nesse caso, os indivíduos generalizam as informações e analisam a possibilidade de uma situação, pelo nível em que outra situação se assemelha, levando-o a um erro de julgamento, pois não levam em consideração diversos fatores que deveriam ser apreciados no julgamento de probabilidades. Portanto, quando os indivíduos avaliam a probabilidade pela representatividade eles tendem a seguir as probabilidades de acontecimentos similares passados como uma forma confiável e segura, desta forma, levando ao uso sistemático desse atalho cognitivo ao tomar decisões (TONETTO et al., 2006).

2.2.2 Heurística da Disponibilidade

Parte dos indivíduos utiliza a heurística da disponibilidade para medir a frequência ou até mesmo a probabilidade da ocorrência de um determinado evento, buscando avaliar essa probabilidade de ocorrência de acordo com os acontecimentos passados que lhe vêm à mente de forma espontânea (GRODERS, 2017).

Segundo Tonetto et al. (2006) as experiências passadas e informações acerca de um determinado acontecimento são avaliadas como foram vivenciadas anteriormente, levando a uma espécie de artifício cognitivo ou construção mental conhecido como disponibilidade. Assim, a disponibilidade é um dos fenômenos considerados mais frequentes das heurísticas.

A imaginação é outra função cognitiva importante quando se trata da heurística da disponibilidade, por auxiliar “na avaliação da frequência e da probabilidade de ocorrência dos fatos e eventos em questão, bem como está diretamente associada ao grau de interesse da pessoa pelo assunto e à carga emocional envolvida” (TONETTO et al., 2006, p.185). Portanto, a imaginação do ser humano é considerada limitada, desta forma, pode interferir, de forma negativa, no processo de estimação das probabilidades e frequências.

Ainda segundo Tversky e Kahneman (1981) nesse processo existem outras operações mentais, tais como recordar e construir. Estas duas formas trazem informações para a mente de forma completamente diferentes, pois seguem regras diferentes pelo fato de serem

utilizadas para responder diferentes questões (TVERSKY; KAHNEMAN, 1981). Contudo, para Tonetto et al. (2006) a heurística da disponibilidade é considerada um método eficaz e rápido muito utilizado em condições de incerteza envolvendo julgamento e tomada de decisão. Portanto, apesar desta utilização das heurísticas parecer ser um modo bastante comum, na maioria das vezes podem gerar equívocos e erros no processamento das informações.

2.2.3 Heurística da Ancoragem

A heurística da ancoragem e ajustamento de acordo com Tversky e Kahneman (1974) ocorre quando os indivíduos precisam fazer julgamentos sob incerteza, ou seja, quando precisam realizar estimativas ou tomar decisões sobre uma determinada quantia, assim, tendem a ajustar a sua resposta tendo como base algum valor inicial disponível e esse valor servirá como um ponto de referência⁶ eventual (âncora) para estabelecer uma estimativa final. Nesse caso, os indivíduos dão atenção e se utilizam de informações arbitrárias como referência para a tomada de decisão. Os autores ressaltam que este atalho cognitivo corresponde à heurística de ancoragem, na qual a âncora sugerida pode influenciar a resposta final (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974).

Dentre os diversos vieses existentes ao se utilizar a heurística da ancoragem os autores Guthrie et al., (2001) e Northcraft e Neale (1987) destacam que quando os indivíduos comparam o valor da âncora com o valor alvo, esse comportamento, pode ocasionar um erro quando partem deste ponto de referência para a tomada de decisão (GUTHRIE et al., 2001; NORTHCRAFT; NEALE, 1987). Portanto, apesar da heurística de ancoragem ser considerada útil, por permitir uma economia de tempo por não demandar tanto esforço cognitivo, quando se trata de julgamentos e decisões, pode levar a vieses no julgamento quando uma âncora irrelevante é estabelecida.

Tonetto et al. (2006) destacam que, apesar dos prejuízos originados na utilização de heurísticas, elas facilitam na tomada de decisão pelo fato de não ser necessário avaliar todas as possibilidades surgidas como solução, a cada decisão, para um determinado problema decisório. Diante deste contexto os autores afirmam que “as heurísticas, mais uma vez, ratificam as limitações cognitivas dos seres humanos” (TONETTO et al., 2006, p.187).

⁶ Para Cursinato e Porto Júnior (2003, p. 17) frequentemente, o ponto de referência é especificado como a posição corrente dos ativos (ou riqueza corrente), porém, este ponto de referência pode ser estabelecido de acordo com a apresentação do problema.

2.2.4 Efeito de Enquadramento (*Framing Effect*)

O efeito de enquadramento foi inicialmente apresentado no estudo de Tversky e Kahneman (1979) a partir de críticas dos autores em relação à Teoria da Utilidade Esperada conhecida como um modelo descritivo de tomada de decisão em situações de risco, desenvolvida por Von Neumann e Morgenstern (1944) que defendia a racionalidade ilimitada dos indivíduos que, desta forma, conseguiam fazer a melhor escolha entre todas as alternativas apresentadas independente do contexto e, conseqüentemente, tomar decisões sempre de forma a maximizar a utilidade.

Contudo, os autores Tversky e Kahneman (1979) provaram que a Teoria da Utilidade Esperada não conseguia prever com exatidão a forma como os tomadores de decisão avaliavam as opções de escolha, principalmente quando se tratava de decisões que envolviam perdas, pois perceberam, através de seus estudos, que as pessoas eram mais sensíveis a perdas do que a ganhos de mesma grandeza, ou seja, apresentavam uma aversão à perda.

Desta forma, e com base em várias inconsistências observadas a esta teoria, um modelo alternativo chamado de Teoria do Prospecto foi apresentado pelos autores Tversky e Kahneman (1979). De acordo com essa Teoria as pessoas determinavam um ponto de referência e através desse ponto iniciavam uma avaliação dos possíveis resultados como ganho ou perda (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979). De acordo com a Teoria do Prospecto quando eram atribuídos diferentes pesos para as perdas e ganhos, onde os resultados apresentavam uma função de valor côncava para ganhos e convexa para perdas, observou que, a dor associada à perda de uma determinada quantia era vista como maior do que o prazer associado ao ganho da mesma quantia, sendo esse fenômeno conhecido como aversão à perda, ou seja, perdas maiores que os ganhos (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979).

Kahneman e Tversky (1981) também concluíram que os indivíduos alteravam suas preferências conforme o contexto, conhecido como efeito de enquadramento, ou seja, enquadramentos diferentes resultavam em diferentes decisões. Os autores reforçam que, a ocorrência de riscos está diretamente associada com a forma de como as escolhas são apresentadas (enquadradas), ou seja, as escolhas podem ser afetadas pelo contexto, positivo ou negativo, em que as alternativas estão inseridas.

Deste modo, o efeito de enquadramento demonstra que, os indivíduos podem emitir respostas diferentes para o mesmo problema, dependendo da maneira que é apresentado ou enquadrado, ou seja, o modo de como os fatos são apresentados podem interferir nas escolhas

realizadas pelos indivíduos, pois a mesma opção pode ser enquadrada ou descrita de diferentes formas (KAHNEMAN; TVERSKY, 1981).

Bateson (2000) apresenta o termo enquadramento ou enquadre, a partir de um conceito psicológico, como instruções disponibilizadas para que o interlocutor entenda quais são as mensagens que estão incluídas ou excluídas em uma determinada situação. Nesse sentido, o enquadramento possibilita uma interação comunicacional, entre os interlocutores, a partir da expressão de conteúdo, podendo indicar aos sujeitos como devem agir, abrir campos de possibilidades, tanto como, tornar restrito ações imagináveis.

Neste contexto, os indivíduos precisam estar atentos às sinalizações que estreitam ou contextualizam os enquadres, pois isso influencia ao “fornecer uma resposta adequada à situação presente e melhor corroborar a construção da comunicação em curso” (RIBEIRO; GARCEZ, 2002, p. 86). Deste modo, o enquadramento permite identificar quais são as regras e instruções que estão orientando uma determinada situação em que os atores estão envolvidos (MENDONÇA; SIMÕES, 2012).

Pesquisas também tem adotado o uso do enquadramento como operador para analisar o conteúdo discursivo produzido por enunciados, segundo Mendonça e Simões (2012) o efeito de enquadramento está alicerçado na literatura a partir de investigações empíricas na área da psicologia cognitiva, como apresenta os estudos de Kahneman e Tversky na década de 1980, a partir do modo de como a organização de enunciados influencia na opinião dos receptores.

Jin, He e Song (2012) apresentam de forma clara, a partir do uso do termo enquadramento de opções conceituado como os diferentes modos de apresentação de produtos em que a sua composição pode incluir itens mais baratos ou mais caros, o que Tversky e Kahneman (1979) afirmam sobre a influência do contexto nas escolhas realizadas pelos indivíduos e a evidência em relação à aversão à perda.

Jin, He e Song (2012) a partir de um estudo com produtos que poderiam ser customizados por meio de *upgrade* (aditivo) ou *downgrade* (subtrativo) verificaram o efeito de enquadramento de opções no contexto de pacotes turísticos. No contexto que envolvia o enquadramento de *upgrade* foi apresentado inicialmente, para os consumidores, um modelo básico (ou seja, mais barato). Por outro lado, no contexto de enquadramento de *downgrade* foi oferecido um modelo completo (ou seja, mais caro). Durante a composição do pacote alterações como inclusão ou exclusão de serviços e ampliação ou redução dos dias de viagem

poderiam ser realizadas. O Experimento foi realizado com 201 estudantes chineses de pós-graduação que já haviam realizado consumo de viagens turísticas.

Nesse estudo de Jin, He e Song (2012), de acordo com os resultados, o enquadramento de opções funcionou de acordo com o previsto na literatura, ou seja, em ambos os contextos, verificou-se uma tendência das pessoas selecionarem as alternativas mais caras quando partem de ofertas superiores (modelo completo). Desta forma, os autores concluíram que é menos provável que os consumidores troquem as alternativas disponíveis na opção de enquadramento de *downgrade*, pelo fato deles apresentarem uma percepção de posse por todas as opções inclusas no pacote, induzindo-os a valorizar essas alternativas inclusas tornando-os mais relutantes em deixá-las ir, conhecido como efeito posse. De forma geral, Jin, He e Song (2012) salientam que, as pessoas tendem a relutar para separar-se dos ativos que elas possuem atualmente, ou seja, é mais doloroso desistir de um ativo do que prazeroso obtê-lo, pois o fato de excluir ou rejeitar certas opções gera emoções negativas. E, segundo a teoria da aversão à perda (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979), os indivíduos preferem evitar perdas a fazer ganhos.

Assim, o efeito de enquadramento permite verificar a ocorrência da aversão à perda, que sugere que, o valor percebido de uma perda é maior que o valor de um ganho (PARK; JUN; MACINNIS, 2000). No entanto, as perdas e os ganhos dependerão de um ponto de referência. Assim, nota-se que, a oferta disponibilizada inicialmente é utilizada como o ponto de referência para os consumidores. No enquadramento em que o modelo básico apresenta produtos mais simples e mais baratos, permitindo a customização através de melhorias na composição do produto, fazer um *upgrade* implicaria em um aumento no preço. E, como o valor percebido de uma perda é maior do que o valor de um ganho, o custo da decisão de se realizar *upgrade* passa a ser percebido como maior que o ganho da composição superior do produto. Consequentemente, no enquadramento em que é apresentado o modelo completo, aquele que disponibiliza produtos mais caros e de melhor qualidade, fazer *downgrade* leva a uma percepção de que a perda de qualidade é maior do que o ganho financeiro nesta composição do produto.

Os resultados ainda apresentaram que o preço médio do pacote turístico final, no enquadramento de *downgrade* foi maior do que no enquadramento de *upgrade*. Porém, de acordo com os autores, Jin, He e Song (2012), o efeito de enquadramento ocorreu para os serviços considerados menos importantes, como por exemplo, bônus adicionais, mas não sobre aqueles considerados mais importantes, tal como alimentação.

O conceito de enquadramento tem impulsionado diversas investigações empíricas. No Brasil, Mayer, Marques e Santos (2018) realizaram um experimento utilizando um *design* inspirado no criado por Jin, He e Song (2012), onde foi solicitado aos 217 consumidores, regulares de viagens de lazer, que eles escolhessem a composição de um pacote de viagens para sete dias, tendo incluso os serviços de hospedagem, alimentação, traslado e seguro viagem. Para um grupo de participantes, o pacote inicialmente apresentado incluía serviços de menor nível de qualidade e preço, assim, alternativas de *upgrade* foram disponibilizadas, ou seja, os serviços apresentados poderiam ser trocados por outro de maior qualidade e preço. Cada *upgrade* realizado resultaria no aumento do preço final do pacote. Para o outro grupo, o pacote inicialmente ofertado incluía serviços de nível superior de qualidade e preço, porém, poderiam ser trocados por serviços mais baratos, o que resultaria em um desconto no preço final do pacote.

Os resultados da pesquisa de Mayer, Marques e Santos (2018) divergem em parte daqueles encontrados na pesquisa de Jin, He e Song (2012) no que se refere à incidência do efeito de enquadramento para as refeições de natureza centrais, ou seja, aquelas consideradas mais importantes. Deste modo, a escolha do serviço superior foi notada com maior incidência no enquadramento de *downgrade* do que de *upgrade*, por apenas um dos serviços considerados mais importantes (alimentação). Portanto, neste estudo Mayer, Marques e Santos (2018) não concluíram se houve o efeito ou não da ocorrência de enquadramento, no que tange a centralidade do serviço. Em relação ao valor gasto, os autores concluíram que, quando os sujeitos iniciaram com uma oferta mais cara (completa) eles gastaram mais do que quando iniciaram a partir de uma oferta mais barata (simples), o que corrobora com os achados de Jin, He e Song (2012).

Diante desses resultados os autores Mayer, Marques e Santos (2018) ressaltam que, o mais vantajoso para as agências de viagem seria apresentar inicialmente aos consumidores pacotes compostos por serviços mais caros que podem ser reduzidos, ao invés de inicialmente ofertarem pacotes compostos por serviços inferiores que possam ser melhorados. Portanto, os serviços que exigem maior atenção apresentam menor probabilidade de ocorrência do efeito de enquadramento, enquanto que, os serviços que demandam menor atenção seriam mais vulneráveis ao viés ocasionado por esse efeito.

Deste modo, nota-se que, os sujeitos geralmente tomam decisões ou fazem avaliações a partir de um ponto de referência, e não isoladamente (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979). A forma de apresentação das alternativas, de um determinado problema, pode desencadear

diferentes pontos de referência, ao tomar uma decisão, para diferentes consumidores. O uso das heurísticas costuma produzir resultados satisfatórios, mas podem levar a erros sistemáticos ao tomar decisões que exigem um baixo esforço cognitivo, como aqueles observados em comportamentos de rotina ou habituais (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979, 1981).

Portanto, segundo Mayer, Marques e Santos (2018) ainda são desejáveis pesquisas nesse campo que testem a ocorrência do efeito de enquadramento em busca da consolidação da teoria. Deste modo, buscando contribuir para essa consolidação, esta pesquisa busca verificar o efeito de enquadramento na escolha da composição de pacotes alimentares, bem como, a influência de instruções durante o processo de tomada de decisão a partir do *design* experimental descrito na próxima seção deste estudo.

3. MÉTODO E *DESIGN* EXPERIMENTAL

A abordagem metodológica para esta pesquisa, seguindo uma tradição dos estudos na área da ciência comportamental, é quantitativa e experimental (RAPP; HILL, 2015). O *design* experimental é um método que permite analisar relações causais através da manipulação de variáveis independentes e a partir de observação dos resultados provenientes dessa manipulação (COOPER; SCHINDLER, 2003). A pesquisa experimental, apesar de seu uso restrito, tem sido cada vez mais adotada na última década no campo das ciências sociais (FONG et al., 2016; GUZELLER; CELIKER, 2017).

O *design* experimental adotado foi inspirado naquele criado por Jin, He e Song (2012) e adaptado por Mayer, Marques e Santos (2018). Do mesmo modo, os participantes desta pesquisa receberam a tarefa de escolher a composição de um pacote alimentar para sete dias. Onde as refeições poderiam ser personalizadas por meio de *upgrade* ou *downgrade*, a fim de verificar o efeito de enquadramento no contexto de pacotes alimentares. Esses pacotes incluíram todas as refeições sugeridas em um plano alimentar⁷, tais como: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os cardápios a serem personalizados em ambos os cenários podem ser observados nos Quadros 1 e 2 a seguir.

⁷ Os planos alimentares foram elaborados pela Nutricionista Thalita Costa – CRN: 11533. Os planos alimentares foram compostos por itens de baixo custo e alto custo para que fossem enquadrados nos cenários *upgrade* e *downgrade* propostos por Jin et al. (2012) e Mayer et al (2018).

Quadro 1 - Refeições inclusas e opções de troca no cenário *upgrade*

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum Alimento/Medida caseira Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Desjejum Alimento/Medida caseira Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	
REFEIÇÃO INCLUSA Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	OPÇÃO DE TROCA Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira Maçã (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodelas) Suco de laranja natural (1 copo pequeno) Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Chá de camomila (1 xícara de chá)	Suco de melancia (1 copo pequeno)
Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 2 - Refeições incluídas e opções de troca no cenário *downgrade*

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Banana da terra assada (1 unidade)	Leite Desnatado (1 copo pequeno)
Canela em pó (2 pitadas)	Café puro (1 xícara de café)
Amêndoas laminadas (1 colher de sopa)	Torrada (2 unidades)
Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II Alimento/Medida caseira Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Lanche da Tarde II Alimento/Medida caseira Maçã (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar Alimento/Medida caseira Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade Incluído (+R\$ 0) 	Jantar Alimento/Medida caseira Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodelas) Suco de laranja natural (1 copo pequeno) Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 17,29) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Ceia Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

Portanto, para atingir os objetivos deste estudo serão descritos abaixo os procedimentos metodológicos utilizados, tais como: (1) participantes da pesquisa; (2) variável dependente; (3) variáveis independentes; (4) instrumentos e materiais de coleta de dados; (5) situação experimental; (6) composição dos preços e (7) procedimentos de análise de dados.

3.1 Participantes da Pesquisa

Participaram da pesquisa 359 participantes, com idade igual ou superior a 18 anos, sendo estes estudantes de Graduação e Pós-Graduação da Universidade Federal de Goiás/Regional Catalão (UFG/RC), na cidade de Catalão-GO.

Existiram duas causas principais para utilizar uma amostra de aluno no experimento. A primeira, é que os estudantes de Graduação e Pós-Graduação recrutados eram consumidores reais em relação ao pacote ofertado (compra de refeições). E a segunda razão, segundo Jin, He e Song (2012), é que não há na literatura existente nenhuma diferença significativa no comportamento dos participantes quando a amostra é composta por alunos. Kühberger (1998) verificou que, embora as amostras compostas por alunos dominem as pesquisas sobre enquadramento, o comportamento dos estudantes participantes não difere do comportamento dos participantes que não são estudantes.

A amostra se caracterizou como não probabilística por conveniência⁸. Apesar das vantagens deste tipo de amostra, Malhotra (2008) ressalta que, um dos riscos da amostra não probabilística é a existência de certo nível de subjetividade e dificuldade para generalizações. Neste contexto Malhotra (2008) enfatiza que para a realização de estudos fora do laboratório, o perfil do sujeito da amostra deve ser representativo da população pesquisada, havendo também controle do recrutamento dos respondentes, de maneira que os sujeitos não participem mais de uma vez da pesquisa.

Seguindo essas orientações, foi realizado um cálculo amostral⁹ utilizando a ferramenta OpenEpi com intervalo de confiança de 95%, que estimou que a amostra representativa para a população pesquisada (1683 sujeitos) deveria ser composta por 313 participantes. Outro aspecto tratado com atenção foi à realização, de forma aleatória e com controle rígido, do disparo dos e-mails com os links dos questionários que reproduziam as seis condições

⁸ Segundo Malhotra (2008) esse tipo de amostra é considerado o mais viável, pelo fato de consumir menor tempo e recurso.

⁹ A partir do cálculo utilizando o programa OpenEpi (<http://www.openepi.com/OE2.3/Menu/OpenEpiMenu.htm>) com intervalo de confiança de 95% e de acordo com o tamanho da população (1683 sujeitos) a amostra representativa estimada é de $n = 313$ participantes. A equação utilizada para o cálculo amostral é $n = [EDFF * Np(1-p)] / [(d2/Z21-\alpha/2*(N-1)+p*(1-p)]$.

experimentais programadas, garantindo assim, a mesma probabilidade de seleção dos sujeitos para uma ou para outra condição experimental (HERNANDEZ et al., 2014).

Portanto, uma das principais preocupações deste experimento de laboratório foi com seu ambiente não natural, ou seja, como os participantes atuariam como tomadores de decisão em um cenário de consumo simulado. Para isso, buscando assegurar a qualidade da decisão, foi adotado o mecanismo de alinhamento de incentivos sugerido por Ding, Grewal, Liechty (2005), Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018), onde foi dado aos participantes a chance de personalizar o pacote alimentar inicialmente recebido.

A divulgação da pesquisa se deu por meio eletrônico. O critério de inclusão dos participantes se deu por livre adesão. Foi enviado 1683 (mil seiscentos e oitenta e três) e-mails, de forma aleatória. Porém, foram registradas 388 (trezentas e oitenta e oito) respostas e validados 359 questionários. A exclusão de 29 (vinte e nove) sujeitos se deu pelo fato de alguns participantes não terem concluído todas as etapas do estudo e/ou pelo fato de não atenderem algum dos critérios procedimentais definidos como requisito de validação. Desta forma, a amostra final do estudo foi composta por 359 (trezentos e cinquenta e nove) participantes.

Os participantes foram divididos em seis grupos experimentais, de forma aleatória¹⁰, sendo dois destes grupos de controle¹¹ e os quatro grupos restantes formados de acordo com a combinação das seguintes variáveis independentes: enquadramento de *downgrade* e enquadramento de *upgrade*, instrução genérica e instrução específica.

3.2 Variável Dependente

A variável depende deste estudo refere-se ao comportamento de escolha, verificada através de uma simulação de composição de um pacote alimentar onde todas as refeições poderiam ser personalizadas, pelos participantes, por meio de *upgrade* ou *downgrade*. Esses pacotes incluíram todas as refeições sugeridas em um plano alimentar, tais como: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. A escolha foi observada através do comportamento de manutenção ou troca de cada uma das refeições predefinidas no cardápio inicialmente apresentado ao participante.

¹⁰ De acordo com as listas de e-mails recebidas e a disponibilidade dos sujeitos em realizar o experimento.

¹¹ Os dois grupos de controle não foram expostos à intervenção das variáveis instruções genérica e específica buscando reduzir os fatores conhecidos e desconhecidos que poderiam influenciar o resultado.

3.3 Variáveis Independentes

Neste estudo foram introduzidas as seguintes variáveis independentes, a saber: a) enquadramento de *downgrade*; b) enquadramento de *upgrade*; c) instrução genérica; d) instrução específica.

Os sujeitos, selecionados aleatoriamente¹², foram inseridos em um cenário de *downgrade*¹³ e *upgrade*¹⁴. Para três grupos de participantes, o pacote alimentar inicialmente apresentado (completo) incluía refeições de alto custo alimentar, com nível de qualidade atestado (com certificação) e maior preço. No entanto, essas refeições, presente no cenário de *downgrade*, poderiam ser trocadas por refeições mais baratas, o que levaria a um desconto no preço final do pacote. Assim, o preço inicial do pacote alimentar que era de R\$ 1089,27 (mil e oitenta e nove reais e vinte e sete centavos), poderia reduzir para até R\$ R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) se todas as refeições de alto custo fossem trocadas por alternativas mais baratas e sem certificação de qualidade.

Para outros três grupos de participantes foi apresentado inicialmente um pacote alimentar (básico) que incluía refeições de baixo custo, de menor nível de qualidade (sem certificação) e menor preço. Para estes grupos, foram apresentadas alternativas de *upgrade*, deste modo, às refeições mais baratas poderiam ser trocadas por refeições de maior qualidade (com certificação) e de maior valor. Para cada *upgrade* realizado ocorria um aumento no preço final do pacote. O pacote apresentado inicialmente era de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) podendo subir para até R\$ 1089,27 (mil e oitenta e nove reais e vinte e sete centavos) se todas as refeições fossem trocadas da versão mais barata para a versão de maior valor.

Outras variáveis foram inseridas, em dois grupos do cenário de *downgrade* e em dois grupos do cenário de *upgrade*, sendo elas: instrução genérica e instrução específica. A variável instrução foi caracterizada de acordo com a quantidade de informação disponível, dentro de um contexto nutricional. Simonassi et al. (1997) conceituam a instrução genérica como aquela que apresenta uma menor quantidade de informações e específica aquela que disponibiliza uma maior quantidade de informação sobre um determinado assunto ou comando a ser realizado. Portanto, ao receber uma instrução genérica, os participantes tiveram acesso a uma menor quantidade de informação quando comparado com as

¹² Seguindo a tendência do estudo experimental de Jin et al. (2012) e Mayer et al. (2018).

¹³⁻¹⁴ *Downgrade* e *upgrade* são caracterizados por Jin et al. (2012) como um processo de personalização. Deste modo, segundo os autores, fazer *upgrade* estaria associado à realização de aditivos ou melhorias e *downgrade* relacionado com o método de subtrair ou reduzir a qualidade de um produto/serviço.

informações disponíveis para os grupos que tiveram acesso a instrução específica. Apesar de apresentar informações semelhante aquelas disponibilizadas na instrução genérica, a instrução específica apresentou uma informação a mais que destacava para o fato de estar atento a outras variáveis (valor calórico, certificação de qualidade e preço das refeições) consideradas importantes para se ter uma vida saudável. Portanto, quando a instrução genérica foi inserida, os sujeitos tiveram acesso a um texto que continha uma informação com poucas recomendações nutricionais. O inverso ocorreu quando os participantes foram submetidos na condição em que foi apresentada a instrução específica, ou seja, o conteúdo presente na informação apresentada abrangeu uma maior descrição de recomendações nutricionais.

3.4 Instrumentos e materiais de coleta de dados

Os instrumentos utilizados nesta pesquisa foram criados na plataforma de pesquisas online *Google Forms* e disponibilizado através de um link de acesso. A coleta de dados ocorreu durante o mês de setembro de 2019. Para a realização do experimento, inicialmente foi enviado um convite eletrônico aos participantes (Apêndice A) que tinha disponível no corpo do texto os links de acesso aos questionários (Apêndice H), seis links foram enviados de forma aleatória aos participantes. Os questionários foram compostos pela seguinte estrutura: a) Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que apresentou o objetivo da pesquisa (Anexo 1); b) questões baseadas em um questionário elaborado e validado por Carvalho et al. (2001) com o objetivo de caracterizar os dados sociodemográficos tais como: nome, idade, sexo, escolaridade, renda familiar e estado civil, bem como, dados socioantropométricos como: altura, peso, percepção corporal (avaliada através das categorias: “muito gordo”, “gordo”, “muito magro”, “magro” e “normal”), local onde realiza as refeições (casa; restaurante/lanchonete), percepção sobre a quantidade de alimentos ingeridos (classificados em: “muito pouco”, “pouco”, “normal”, “muito”, “em excesso”) e o nível de atividade física dos indivíduos; c) texto apresentando a Instrução Específica (Apêndice B) ou d) texto apresentando a Instrução Genérica (Apêndice C); e) texto contendo as orientações sobre a tarefa a ser realizada de acordo com as condições experimentais programadas para o cenário de *downgrade* (Apêndice D); f) texto contendo as orientações sobre a tarefa a ser realizada de acordo com as condições experimentais programadas para o cenário de *upgrade* (Apêndice E); g) cardápio contendo as refeições inclusas nos pacotes alimentares e as opções de troca para o cenário de *downgrade* e de *upgrade* (Apêndice F); E, por fim, no final do

questionário foi elaborado uma pergunta que buscava identificar quais foram as variáveis que mais influenciaram nas escolhas realizadas pelos participantes.

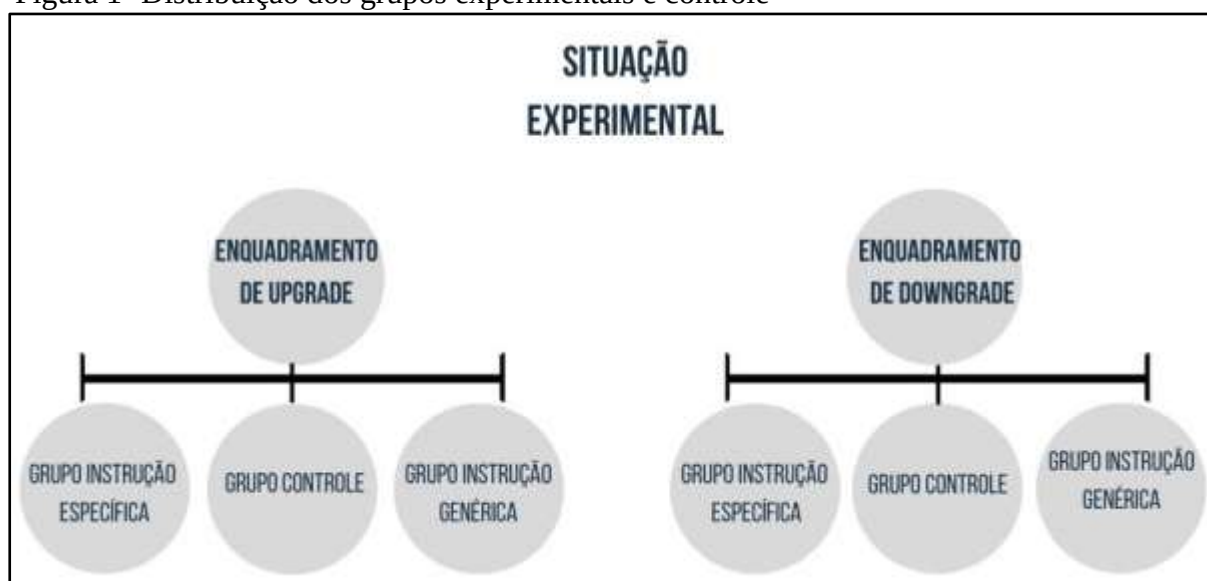
A partir dessa estrutura, foi possível criar uma situação hipotética que informava aos participantes que eles haviam recebido uma promoção e ganhado um pacote alimentar com todas as refeições inclusas para sete dias. Durante a simulação foi informado aos participantes que eles poderiam personalizar seu pacote alimentar (Apêndice G) através da realização de *downgrades* ou *upgrades*, dependendo do cenário ao qual o indivíduo estava inserido. Ao final de cada escolha realizada, por refeição, foi solicitada uma justificativa pelo comportamento de manutenção ou troca da refeição. Vale ressaltar que foi realizado um teste piloto visando testar o método e os processos envolvidos na execução do experimento.

3.5 Situação Experimental

Para que fosse possível observar a manipulação das variáveis independentes e a observação dos resultados dessa manipulação foi criada uma simulação de escolha de compra. Neste estudo experimental, os participantes receberam a tarefa de escolher a composição de um pacote alimentar, que continha todas as refeições do dia (café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia), para sete dias.

Os participantes foram divididos em seis grupos, formados de acordo com a combinação das variáveis independentes: enquadramento de *upgrade* e *downgrade*, instrução genérica e específica. Três destes grupos foram inseridos em um cenário de *downgrade* e três em um cenário de *upgrade*. Porém, dois grupos foram inseridos nas condições experimentais programadas no cenário de *downgrade* e expostos um à instrução nutricional genérica e outro a instrução nutricional específica. Os dois grupos seguintes foram inseridos nas condições experimentais programadas no cenário de *upgrade* e também expostos às instruções genéricas e específicas, da mesma forma que ocorreu no cenário de *downgrade*. E, por fim, os dois grupos restantes (grupos de controle), um pertencente ao cenário de *downgrade* e o outro ao cenário de *upgrade*, não foram expostos à intervenção das variáveis instruções genérica e específica buscando reduzir os fatores conhecidos e desconhecidos que poderiam influenciar no resultado da manipulação destas variáveis, chamados de grupos de controle. A Figura 1 apresenta a divisão dos grupos de acordo com as variáveis independentes.

Figura 1- Distribuição dos grupos experimentais e controle



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Dentro do cenário de *downgrade* e *upgrade*, buscou-se verificar o efeito das variáveis instruções genérica e específica no comportamento de escolha durante a personalização de pacotes alimentares. A variável instrução foi caracterizada de acordo com o conteúdo disponível (informação nutricional) antes da simulação experimental. No cenário em que a instrução genérica foi inserida, os sujeitos tiveram acesso a um texto que continha uma informação com poucas recomendações nutricionais. O inverso ocorreu quando os participantes foram submetidos na condição em que foi apresentada a instrução específica, ou seja, o conteúdo presente na informação apresentada abrangeu uma maior descrição de recomendações nutricionais, Quadro 3. Os sujeitos tiveram acesso a essas informações antes do início da simulação de compra que compunha o pacote alimentar. Contudo, dois grupos um pertencente ao cenário de *downgrade* e o outro ao cenário de *upgrade*, não foram expostos à intervenção das variáveis instruções genérica e específica buscando reduzir os fatores conhecidos e desconhecidos que poderiam influenciar no resultado da manipulação destas variáveis, estes chamados de grupos de controle.

Quadro 3 - Informação nutricional: genérica e específica

Informação Genérica	Informação Específica
Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia, sendo elas: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia.	Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia (café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia), sendo necessário estar atenta a composição da refeição, ao valor calórico, a certificação de qualidade e ao preço da refeição, pois sabe-se que, essas refeições são consideradas essências para se ter uma vida saudável.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Para três grupos de participantes, expostos ao cenário de *downgrade*, o pacote alimentar inicialmente apresentado incluía refeições de nível maior qualidade (com certificação) e maior preço¹⁵. No entanto, essas refeições poderiam ser trocadas por refeições mais baratas, o que levaria a um desconto¹⁶ no preço final do pacote. Assim, no cenário de *downgrade* o preço inicial do pacote alimentar era de R\$ 1089,27 (mil e oitenta e nove reais e vinte e sete centavos), podendo reduzir para até R\$ R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) se todas as refeições de alto custo fossem trocadas por alternativas mais baratas, ou seja, caso fosse realizado *downgrades*.

Para os grupos expostos ao cenário de *upgrade*, selecionados aleatoriamente, foi apresentado um pacote inicial que incluía as refeições de menor nível de qualidade (sem

¹⁵ A partir de uma pesquisa de preço realizada em restaurantes situados na Cidade de Catalão-Goiás, local onde a pesquisa ocorreu, ficou definido que o preço das refeições, no cenário de *downgrade*, almoço e jantar seriam de R\$ 34,58 (trinta e quatro reais e cinquenta e oito centavos). E, o preço das refeições café da manhã, colação, lanche da tarde I e II e ceia foi estabelecida, a metade do valor de R\$ 34,58 (trinta e quatro reais e cinquenta e oito centavos), sendo assim, o valor das demais refeições era de R\$ 17,29 (dezessete reais e vinte e nove centavos).

¹⁶ O desconto foi definido em 50% do valor de cada refeição, esses critérios foram estabelecidos por conveniência.

certificação) e menor preço¹⁷. Para estes grupos, foram apresentadas alternativas de *upgrade*, deste modo, às refeições consideradas mais baratas poderiam ser trocadas por refeições de maior qualidade (com certificação) e de maior valor. Para cada *upgrade* realizado ocorria um aumento¹⁸ no preço final do pacote. O pacote apresentado inicialmente era de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) e podia subir para até R\$ 1089,27 (mil e oitenta e nove reais e vinte e sete centavos) se todas as refeições fossem trocadas da versão mais barata para a versão de maior valor. O Quadro 4 apresenta parte dos textos introdutórios de ambos os cenários.

Quadro 4 - Textos introdutórios de acordo com os cenários experimentais

Cenário de <i>downgrade</i>	Cenário de <i>upgrade</i>
Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 1.089,27 (um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições: Café da manhã; Colação; Almoço; Lanche da tarde I e II; Jantar e Ceia. Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar trocando uma ou mais refeições no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer <i>downgrades</i>, ou seja, escolher por refeições mais baratas, você terá um desconto no valor final do pacote. Porém, não será disponibilizada para você a retirada do valor descontado no seu pacote alimentar.	Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições: Café da manhã; Colação; Almoço; Lanche da tarde I e II; Jantar e Ceia. Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar trocando uma ou mais refeições no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer <i>upgrades</i>, ou seja, escolher por refeições mais caras, você terá um aumento no valor final do pacote. Porém, caso deseje personalizar seu pacote você pagará pela diferença do valor aumentado no seu pacote alimentar.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

No cenário de *downgrade*, as refeições de alto custo foram apresentadas como incluídas no pacote alimentar e associadas a acréscimos de R\$ 0,00 (zero reais) no preço final, por outro lado, as refeições mais baratas foram apresentadas trazendo uma informação de economia (Figura 2). O inverso ocorreu no cenário de *upgrade*, onde refeições de baixo

¹⁷ A partir de uma pesquisa de preço realizada em restaurantes situados na Cidade de Catalão-Goiás, local onde a pesquisa ocorreu, ficou definido que o preço das refeições, no cenário de *upgrade*, almoço e jantar seriam de R\$ 17, 29 (dezesete reais e vinte e nove centavos). E, o preço das refeições café da manhã, colação, lanche da tarde I e II e ceia foi estabelecido, por conveniência, a metade do valor de R\$ R\$ 17, 29 (dezesete reais e vinte e nove centavos), sendo assim, o valor das demais refeições era de R\$ 8,64 (oito reais e sessenta e quatro centavos).

¹⁸ O acréscimo foi definido em 50% do valor de cada refeição, esses critérios foram estabelecidos por conveniência.

custo foram apresentadas como inclusas e também associadas a um valor de R\$ 0,00 (zero reais) ao preço final do pacote, porém, caso fosse realizado a escolha pela opção de troca, ou seja, a personalização do pacote, *upgrades*, a partir de refeições mais caras haveria acréscimos no preço final do pacote alimentar inicialmente apresentado (Figura 3).

Figura 2- Alternativa de escolha do cenário de *downgrade*

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00)	Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 3- Alternativa de escolha do cenário de *upgrade*

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00)	Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Os textos introdutórios disponíveis nos cenários de *downgrade* e *upgrade* também informavam ao participante que, no momento da simulação, além de ter recebido e ganhado uma promoção ele ainda poderia personalizar o pacote alimentar disponível com todas as refeições inclusas para um período de sete dias. O texto ainda indicava que o participante poderia trocar todas as opções disponíveis em cada refeição, alterar apenas algumas opções de refeições ou ainda manter o cardápio com as refeições apresentadas como inclusas, ou seja, não realizar nenhuma alteração. No entanto, ainda foi informado que, caso houvesse a personalização do pacote alimentar não seria disponibilizado a retirada do valor descontado e o suposto pagamento pelo valor aumentado, proveniente da personalização do pacote alimentar, seria de responsabilidade do participante.

3.6 Composição dos preços

Os preços das alternativas (refeições) foram definidos a partir de uma pesquisa de preço realizada em restaurantes situados na cidade de Catalão-Goiás. Primeiramente, foi realizada uma pesquisa online em busca dos restaurantes mais bem avaliados situados na cidade. Em seguida, foi realizado ligações em cada estabelecimento perguntando o preço da refeição. Em todos os estabelecimentos que disponibilizaram os valores das refeições percebe-se que, as refeições eram vendidas a quilo. Após a coleta dos preços foi realizada uma média aritmética, Tabela 1, com os valores das refeições e após esse cálculo foi utilizado à arbitrariedade por conveniência para estabelecer o preço das refeições de alto e baixo custo.

Tabela 1- Preços das refeições por (kg)

Restaurantes	Preço por kg
Restaurante I	R\$ 47,90
Restaurante II	R\$ 39,50
Restaurante III	R\$ 23,00
Restaurante IV	R\$ 49,90
Restaurante V	R\$ 36,50
Restaurante V I	R\$ 35,90
Restaurante VII	R\$ 36,90
Restaurante VIII	R\$ 35,99
Restaurante IX	R\$ 29,90
Restaurante X	R\$ 26,90
Restaurante XI	R\$ 34,90
Restaurante XII	R\$ 36,90
Restaurante XII	R\$ 29,99
Restaurante XIV	R\$ 27,50
Restaurante XV	R\$ 27,00
Valor médio	R\$ 34,58

Fonte: Pesquisa de Mercado (2019)

Após a realização do valor médio das refeições foi estabelecido que as refeições, consideradas de alto custo, almoço e jantar custariam R\$ 34,58 (trinta e quatro reais e cinquenta e oito centavos). E, o preço das refeições café da manhã, colação, lanche da tarde I e II e ceia foi estabelecido, por conveniência, a metade do valor de R\$ 34,58 (trinta e quatro reais e cinquenta e oito centavos), sendo assim, o valor dessas refeições foi de R\$ 17,29 (dezessete reais e vinte e nove centavos). E, para as refeições de baixo custo, almoço e jantar foram definidos o preço de R\$ 17,29 (dezessete reais e vinte e nove centavos). E, o preço das refeições café da manhã, colação, lanche da tarde I e II e ceia foi estabelecido, por conveniência, a metade do valor de R\$ R\$ 17,29 (dezessete reais e vinte e nove centavos), sendo assim, o valor das demais refeições era de R\$ 8,64 (oito reais e sessenta e quatro centavos). O acréscimo e/ou desconto foi definido em 50% do valor de cada refeição, esses critérios foram estabelecidos por conveniência. Cada refeição inclusa e/ou a opção de troca foram ilustradas por imagem. O Quadro 5 apresenta as imagens ilustrativas das alternativas de cada refeição apresentada na situação experimental.

Quadro 5 - Alternativas apresentadas no experimento

REFEIÇÕES	
REFEIÇÕES DE BAIXO CUSTO	REFEIÇÕES DE ALTO CUSTO
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade	Alimento/Medida caseira Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade
	

Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade 	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade 
Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Tomate (3 rodelas) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade 	Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade 

Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade 	Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade 
Lanche da Tarde II Alimento/Medida caseira Maçã (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade 	Lanche da Tarde II Alimento/Medida caseira Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade 

Jantar Alimento/Medida caseira Crepio de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodela) Suco de laranja natural (1 copo pequeno) Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00) 	Jantar Alimento/Medida caseira Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 
Ceia Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade 	Ceia Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade 

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Desta forma, o valor de cada pacote alimentar apresentado em ambos os cenários foram definidos de acordo com os valores estabelecidos nas refeições, a partir da pesquisa de preço realizada. A adoção destes critérios não descaracterizou o objetivo da pesquisa em questão, que buscou verificar o efeito de enquadramento na composição de pacotes alimentares.

3.7 Procedimentos de Análise de Dados

Os dados foram analisados utilizando o programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), versão 24.0, com o intuito de serem realizadas análises, através de estatísticas descritivas média, desvio padrão, mediana dentre outras, bem como, a distribuição de frequência, que auxiliem na verificação do comportamento de escolha dos sujeitos nas diversas situações experimentais que foram submetidos. Para a estatística inferencial foi realizado, para verificar as diferenças significativas na proporção de escolha entre as condições experimentais, permitindo mais generalidade aos resultados, os testes qui-quadrado, que testa as hipóteses de variáveis categóricas nominais e avalia, se existir, a associação entre elas; a ANOVA, que permite analisar se existe diferença significativa entre variáveis categóricas, divididas em grupos, comparando as médias das amostras intra e inter-grupo; o teste t de *Student*, quando assumido a normalidade da amostra, para comparar duas médias e a hipótese referente a elas; teste U de Mann-Whitney, que gera as mesmas respostas que o teste t, mas é usado para variáveis que não apresentam distribuição normal; e a correlação de Pearson, para avaliar o grau de relacionamento existente entre duas variáveis quantitativas.

Todos os dados ficaram registrados no *Software*, que foram exportados para uma planilha do *Microsoft Excel®* e posteriormente foram transportados para o *Statistical Package for Social Sciences – SPSS v. 24®*, através do qual foram realizadas as análises, das respostas que foram validadas com o auxílio de um experimentador, apresentadas a seguir. Houve uma padronização da escrita entre os tópicos aqui apresentados, visando facilitar a visualização das análises realizadas e sua posterior comparação entre elas.

4. RESULTADOS

4.1 O efeito de enquadramento de *upgrade* e *downgrade* independente da instrução recebida

A amostra pesquisada resultou em 359 respondentes distribuídos aleatoriamente em dois grupos experimentais, *upgrade* e *downgrade*, o primeiro com 196 participantes e o segundo com 163. O grupo *upgrade* apresentou uma média de idade de 26,4 anos, população predominantemente feminina (67,9%), solteira (68,8%), com uma renda de 2 a 4 salários mínimos (38,3%), sendo que 74,5% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal (46,4%), consideram que comem em quantidade normal (58,7%) e 36,7% são irregularmente ativos (Tabela 1.1).

Tabela 1.1: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *upgrade*

	Média ($\pm$ desvio-padrão)		
Idade	26,4 ($\pm$ 7,71) anos		
Peso	69,76 ($\pm$ 14,84) kg		
Altura	1,68 ($\pm$ 8,91) m		
		N	%
Gênero	Masculino	63	32,1
	Feminino	133	67,9
Escolaridade	Graduação	145	73,6
	Pós-Graduação	51	26,4
Estado Civil	Solteiro	135	68,8
	Casado	49	25
	Amasiado	9	4,6
	União Estável	3	1,5
Renda	Até 2 salários mínimos	64	32,7
	2 a 4 salários mínimos	75	38,3
	4 a 10 salários mínimos	50	25,5
	10 a 20 salários mínimos	7	3,6
Refeições	Rua	50	25,5
	Casa	146	74,5
Autoimagem	Normal	102	52
	Muito Magro	2	1
	Magro	33	16,8
	Gordo	51	26
	Muito Gordo	8	4,1
Quantidade de comida	Normal	115	58,7
	Pouco	15	7,7
	Muito	59	30,1
	Em excesso	7	3,6
	Sedentário	57	29,1
Atividade Física	Irregularmente Ativo	72	36,7
	Ativo	55	28,1
	Muito Ativo	12	6,1

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 69,76 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando assim um IMC médio de 24,7 kg/m², classificado como normal. O grupo *downgrade* apresentou uma

média de idade de 31,78 anos, população feminina (57,1%), estado civil solteiro (51,4%), com uma renda de até 2 salários mínimos (30,7%), sendo que 83,5% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal (42,9%), consideram que comem em quantidade normal (63,2%) e 44,2% são irregularmente ativos (Tabela 1.2).

Tabela 1.2: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *downgrade*

	Média (± desvio-padrão)		
Idade	31,78 (± 8,55) anos		
Peso	75,58 (± 17,01) kg		
Altura	1,69 (± 9,25) m		
		N	%
Gênero	Masculino	70	42,9
	Feminino	93	57,1
Escolaridade	Graduação	108	66,3
	Pós-Graduação	55	33,7
Estado Civil	Solteiro	84	51,4
	Casado	62	38
	Amasiado	15	9,2
Renda	União Estável	2	1,2
	Até 2 salários mínimos	50	30,7
	2 a 4 salários mínimos	48	29,4
	4 a 10 salários mínimos	49	30,1
	10 a 20 salários mínimos	16	9,8
Refeições	Rua	27	16,5
	Casa	136	83,5
	Normal	70	42,9
Autoimagem	Muito Magro	0	-
	Magro	22	13,5
	Gordo	66	40,5
	Muito Gordo	5	3,1
	Normal	103	63,2
Quantidade de comida	Pouco	7	4,3
	Muito	41	25,2
	Em excesso	12	7,4
Atividade Física	Sedentário	49	30,1
	Irregularmente Ativo	72	44,2
	Ativo	37	22,7
	Muito Ativo	5	3,1

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 75,58 kg, com uma altura de 1,69 m, apresentando assim um IMC médio de 26,5 kg/m², classificado como sobrepeso. O preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições, *upgrade* e *downgrade*, estão apresentados na Tabela 1.3.

Tabela 1.3: Preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Média (± Desvio-Padrão)	Erro padrão da média	Mediana	N
<i>Upgrade</i> (R\$)	645,38 (± 95,56)	6,77	604,94	196
<i>Downgrade</i> (R\$)	930,29 (± 136,13)	9,65	968,31	163

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os resultados indicam que os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram, em média, R\$ 284,91 a mais do que os consumidores submetidos ao cenário *upgrade*, o que representa 26,15% do preço do pacote final do cenário de *downgrade* e 52,33% do *upgrade*. Assumida a normalidade da distribuição da amostra, o teste t de *Student* revela que a diferença é estatisticamente significativa ($t = 23,75$; $p < 0,001$).

Quando a normalidade não é assumida a conclusão é a mesma, o teste U de Mann-Whitney sugere que a diferença entre os dois grupos experimentais é significativa ($p < 0,001$) e rejeita a hipótese nula. Portanto, os resultados oferecem suporte a hipótese de que o preço final no cenário de *downgrade* é mais alto, do que no cenário de *upgrade*.

Para o cenário de *upgrade* o teste ANOVA indicou que o preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, onde para o Café da Manhã ($F = 6,19$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 7,42$; $p < 0,001$), o Almoço ($F = 16,81$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 5,28$; $p < 0,001$), o Lanche II ($F = 4,86$; $p < 0,001$), a Janta ($F = 25,43$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 16,15$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$604,94. E para o cenário de *downgrade* o preço final também varia de acordo com todas as refeições, o Café da Manhã ($F = 7,14$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 8,58$; $p < 0,001$), o Almoço ($F = 33,48$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 3,91$; $p < 0,001$), o Lanche II ($F = 7,27$; $p < 0,001$), a Janta ($F = 29,92$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 7,14$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$1028,79.

A partir do teste de Qui-Quadrado relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário de *upgrade* o preço varia de acordo com a Altura ($\chi^2 = 873,8$; $p = 0,003$); ao Estado Civil ($\chi^2 = 329,52$; $p < 0,001$); e Idade ($\chi^2 = 718,48$; $p = 0,001$), mas não varia com as variáveis, Gênero ($\chi^2 = 21,57$; $p = 0,992$), Escolaridade ($\chi^2 = 474,83$; $p = 0,996$), Renda ($\chi^2 = 48,66$; $p = 0,998$), Peso ($\chi^2 = 1559,48$; $p = 0,857$), Autoimagem ($\chi^2 = 67,87$; $p = 0,994$) e Atividade Física ($\chi^2 = 56,56$; $p = 0,978$). E no cenário de *downgrade* existe diferença significativa apenas com a variável Estado Civil ($\chi^2 = 340,83$; $p = 0,018$), com as outras não houve diferença significativa, Idade ($\chi^2 = 779,07$; $p = 0,622$), Gênero ($\chi^2 = 42,04$; $p = 0,715$), Escolaridade ($\chi^2 = 364,26$; $p = 0,941$), Renda ($\chi^2 = 105,79$; $p = 0,232$), Altura ($\chi^2 = 784,61$; $p = 1$), Peso ($\chi^2 = 1673,3$; $p = 0,126$), Autoimagem ($\chi^2 = 94,14$; $p = 0,535$) e Atividade Física ($\chi^2 = 82,71$; $p = 0,831$).

A análise do preço final dos cenários é resultado das escolhas de troca de cada das sete refeições incluídas, saber o maior índice de troca de qual refeição eles optaram pode trazer outras informações relevantes sobre o comportamento do consumidor em relação a cada tipo de serviço, pois os preços das refeições são diferentes entre si. A versão superior de almoço e

janta é R\$ 17,29 mais cara do que a versão básica, e as demais refeições do pacote superior é R\$ 8,64 mais caro do que o pacote de refeições básico. Logo, o preço final do pacote é mais influenciado por algumas refeições do que por outras.

Desta forma, analisou-se a porcentagem pela opção de troca dos grupos experimentais (Tabela 1.4) e suas diferenças significativas em relação às escolhas de cada uma das refeições estudadas.

Tabela 1.4: Percentual de escolha de troca por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	24	36,8	0,535
Colação	17,3	37,4	0,394
Almoço	9,7	35,6	0,509
Lanche da Tarde I	27	27	0,153
Lanche da Tarde II	19,9	52,1	0,207
Jantar	11,7	33,1	0,013
Ceia	43,4	47,9	0,809

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário de *downgrade* do que no *upgrade*, com exceção da refeição Lanche da Tarde I (27%), a qual teve a mesma taxa de proporção de troca, o que pode ser explicado pela categorização da justificativa da alternativa mais marcante para o tipo de escolha, onde a maioria foi trocada devido a composição do prato, onde a maioria disse que não gosta de vitamina para a refeição Lanche I. As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontam que houve diferença significativa entre os cenários, apenas na refeição Jantar ($p = 0,013$), podendo inferir que a opção de troca para essa escolha foi mais relevante para os respondentes. Outra análise feita foi em relação a alternativa superior, o quanto que os respondentes optaram por essa opção, ou seja, a ocorrência de troca das alternativas predefinidas no cenário de *upgrade* e a manutenção das refeições no cenário de *downgrade* (Tabela 1.5).

Tabela 1.5: Percentual de escolha da alternativa superior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	24	63,2	0,535
Colação	17,3	62,6	0,394
Almoço	9,7	64,4	0,509
Lanche da Tarde I	27	73	0,153
Lanche da Tarde II	19,9	47,9	0,207
Jantar	11,7	66,9	0,013
Ceia	43,4	52,1	0,809

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário de *downgrade*, isto é, a diferença entre a proporção no cenário de *downgrade* e no cenário de *upgrade* foi negativa. Porém destaca-se que no cenário de *upgrade* a troca para uma opção superior no Almoço foi muito baixa (9,7%).

As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Os resultados apontam a mesma diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição Jantar ($p = 0,013$), indicando que para esse grupo experimental, essa refeição traz maior importância ao escolher uma opção superior.

Rejeita-se a hipótese nula de que a importância entre as opções são as mesmas apenas para o Jantar. Foi feito também a análise para a alternativa inferior, quantos respondentes optaram por manter a refeição no cenário de *upgrade* e trocar no *downgrade* (Tabela 1.6).

Tabela 1.6: Percentual de escolha da alternativa inferior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	76	36,8	0,535
Colação	82,7	37,4	0,387
Almoço	90,3	35,6	0,814
Lanche da Tarde I	73	27	0,153
Lanche da Tarde II	80,1	52,1	0,207
Jantar	88,3	33,1	0,013
Ceia	56,6	47,9	0,809

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário de *upgrade* do que no *downgrade*, mostrando uma tendência de permanência de cardápio. Contudo, a taxa de troca para uma opção inferior para a refeição Lanche II foi maior que 50%, o que chama a atenção para a justificativa predominante sobre a preferência pessoal para a maçã.

As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Os resultados apontam que houve diferença significativa entre os cenários, apenas

em relação à refeição Jantar ($p = 0,013$), onde observa-se que essa refeição traz maior importância na opção manter.

De acordo com os respondentes dessa amostra eles preferem a opção inclusa ao pacote por preferência pessoal, seja por achar essa opção mais saudável ou por não gostar da opção alternativa. Outra análise feita foi para a alternativa de não trocar, quantos respondentes optaram por manter a refeição em ambos cenários (Tabela 1.7).

Tabela 1.7: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	76	63,2	0,535
Colação	82,7	62,6	0,387
Almoço	90,3	64,4	0,814
Lanche da Tarde I	73	73	0,153
Lanche da Tarde II	80,1	47,9	0,207
Jantar	88,3	66,9	0,013
Ceia	56,6	52,1	0,809

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário de *upgrade*, exceto para a refeição Lanche da Tarde I (73%), que tiveram a mesma porcentagem em ambos cenários. As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontam que houve diferença significativa entre os cenários, somente no Jantar ($p = 0,013$). À vista disso, avaliou-se de forma descritiva a taxa de indivíduos que mantiveram o cardápio para ambos os cenários (Tabela 1.8).

Tabela 1.8: Percentual de escolha por manter ou não a refeição por grupo experimental

	Manteve			
	<i>Upgrade</i>		<i>Downgrade</i>	
	Sim (%)	Não (%)	Sim (%)	Não (%)
Café da Manhã	76	24	63,2	36,8
Colação	82,7	17,3	62,6	37,4
Almoço	90,3	9,7	64,4	35,6
Lanche da Tarde I	73	27	73	27
Lanche da Tarde II	80,1	19,9	47,9	52,1
Jantar	88,3	11,7	66,9	33,1
Ceia	56,6	43,4	52,1	47,9
Média	78,14	21,86	61,44	38,56

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

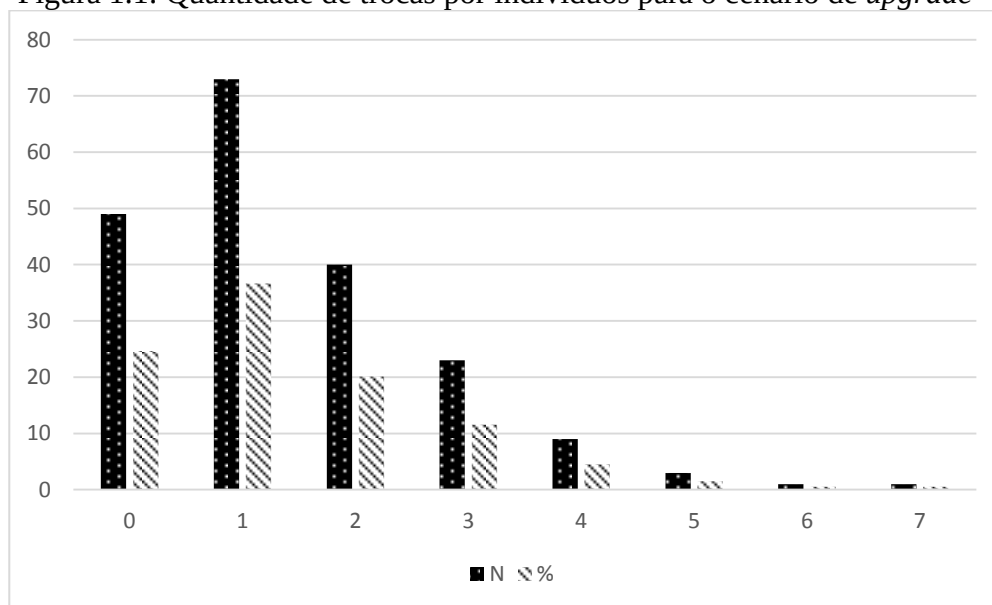
Nota-se que tanto para o cenário de *upgrade*, quanto para o *downgrade* a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo, exceto para o Lanche da Tarde II (47,9%) no

cenário de *downgrade*, esse valor pode ser explicado pela preferência pessoal ao cardápio alternativo apresentado. Na média geral, observa-se que o cenário de *upgrade* obteve a maior média de cardápio mantido (78,14%) e o *downgrade* apresentou a maior média para troca de refeição (38,56%), em relação ao cenário de *upgrade*.

Com isso, comparou-se a diferença estatística entre cada uma das refeições através do teste de correlação de Pearson, para observar a probabilidade de quais refeições são trocadas simultaneamente e notou-se que para o cenário de *upgrade* o Café da Manhã é estatisticamente significativo em relação à Colação ($p = 0,019$) e ao Lanche I ($p = 0,039$); a Colação tem diferença estatística com o Lanche 2 ($p = 0,001$); e o Lanche I se correlaciona com a Ceia ($p = 0,011$). Para o cenário de *downgrade* o Café da Manhã é estatisticamente significativo em relação a Colação ($p = 0,015$), ao Almoço ($p < 0,001$), ao Lanche I ($p = 0,036$), ao Lanche II ($p < 0,001$) e ao Jantar ($p < 0,001$); a Colação é estatisticamente significativo em relação ao Lanche I ($p = 0,01$), ao Lanche II ($p < 0,001$) e a Ceia ($p = 0,003$); o Almoço é estatisticamente significativo em relação ao Lanche II ($p < 0,001$) e ao Jantar ($p < 0,001$); o Lanche I tem diferença estatística com o Jantar ($p = 0,018$); e o Lanche II é estatisticamente significativo com o Jantar ($p < 0,001$).

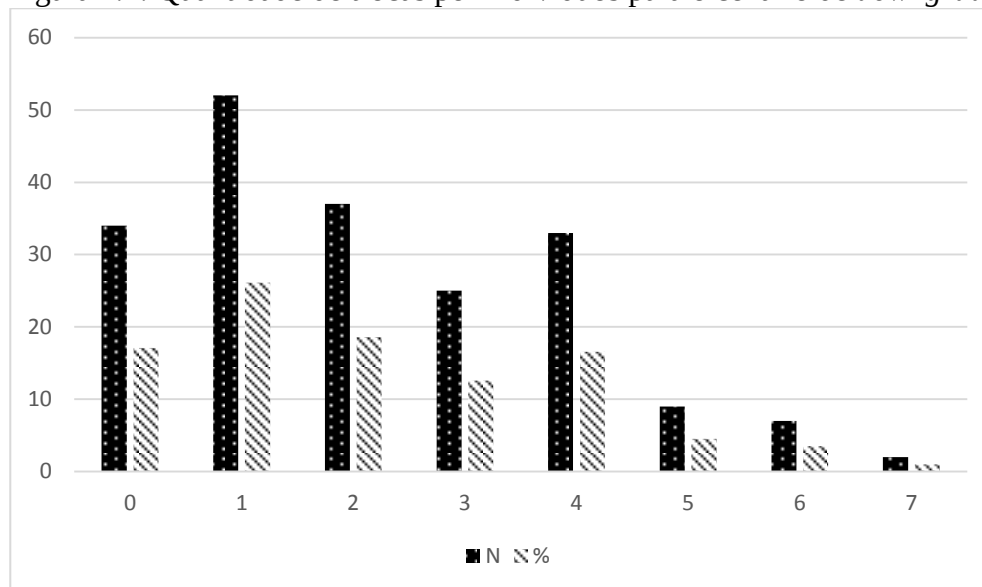
Por fim, foi feita uma avaliação de acordo com o tanto de trocas que os indivíduos fizeram por cenário (Figura 1.1 e 1.2).

Figura 1.1: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *upgrade*



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Figura 1.2: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *downgrade*



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A barra com pontinhos representa o número absoluto de quantidade de consumidores por trocas e, por sua vez, a barra com listras diagonais representa a porcentagem desse número. Constatou-se que houve pessoas que não fizeram nenhuma troca e que fizeram todas as trocas.

Nota-se também que esses dois cenários tem a mesma tendência, onde a maioria trocou apenas uma refeição. No cenário de *downgrade* houve maior número de trocas, com uma média de 2,18.

O cenário de *upgrade* obteve uma média de 1,44 trocas por refeição. Destaca-se que a maioria, cerca de 40% da amostra no cenário de *upgrade* e 30% no *downgrade*, tiveram um número de 0 trocas. Como visto, a composição do pacote de refeições pode potencialmente ter dois tipos de consequências.

De um lado, pode afetar a probabilidade de escolha das alternativas, e consequentemente o preço final do pacote. E de outro, a satisfação do consumidor com o processo e o resultado de sua escolha.

Logo, é relevante investigar as justificativas dos consumidores em relação a troca ou não dos cardápios. Para mensurar a satisfação dos participantes com o processo e o resultado da escolha foi feito uma análise quantitativa descritiva das opções de justificativa (Tabela 1.9).

Tabela 1.9: Justificativa geral das escolhas de troca ou não dos consumidores por cenário

Justificativa	N		Média
	<i>Upgrade</i>	<i>Downgrade</i>	
Certificação da Qualidade	20	27	23,5
Preço	51	22	36,5
Composição do Prato	164	141	152,5
Por já estar incluso no pacote	37	14	25,5
Valor Calórico	22	23	22,5

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que a justificativa mais predominante foi a composição do prato com uma média de 152,5 consumidores que fizeram sua escolha segundo esse critério. Outro dado que chama atenção foi em relação ao preço, essa variável influenciou mais os consumidores submetidos ao pacote da opção inferior de cardápio (51), o cenário de *upgrade*, em relação ao total da amostra, sabendo que um sujeito tinha a oportunidade de colocar mais de uma justificativa.

Conclui-se, então, que o grupo *upgrade* apresentou uma média de idade de 26,4 anos, população feminina, solteira, com uma renda de 2 a 4 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem autoimagem normal, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 69,76 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando um IMC normal. O grupo *downgrade* apresentou uma média de idade de 31,78 anos, população feminina, solteira, com uma renda de até 2 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem uma autoimagem normal, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 75,58 kg, com uma altura de 1,69 m, apresentando um IMC de sobrepeso.

Os consumidores do cenário de *downgrade* gastam mais do que do cenário de *upgrade*. O preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, em ambos cenários.

No cenário de *upgrade* o preço varia de acordo com a Altura, ao Estado Civil e com a Idade e no cenário de *downgrade* existe diferença significativa apenas com a variável Estado Civil. E, para ambos os cenários, os consumidores tiveram maior preferência em manter as refeições inclusas dos pacotes apresentados.

4.2 O efeito do enquadramento de *upgrade* e *downgrade* com os consumidores que não receberam instrução (Grupo Controle)

A amostra pesquisada resultou em 113 respondentes distribuídos aleatoriamente em dois grupos experimentais, *upgrade* e *downgrade* sem instrução, o primeiro com 57

participantes e o segundo com 56. O grupo *upgrade* sem instrução apresentou uma média de idade de 26,98 anos, população predominantemente feminina (73,7%), solteira (54,4%) com uma renda de até 2 salários mínimos (35,1%), sendo que 71,93% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal (49,1%), consideram que comem em quantidade normal (64,9%) e 36,8% são irregularmente ativos (Tabela 2.1).

Tabela 2.1: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *upgrade* sem instrução

	Média ($\pm$ desvio-padrão)		
Idade	26,98 ($\pm$ 7,86) anos		
Peso	68,57 ($\pm$ 15,15) kg		
Altura	1,68 ($\pm$ 9,05) m		
		N	%
Gênero	Masculino	15	26,3
	Feminino	42	73,7
Escolaridade	Graduação	43	75,44
	Pós-Graduação	14	24,56
Estado Civil	Solteiro	31	54,4
	Casado	21	36,8
	Amasiado	3	5,3
Renda	União Estável	2	3,6
	Até 2 salários mínimos	20	35,1
	2 a 4 salários mínimos	19	33,3
	4 a 10 salários mínimos	16	28,1
Refeições	10 a 20 salários mínimos	2	3,5
	Rua	16	28,07
	Casa	41	71,93
Autoimagem	Normal	28	49,1
	Muito Magro	0	-
	Magro	10	17,5
	Gordo	17	29,8
	Muito Gordo	2	3,5
Quantidade de comida	Normal	37	64,9
	Pouco	4	7
	Muito	15	26,3
	Em excesso	1	1,8
Atividade Física	Sedentário	19	33,3
	Irregularmente Ativo	21	36,8
	Ativo	14	24,6
	Muito Ativo	3	5,3

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 68,57 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando assim um IMC médio de 24,29 kg/m², classificado como normal. O grupo *downgrade* sem instrução apresentou uma média de idade de 32,04 anos, população feminina (60,7%), solteira (48,3%) com uma renda de até 2 salários mínimos (41,1%), sendo que 82,1% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal e gordo (44,6%), consideram que comem em quantidade normal (62,5%) e 37,5% são irregularmente ativos (Tabela 2.2).

Tabela 2.2: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *downgrade* sem instrução

	Média ($\pm$ desvio-padrão)	N	%
Idade	32,04 ($\pm$ 8,87) anos		
Peso	74,62 ($\pm$ 15,14) kg		
Altura	1,67 ($\pm$ 10,47) m		
Gênero	Masculino	22	39,3
	Feminino	34	60,7
Escolaridade	Graduação	45	80,5
	Pós-Graduação	11	19,7
Estado Civil	Solteiro	27	48,3
	Casado	20	35,7
	Amasiado	8	14,3
	União Estável	1	1,8
Renda	Até 2 salários mínimos	23	41,1
	2 a 4 salários mínimos	16	28,6
	4 a 10 salários mínimos	11	19,6
	10 a 20 salários mínimos	6	10,7
Refeições	Rua	10	17,9
	Casa	46	82,1
Autoimagem	Normal	25	44,6
	Muito Magro	0	-
	Magro	6	10,7
	Gordo	25	44,6
	Muito Gordo	0	-
	Normal	35	62,5
Quantidade de comida	Pouco	4	7,1
	Muito	14	25
	Em excesso	3	5,4
	Sedentário	18	32,1
Atividade Física	Irregularmente Ativo	21	37,5
	Ativo	17	30,4
	Muito Ativo	0	-

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 74,62 kg, com uma altura de 1,67 m, apresentando assim um IMC médio de 26,76 kg/m², classificado como sobrepeso. O preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições, *upgrade* e *downgrade*, estão apresentados na Tabela 2.3.

Tabela 2.3: Preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Média ($\pm$ Desvio-Padrão)	Erro padrão da média	Mediana	N
<i>Upgrade</i> (R\$)	658,01 ($\pm$ 114,93)	15,22	604,94	56
<i>Downgrade</i> (R\$)	975,72 ($\pm$ 114,93)	15,22	1028,79	57

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os resultados indicam que os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram, em média, R\$ 317,71 a mais do que os consumidores submetidos ao cenário de *upgrade*, o que representa 29,17% do preço do pacote final do cenário de *downgrade* e

58,35% do *upgrade*. Assumida a normalidade da distribuição da amostra, o teste t de *Student* revela que a diferença é estatisticamente significativa ($t = 10,44$; $p < 0,001$).

Quando a normalidade não é assumida a conclusão é a mesma, o teste U de Mann-Whitney sugere que a diferença entre os dois grupos experimentais é significativa ($p < 0,001$) e rejeita a hipótese nula. Portanto, os resultados oferecem suporte a hipótese de que o preço final no cenário de *downgrade* é mais alto, do que no cenário de *upgrade*.

Para o cenário de *upgrade* sem instrução o teste ANOVA indicou que o preço final do pacote varia em função de todas as refeições, onde para o Café da Manhã ($F = 7,2$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 8,59$; $p < 0,001$), o Almoço ($F = 10,68$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 2,71$; $p = 0,006$), o Lanche II ($F = 2,43$; $p = 0,013$), a Janta ($F = 15,42$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 9,21$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$544,46. E para o cenário de *downgrade* o preço final também varia de acordo com todas as refeições, o Café da Manhã ($F = 5,86$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 7,31$; $p < 0,001$), o Almoço ($F = 8,01$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 3,17$; $p = 0,002$), o Lanche II ($F = 3,99$; $p < 0,001$), a Janta ($F = 11,92$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 5,26$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$1089,27.

A partir do teste de Qui-Quadrado relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário de *upgrade* sem instrução o preço varia de acordo apenas com a Escolaridade ($\chi^2 = 126,74$; $p = 0,027$), sendo que quem tem apenas graduação gasta R\$ 28,44 a mais de quem tem pós-graduação, para as outras variáveis não apresentou diferença estatística Idade ($\chi^2 = 328,02$; $p = 0,207$), Gênero ($\chi^2 = 23,19$; $p = 0,057$), Renda ($\chi^2 = 42,17$; $p = 0,464$), Estado Civil ($\chi^2 = 35,5$; $p = 0,985$), Altura ($\chi^2 = 283,78$; $p = 1$), Peso ($\chi^2 = 521,2$; $p = 0,771$), Autoimagem ($\chi^2 = 33,29$; $p = 0,829$) e Atividade Física ($\chi^2 = 112,4$; $p = 0,152$). E no cenário de *downgrade* nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica se relacionam com o preço final, Idade ($\chi^2 = 354,02$; $p = 0,445$), Gênero ($\chi^2 = 10,92$; $p = 0,996$), Escolaridade ($\chi^2 = 107,35$; $p = 0,727$), Renda ($\chi^2 = 39,84$; $p = 0,891$), Estado Civil ($\chi^2 = 68,54$; $p = 0,962$), Altura ($\chi^2 = 297,81$; $p = 0,982$), Peso ($\chi^2 = 460,72$; $p = 0,14$), Autoimagem ($\chi^2 = 19,5$; $p = 0,996$) e Atividade Física ($\chi^2 = 35,85$; $p = 0,614$).

A análise do preço final dos cenários é resultado das escolhas de troca de cada das sete refeições incluídas, saber o maior índice de troca de qual refeição eles optaram pode trazer outras informações relevantes sobre o comportamento do consumidor em relação a cada tipo de serviço, pois os preços das refeições são diferentes entre si. A versão superior de almoço e janta é R\$ 17,29 mais cara do que a versão básica, e as demais refeições do pacote superior é

R\$ 8,64 mais caro do que o pacote de refeições básico. Logo, o preço final do pacote é mais influenciado por algumas refeições do que por outras.

Desta forma, analisou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 2.4) e suas diferenças significativas em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas. A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário de *downgrade* do que no *upgrade*, com exceção das refeições Lanche da Tarde I (29,8%) e Ceia (49,1%), o que pode ser explicado pela categorização da justificativa da alternativa mais marcante para o tipo de escolha, onde a maioria foi trocada devido a composição do prato.

Tabela 2.4: Percentual de escolha de troca por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	22,8	46,4	0,86
Colação	21,1	48,2	0,44
Almoço	10,5	35,7	0,934
Lanche da Tarde I	29,8	25	0,794
Lanche da Tarde II	22,8	57,1	0,254
Jantar	12,3	37,5	0,366
Ceia	49,1	42,9	0,529

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Contudo, destaca-se que, nessas refeições, suas diferenças entre os cenários são pequenas, visto que, no cenário de *downgrade* apresentaram uma porcentagem de 25% e 42,9%, respectivamente. As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Contudo, os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição, por isso, como a diferença não é estatisticamente significativa, nenhuma interpretação deve ser feita. Outra análise feita foi em relação a alternativa superior, o quanto que os respondentes optaram por essa opção, ou seja, a ocorrência de troca das alternativas predefinidas no cenário de *upgrade* e a manutenção das refeições no cenário de *downgrade* (Tabela 2.5).

Tabela 2.5: Percentual de escolha da alternativa superior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	22,8	53,6	0,86
Colação	21,1	51,8	0,44
Almoço	10,5	64,3	0,934
Lanche da Tarde I	29,8	75	0,794
Lanche da Tarde II	22,8	42,9	0,254
Jantar	12,3	62,5	0,366
Ceia	49,1	57,1	0,529

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário de *downgrade*, fazendo com que a diferença entre a proporção no cenário de *downgrade* e no cenário de *upgrade* seja negativa. A refeição Almoço e Jantar, no cenário de *upgrade*, chama bastante atenção, pois apenas 10,5% e 12,3% da amostra, respectivamente, escolheram a opção superior.

As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação as refeições, por isso não cabe nenhuma interpretação.

Foi feito também a análise para a alternativa inferior, quantos respondentes optaram por manter a refeição no cenário de *upgrade* e trocar no *downgrade* (Tabela 2.6). A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário de *upgrade* do que no *downgrade*, mostrando uma tendência de permanência de cardápio, porém nota-se uma disparidade maior entre os cenários para a refeição Lanche da Tarde I (25%).

Tabela 2.6: Percentual de escolha da alternativa inferior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	p-valor
Café da Manhã	77,2	46,4	0,86
Colação	78,9	48,2	0,44
Almoço	89,5	35,7	0,931
Lanche da Tarde I	70,2	25	0,794
Lanche da Tarde II	77,2	57,1	0,254
Jantar	87,7	37,5	0,366
Ceia	50,9	42,9	0,529

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição, por isso, como a diferença não é estatisticamente significativa, nenhuma interpretação deve ser feita.

Outra análise feita foi para a alternativa de não trocar, quantos respondentes optaram por manter a refeição em ambos cenários (Tabela 2.7). A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário de *upgrade*, exceto para as refeições Lanche da Tarde I (75%) e Ceia (57,1%).

Tabela 2.7: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade</i> (%)	<i>Downgrade</i> (%)	p-valor
Café da Manhã	77,2	53,6	0,86
Colação	78,9	51,8	0,44
Almoço	89,5	64,3	0,931
Lanche da Tarde I	70,2	75	0,794
Lanche da Tarde II	77,2	42,9	0,254
Jantar	87,7	62,5	0,366
Ceia	50,9	57,1	0,529

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação a nenhuma refeição, por isso não se pode fazer interpretações.

À vista disso, avaliou-se de forma descritiva a taxa de indivíduos que mantiveram o cardápio para ambos os cenários sem instrução (Tabela 2.8). Nota-se que tanto para o cenário de *upgrade*, quanto para o *downgrade* sem instrução, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo, exceto para o Lanche da Tarde II (57,1%) no cenário de *downgrade*, devido ao maior índice de preferência pessoal ao cardápio alternativo apresentado.

Tabela 2.8: Percentual de escolha por manter ou não a refeição por grupo experimental

	Manteve			
	<i>Upgrade</i>		<i>Downgrade</i>	
	Sim (%)	Não (%)	Sim (%)	Não (%)
Café da Manhã	77,2	22,8	53,6	46,4
Colação	78,9	21,1	51,8	48,2
Almoço	89,5	10,5	64,3	35,7
Lanche da Tarde I	70,2	29,8	75	25
Lanche da Tarde II	77,2	22,8	42,9	57,1
Jantar	87,7	12,3	62,5	37,5
Ceia	50,9	49,1	57,1	42,9
Média	75,94	24,06	58,17	41,83

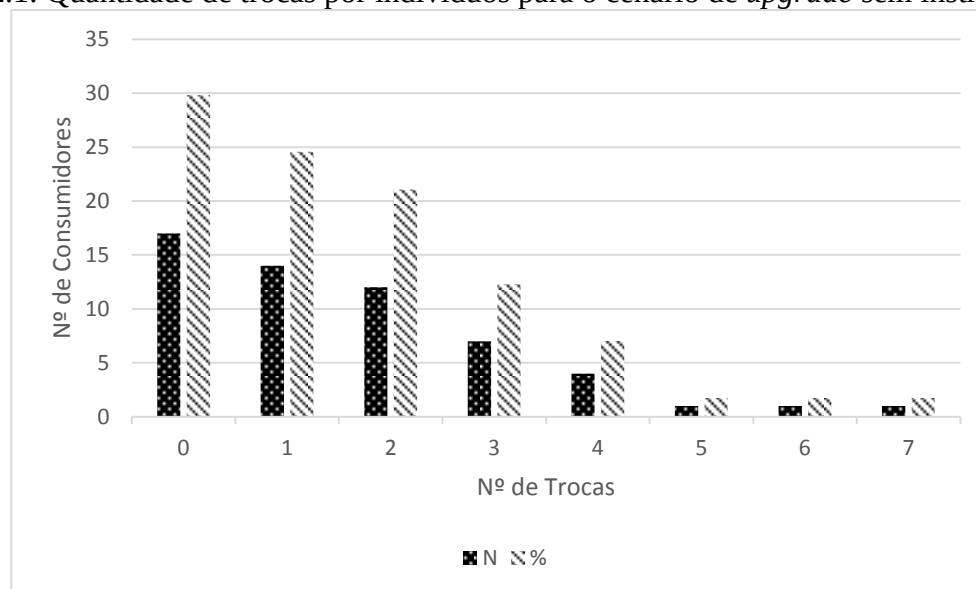
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando analisado a média de troca, nota-se que o cenário de *downgrade* apresentou uma média (41,83%), e quando comparado à permanência do cardápio respectivo ao pacote os consumidores submetidos ao cenário de *upgrade* apresentaram maior média (75,94%).

Com isso, comparou-se a diferença estatística entre cada uma das refeições através do teste de correlação de Pearson, para observar a probabilidade de quais refeições são trocadas simultaneamente e notou-se que para o cenário de *upgrade* sem instrução o Café da Manhã é estatisticamente significativo em relação à Colação ($p < 0,001$), ao Lanche I ($p = 0,031$), ao Lanche II ($p = 0,022$) e a Ceia ($p = 0,022$); a Colação é estatisticamente significativa em relação ao Lanche I ($p = 0,015$), ao Lanche II ($p = 0,011$) e a Janta ($p = 0,044$); o Lanche I é estatisticamente significativo em relação à Ceia ($p = 0,035$); o Lanche I é estatisticamente significativo em relação à Janta ($p = 0,007$); e a Janta é estatisticamente significativa em relação à Ceia ($p = 0,039$).

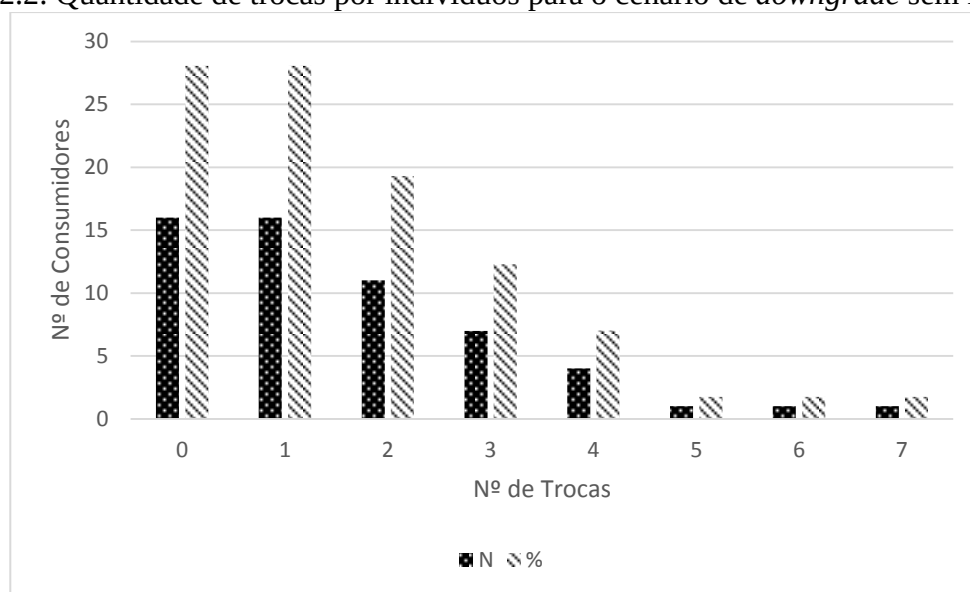
Para o cenário de *downgrade* sem instrução o Café da Manhã é estatisticamente significativo em relação a Colação ($p < 0,001$), ao Lanche I ($p = 0,031$), ao Lanche II ($p = 0,022$) e a Ceia ($p = 0,022$); a Colação é estatisticamente significativa em relação ao Lanche I ($p = 0,015$), ao Lanche II ($p = 0,011$) e a Ceia ($p = 0,044$); o Lanche I é estatisticamente significativo em relação a Ceia ($p = 0,035$); e a Janta é estatisticamente significativa em relação a Ceia ($p = 0,039$). Por fim, foi feita uma avaliação de acordo com o tanto de trocas que os indivíduos fizeram por cenário (Figura 2.1 e 2.2).

Figura 2.1: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *upgrade* sem instrução



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Figura 2.2: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *downgrade* sem instrução



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A barra com pontinhos representa o número absoluto de quantidade de consumidores por trocas e, por sua vez, a barra com listras diagonais representa a porcentagem desse número. Constatou-se que houve pessoas que não fizeram nenhuma troca e que fizeram todas as trocas, dado esse representado pelo eixo y do gráfico, para ambos os cenários.

Nota-se também que esses dois cenários tem a mesma tendência de decréscimo, com apenas diferença na dimensão das amostras, onde apresentaram a mesma média de 1,63 trocas por refeição, destaca-se que a maioria, aproximadamente 30% da amostra, tiveram um número de 0 trocas. Como visto, a composição do pacote de refeições pode potencialmente ter dois tipos de consequências.

De um lado, pode afetar a probabilidade de escolha das alternativas, e consequentemente o preço final do pacote. E de outro, a satisfação do consumidor com o processo e o resultado de sua escolha.

Logo, é relevante investigar as justificativas dos consumidores em relação a troca ou não dos cardápios. Para mensurar a satisfação dos participantes com o processo e o resultado da escolha foi feito uma análise quantitativa descritiva das opções de justificativa (Tabela 2.9).

Tabela 2.9: Justificativa geral das escolhas de troca ou não dos consumidores por cenário

Justificativa	N		Média
	<i>Upgrade</i>	<i>Downgrade</i>	
Certificação da Qualidade	8	10	9
Preço	18	8	13
Composição do Prato	48	46	47
Por já estar incluso no pacote	14	7	10,5
Valor Calórico	6	8	7

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que a justificativa mais predominante foi a composição do prato com uma média de 47 consumidores que fizeram sua escolha segundo esse critério. Outro dado que chama atenção foi em relação ao preço, essa variável influenciou mais os consumidores submetidos ao pacote inferior (18), isto é o cenário de *upgrade*, em relação ao total da amostra, sabendo que um sujeito tinha a oportunidade de colocar mais de uma justificativa.

Conclui-se, então, que o grupo de *upgrade* apresentou uma média de idade de 26,98 anos, população feminina, solteira, com uma renda de até 2 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem autoimagem normal, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 68,57 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando um IMC normal. O grupo de *downgrade* apresentou uma média de idade de 32,04 anos, população feminina, solteira, com uma renda de até 2 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem uma autoimagem normal e gordo, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 74,62 kg, com uma altura de 1,67 m, apresentando um IMC de sobrepeso.

Os consumidores do cenário de *downgrade* gastam mais do que do cenário de *upgrade*. O preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, em ambos cenários.

Em relação aos dados sociodemográficos e antropométricos, no cenário de *upgrade* o preço varia de acordo com a Escolaridade e no cenário de *downgrade* não existe diferença significativa com nenhuma variável. E, para ambos os cenários, os consumidores tiveram maior preferência em manter as refeições inclusas dos pacotes apresentados, contudo teve mais trocas de refeições no cenário de *downgrade*.

4.3 O efeito do enquadramento de *upgrade* e *downgrade* com os consumidores que receberam instrução específica

A amostra pesquisada resultou em 125 respondentes distribuídos aleatoriamente em dois grupos experimentais, *upgrade* e *downgrade* com instrução específica, o primeiro com 70 participantes e o segundo com 55. O grupo *upgrade* com instrução específica apresentou uma média de idade de 25,93 anos, população predominantemente feminina (67,1%), solteira (81,3%) com uma renda de 2 a 4 salários mínimos (47,1%), sendo que 73% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal (61,4%), consideram que comem em quantidade normal (55,7%) e 34,3% são irregularmente ativos (Tabela 3.1).

Tabela 3.1: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *upgrade* com instrução específica

	Média (± desvio-padrão)		
Idade	25,93 (± 7,9) anos		
Peso	70,22 (± 14,6) kg		
Altura	1,68 (± 9,11) m		
		N	%
Gênero	Masculino	23	32,9
	Feminino	47	67,1
Escolaridade	Graduação	50	71,3
	Pós-Graduação	20	28,6
Estado Civil	Solteiro	57	81,3
	Casado	9	12,9
	Amasiado	3	4,3
	União Estável	1	1,4
Renda	Até 2 salários mínimos	22	31,4
	2 a 4 salários mínimos	33	47,1
	4 a 10 salários mínimos	14	20
	10 a 20 salários mínimos	1	1,4
Refeições	Rua	19	27
	Casa	51	73
	Normal	43	61,4
Autoimagem	Muito Magro	0	-
	Magro	10	14,3
	Gordo	13	18,6
	Muito Gordo	4	5,7
Quantidade de comida	Normal	39	55,7
	Pouco	5	7,1
	Muito	23	32,9
	Em excesso	3	4,3
Atividade Física	Sedentário	21	30
	Irregularmente Ativo	24	34,3
	Ativo	21	30
	Muito Ativo	4	5,7

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 70,22 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando assim um IMC médio de 24,88 kg/m², classificado como normal. O grupo *downgrade* com instrução

específica apresentou uma média de idade de 34,06 anos, população feminina (56,4%), estado civil relativamente homogêneo com maioria de solteiros (49%) com uma renda de 4 a 10 salários mínimos (38,2%), sendo que 85,5% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem gorda (41,8%), consideram que comem em quantidade normal (60%) e 47,3% são irregularmente ativos (Tabela 3.2).

Tabela 3.2: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *downgrade* com instrução específica

	Média ($\pm$ desvio-padrão)		
Idade	34,06 ($\pm$ 8,3) anos		
Peso	78,83 ($\pm$ 20,6) kg		
Altura	1,69 ($\pm$ 8,39) m		
		N	%
Gênero	Masculino	24	43,6
	Feminino	31	56,4
Escolaridade	Graduação	30	55,5
	Pós-Graduação	25	45,5
Estado Civil	Solteiro	27	49
	Casado	22	40
	Amasiado	5	9,1
	União Estável	1	1,8
Renda	Até 2 salários mínimos	18	32,7
	2 a 4 salários mínimos	13	23,6
	4 a 10 salários mínimos	21	38,2
	10 a 20 salários mínimos	3	5,5
Refeições	Rua	8	14,5
	Casa	47	85,5
	Normal	22	40
Autoimagem	Muito Magro	0	-
	Magro	7	12,7
	Gordo	23	41,8
	Muito Gordo	3	5,5
Quantidade de comida	Normal	33	60
	Pouco	4	7,1
	Muito	16	29,1
	Em excesso	5	9,1
Atividade Física	Sedentário	17	30,9
	Irregularmente Ativo	26	47,3
	Ativo	9	16,4
	Muito Ativo	3	5,5

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 78,83 kg, com uma altura de 1,69 m, apresentando assim um IMC médio de 27,6 kg/m², classificado como sobrepeso. O preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições, *upgrade* e *downgrade*, estão apresentados na Tabela 3.3.

Tabela 3.3: Preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Média ($\pm$ Desvio-Padrão)	Erro padrão da média	Mediana	N
<i>Upgrade</i> (R\$)	653,51 ($\pm$ 85,32)	10,12	665,42	55
<i>Downgrade</i> (R\$)	921,42 ($\pm$ 140,29)	16,65	968,31	70

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os resultados indicam que os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram, em média, R\$ 267,91 a mais do que os consumidores submetidos ao cenário de *upgrade*, o que representa 24,59% do preço do pacote final do cenário de *downgrade* e 49,21% do *upgrade*. Assumida a normalidade da distribuição da amostra, o teste t de *Student* revela que a diferença é estatisticamente significativa ($t = 12,86$; $p < 0,001$).

Quando a normalidade não é assumida a conclusão é a mesma, o teste U de Mann-Whitney sugere que a diferença entre os dois grupos experimentais é significativa ($p < 0,001$) e rejeita a hipótese nula. Portanto, os resultados oferecem suporte a hipótese de que o preço final no cenário de *downgrade* é mais alto, do que no cenário de *upgrade*.

Para o cenário de *upgrade* com instrução específica o teste ANOVA indicou que o preço final do pacote varia em função de todas as refeições, onde para o Café da Manhã ($F = 3,13$; $p = 0,002$), a Colação ($F = 3,49$; $p = 0,001$), o Almoço ($F = 23,25$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 3,63$; $p < 0,001$), o Lanche II ($F = 2,87$; $p = 0,004$), a Janta ($F = 55,41$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 11,54$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$604,94. E para o cenário de *downgrade* o preço final também varia de acordo com todas as refeições, Café da Manhã ($F = 4,77$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 3,09$; $p = 0,001$), o Almoço ($F = 29,33$; $p < 0,001$), Lanche I ($F = 5,76$; $p < 0,001$), o Lanche II ($F = 3,75$; $p < 0,001$), a Janta ($F = 29,33$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 3,72$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$1028,79.

A partir do teste de Qui-Quadrado relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário de *upgrade* com instrução específica o preço varia de acordo com a Idade ($\chi^2 = 308,15$; $p = 0,009$) e a Renda ($\chi^2 = 100,17$; $p < 0,001$), para as outras variáveis não apresentou diferença estatística Gênero ($\chi^2 = 10,92$; $p = 0,99$), Escolaridade ($\chi^2 = 165,87$; $p = 0,532$), Estado Civil ($\chi^2 = 98,31$; $p = 0,416$), Altura ($\chi^2 = 298,76$; $p = 0,839$), Peso ($\chi^2 = 532$; $p = 0,722$), Autoimagem ($\chi^2 = 48$; $p = 0,473$) e Atividade Física ($\chi^2 = 49,37$; $p = 0,418$). E no cenário de *downgrade* existe diferença significativa com as variáveis Renda ($\chi^2 = 121,73$; $p = 0,001$) e Estado Civil ($\chi^2 = 227,13$; $p = 0,003$), mas para as outras variáveis não apresentou diferença estatística significativa, Idade ($\chi^2 = 391,58$; $p = 0,595$), Gênero ($\chi^2 = 43,1$; $p = 0,262$), Escolaridade ($\chi^2 = 180,93$; $p = 0,287$),

Altura ($x^2 = 498,27$; $p = 0,222$), Peso ($x^2 = 718,56$; $p = 0,716$), Autoimagem ($x^2 = 67,1$; $p = 0,757$) e Atividade Física ($x^2 = 58,16$; $p = 0,936$).

A análise do preço final dos cenários é resultado das escolhas de troca de cada das sete refeições incluídas, saber o maior índice de troca de qual refeição eles optaram pode trazer outras informações relevantes sobre o comportamento do consumidor em relação a cada tipo de serviço, pois os preços das refeições são diferentes entre si. A versão superior de almoço e janta é R\$ 17,29 mais cara do que a versão básica, e as demais refeições do pacote superior é R\$ 8,64 mais caro do que o pacote de refeições básico.

Logo, o preço final do pacote é mais influenciado por algumas refeições do que por outras. Desta forma, analisou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 3.4) e suas diferenças significativas em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas.

Tabela 3.4: Percentual de escolha de troca por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	34,3	34,5	0,001
Colação	18,6	32,7	0,762
Almoço	7,1	30,9	0,275
Lanche da Tarde I	25,7	21,8	0,292
Lanche da Tarde II	18,6	43,6	0,403
Jantar	14,3	34,5	0,192
Ceia	50	47,3	0,88

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário de *downgrade* do que no *upgrade*, com exceção das refeições Lanche da Tarde I (25,7%) e Ceia (50%), o que pode ser explicado pela categorização da justificativa da alternativa mais marcante para o tipo de escolha, onde a maioria foi trocada devido a composição do prato, afirmando que não gosta de vitamina para a refeição Lanche I e de chá para a refeição Ceia. As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontam que houve diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição Café da Manhã, o que permite inferir que para essa refeição a troca foi relevante. Outra análise feita foi em relação à alternativa superior, o quanto que os respondentes optaram por essa opção, ou seja, a ocorrência de troca das alternativas predefinidas no cenário de *upgrade* e a manutenção das refeições no cenário de *downgrade* (Tabela 3.5).

Tabela 3.5: Percentual de escolha da alternativa superior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	34,3	65,5	0,001
Colação	18,6	67,3	0,762
Almoço	7,1	58,2	0,275
Lanche da Tarde I	25,7	78,2	0,292
Lanche da Tarde II	18,6	56,4	0,403
Jantar	14,3	65,5	0,192
Ceia	50	52,7	0,88

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário de *downgrade*, ou seja, a diferença entre a proporção no cenário de *downgrade* e no cenário de *upgrade* foi negativa. Destaca-se que mesmo os consumidores optando por um cardápio de preço inferior no cenário de *upgrade*, as escolhas de troca para um cardápio mais superior foram pequenas para o Almoço (7,1%), e mesmo assim a diferença entre os cenários não foi significativa ($p = 0,275$). As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontaram diferença significativa entre os cenários, apenas em relação a refeição Café da Manhã ($p = 0,001$), indicando que para esse grupo experimental, essa refeição traz maior importância ao escolher uma opção superior. Foi feito também a análise para a alternativa inferior, quantos respondentes optaram por manter a refeição no cenário de *upgrade* e trocar no *downgrade* (Tabela 3.6).

Tabela 3.6: Percentual de escolha da alternativa inferior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	78,6	34,5	0,001
Colação	82,9	32,7	0,888
Almoço	92,9	30,9	0,275
Lanche da Tarde I	74,3	21,8	0,292
Lanche da Tarde II	81,4	43,6	0,403
Jantar	85,7	34,5	0,192
Ceia	50	47,3	0,88

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário de *upgrade* do que no *downgrade*, mostrando uma tendência de permanência de cardápio, contudo a diferença da escolha para uma alternativa inferior foi pequena para a refeição Ceia entre os cenários, de apenas 2,7%, mostrando que para os consumidores do cenário de *downgrade*, não fez

diferença a escolha inicial superior. As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontam que houve diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição Café da Manhã, indicando que essa refeição continua sendo relevante, também na escolha da opção inferior. Outra análise feita foi para a alternativa de não trocar, quantos respondentes optaram por manter a refeição em ambos cenários (Tabela 3.7).

Tabela 3.7: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	78,6	65,5	0,001
Colação	82,9	67,3	0,888
Almoço	92,9	58,2	0,275
Lanche da Tarde I	74,3	78,2	0,292
Lanche da Tarde II	81,4	56,4	0,403
Jantar	85,7	65,5	0,192
Ceia	50	52,7	0,88

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário de *upgrade*, exceto para as refeições Lanche da Tarde I (78,2%) e Ceia (52,7%). As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados apontam que também houve diferença significativa entre os cenários, no Café da Manhã, concluindo que essa refeição foi relevante para todas as análises referente ao grupo com instrução específica.

À vista disso, avaliou-se de forma descritiva a taxa de indivíduos que mantiveram o cardápio para ambos os cenários com instrução específica (Tabela 3.8).

Tabela 3.8: Percentual de escolha por manter ou não a refeição por grupo experimental

	Manteve			
	<i>Upgrade</i>		<i>Downgrade</i>	
	Sim (%)	Não (%)	Sim (%)	Não (%)
Café da Manhã	78,6	34,3	65,5	34,5
Colação	82,9	18,6	67,3	32,7
Almoço	92,9	7,1	58,2	30,9
Lanche da Tarde I	74,3	25,7	78,2	21,8
Lanche da Tarde II	81,4	18,6	56,4	43,6
Jantar	85,7	14,3	65,5	34,5
Ceia	50	50	52,7	47,3
Média	77,97	24,08	63,4	35,04

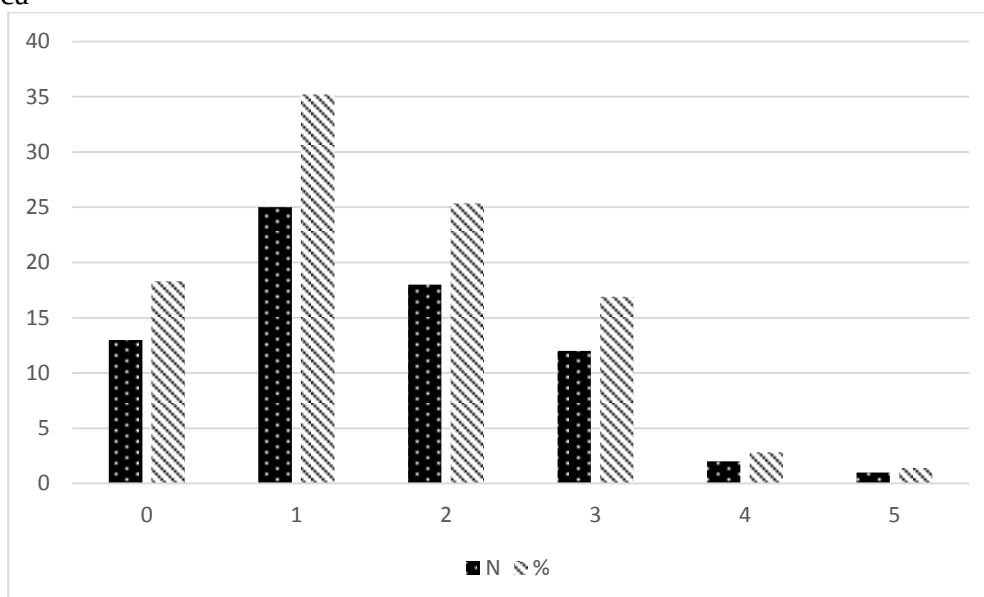
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nota-se que tanto para o cenário de *upgrade* (77,97%), quanto para o *downgrade* (63,4%) com instrução específica, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo, exceto para a Ceia (50%) no cenário de *upgrade*, que ficou homogênea entre a escolha de manter a refeição inclusa do pacote ou trocar. Esse valor pode ser explicado pela equidade da preferência pessoal ao cardápio alternativo apresentado e o incluso.

Com isso, comparou-se a diferença estatística entre cada uma das refeições através do teste de correlação de Pearson, para observar a probabilidade de quais refeições são trocadas simultaneamente e notou-se que para o cenário de *upgrade* com instrução específica não existe correlação estatisticamente significativa entre as refeições. Para o cenário de *downgrade* com instrução específica o Café da Manhã é estatisticamente significativo em relação ao Almoço ($p < 0,001$), ao Lanche II ($p < 0,001$) e ao Jantar ($p = 0,022$); a Colação é estatisticamente significativa em relação ao Lanche I ($p = 0,015$), ao Lanche II ($p = 0,001$); o Almoço é estatisticamente significativo em relação ao Lanche II ($p = 0,015$) e ao Jantar ($p < 0,001$); e o Lanche II é estatisticamente significativo com o Jantar ($p = 0,002$).

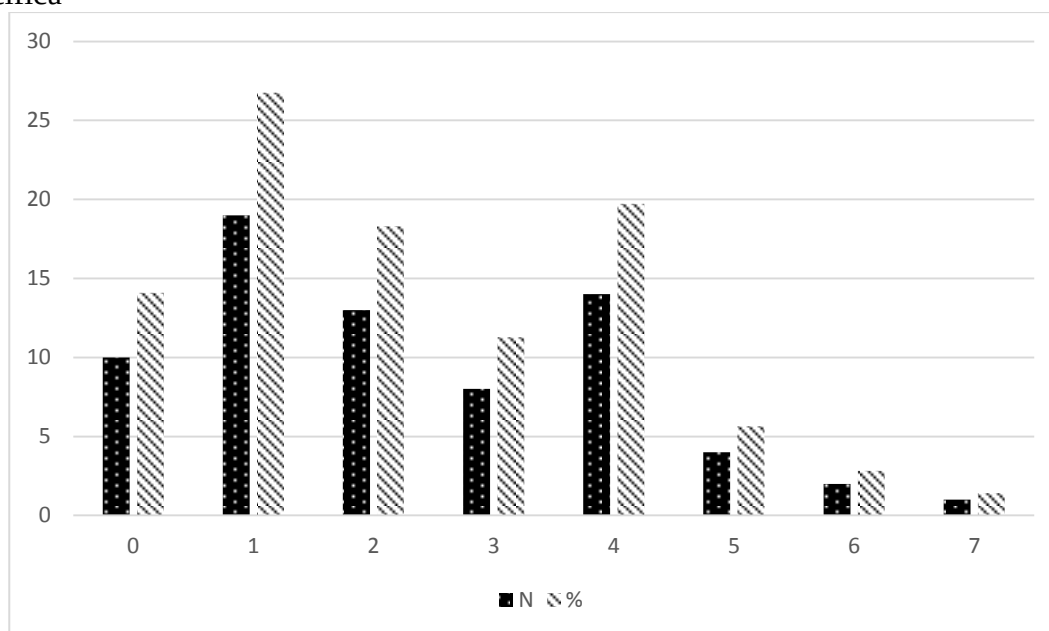
Por fim, foi feita uma avaliação de acordo com o tanto de trocas que os indivíduos fizeram por cenário (Figura 3.1 e 3.2). A barra com pontinhos representa o número absoluto de quantidade de consumidores por trocas e, por sua vez, a barra com listras diagonais representa a porcentagem desse número.

Figura 3.1: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *upgrade* com instrução específica



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Figura 3.2: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *downgrade* com instrução específica



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Constatou-se que, para o cenário de *upgrade*, houve pessoas que não fizeram nenhuma troca, mas também nenhuma pessoa trocou todas as refeições, por outro lado, no cenário de *downgrade*, teve consumidores que não fizeram nenhuma troca e que trocaram todas as refeições. Nota-se também que para ambos cenários a maioria fez apenas uma troca, 35% dos consumidores no cenário de *upgrade* e quase 30% no cenário de *downgrade*.

A média de trocas para o cenário de *upgrade* foi de 1,55 e para o cenário de *downgrade* de 2,31. Como visto, a composição do pacote de refeições pode potencialmente ter dois tipos de consequências.

De um lado, pode afetar a probabilidade de escolha das alternativas, e consequentemente o preço final do pacote. E de outro, a satisfação do consumidor com o processo e o resultado de sua escolha.

Logo, é relevante investigar as justificativas dos consumidores em relação a troca ou não dos cardápios. Para mensurar a satisfação dos participantes com o processo e o resultado da escolha foi feito uma análise quantitativa descritiva das opções de justificativa (Tabela 3.9).

Tabela 3.9: Justificativa geral das escolhas de troca ou não dos consumidores por cenário

Justificativa	N		Média
	<i>Upgrade</i>	<i>Downgrade</i>	
Certificação da Qualidade	7	9	8
Preço	18	7	12,5
Composição do Prato	62	47	54,5
Por já estar incluso no pacote	10	4	7
Valor Calórico	10	9	9,5

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que a justificativa mais predominante foi a composição do prato com uma média de 54,5 consumidores que fizeram sua escolha segundo esse critério. Outro dado que chama atenção foi em relação ao preço, essa variável influenciou mais os consumidores submetidos ao pacote inferior (18), isto é o cenário de *upgrade*, em relação ao total da amostra, sabendo que um sujeito tinha a oportunidade de colocar mais de uma justificativa.

Conclui-se, então, que o grupo de *upgrade* apresentou uma média de idade de 25,93 anos, população feminina, solteira, com uma renda de 2 a 4 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem autoimagem normal, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 70,22 kg, com uma altura de 1,68 m, apresentando um IMC normal. O grupo de *downgrade* apresentou uma média de idade de 34,06 anos, população feminina, solteira, com uma renda de 4 a 10 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem uma autoimagem gorda, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 78,83 kg, com uma altura de 1,69 m, apresentando um IMC de sobrepeso.

Os consumidores do cenário de *downgrade* gastam mais do que do cenário de *upgrade*. O preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, em ambos cenários.

Em relação aos dados sociodemográficos e antropométricos, no cenário de *upgrade* o preço varia de acordo com a Idade e com a Renda e no cenário de *downgrade* existe diferença significativa com as variáveis Renda e Estado Civil. E, para ambos os cenários, os consumidores tiveram maior preferência em manter as refeições inclusas dos pacotes apresentados, mas teve mais trocas de refeições no cenário de *downgrade*.

4.4 O efeito do enquadramento de *upgrade* e *downgrade* com os consumidores que receberam instrução genérica

A amostra pesquisada resultou em 121 respondentes distribuídos aleatoriamente em dois grupos experimentais, *upgrade* e *downgrade* com instrução genérica, o primeiro com 69

participantes e o segundo com 52. O grupo *upgrade* com instrução genérica apresentou uma média de idade de 26,38 anos, população predominantemente feminina (63,8%), solteira (68,1%) com uma renda de 2 a 4 salários mínimos (33,3%), sendo que 78,5% fazem suas refeições em casa, com uma autoimagem normal (44,9%), consideram que comem em quantidade normal (56,5%) e 39,1% são irregularmente ativos (Tabela 4.1).

Tabela 4.1: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *upgrade* com instrução genérica

		Média ($\pm$ desvio-padrão)	
Idade		26,38 ($\pm$ 7,48) anos	
Peso		70,29 ($\pm$ 14,98) kg	
Altura		1,67 ($\pm$ 8,7) m	
		N	%
Gênero	Masculino	25	36,2
	Feminino	44	63,8
Escolaridade	Graduação	52	74,8
	Pós-Graduação	17	24,6
Estado Civil	Solteiro	47	68,1
	Casado	19	27,5
	Amasiado	3	4,3
Renda	União Estável	0	-
	Até 2 salários mínimos	22	31,9
	2 a 4 salários mínimos	23	33,3
	4 a 10 salários mínimos	20	29
	10 a 20 salários mínimos	4	5,8
Refeições	Rua	15	21,5
	Casa	54	78,5
	Normal	31	44,9
Autoimagem	Muito Magro	2	2,9
	Magro	13	18,8
	Gordo	21	30,4
	Muito Gordo	2	2,9
Quantidade de comida	Normal	39	56,5
	Pouco	6	8,7
	Muito	21	30,4
	Em excesso	3	4,3
Atividade Física	Sedentário	17	24,6
	Irregularmente Ativo	27	39,1
	Ativo	20	29
	Muito Ativo	5	7,2

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 70,29 kg, com uma altura de 1,67 m, apresentando assim um IMC médio de 25,2 kg/m², classificado como sobrepeso. O grupo *downgrade* com instrução genérica apresentou uma média de idade de 29,15 anos, população equilibrada entre os gêneros, apresentando um pouco mais de mulheres (53,8%), solteira (55,7%) com uma renda de 2 a 4 salários mínimos (36,5%), sendo que 82,7% fazem suas refeições em casa, com uma

autoimagem gorda (34,6%), consideram que comem em quantidade normal (67,3%) e 48,1% são irregularmente ativos (Tabela 4.2).

Tabela 4.2: Perfil sociodemográfico e antropométrico do grupo *downgrade* com instrução genérica

	Média (± desvio-padrão)		
Idade	29,15 (± 7,84) anos		
Peso	73,16 (± 14,29) kg		
Altura	1,70 (± 8,51) m		
		N	%
Gênero	Masculino	24	46,2
	Feminino	28	53,8
Escolaridade	Graduação	33	63,5
	Pós-Graduação	19	36,5
Estado Civil	Solteiro	29	55,7
	Casado	20	38,5
	Amasiado	2	3,8
	União Estável	1	1,9
Renda	Até 2 salários mínimos	9	17,3
	2 a 4 salários mínimos	19	36,5
	4 a 10 salários mínimos	17	32,7
	10 a 20 salários mínimos	7	13,5
Refeições	Rua	9	17,2
	Casa	43	82,7
	Normal	23	44,2
Autoimagem	Muito Magro	0	-
	Magro	9	17,3
	Gordo	18	34,6
	Muito Gordo	2	3,8
Quantidade de comida	Normal	35	67,3
	Pouco	2	3,8
	Muito	11	21,2
	Em excesso	4	7,7
Atividade Física	Sedentário	14	26,9
	Irregularmente Ativo	25	48,1
	Ativo	11	21,2
	Muito Ativo	2	3,8

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O peso médio foi de 73,16 kg, com uma altura de 1,70 m, apresentando assim um IMC médio de 25,31 kg/m², classificado como sobrepeso. O preço médio, a mediana e o erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições, *upgrade* e *downgrade* com instrução genérica, estão apresentados na Tabela 4.3.

Tabela 4.3: Preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Média (± Desvio-Padrão)	Erro padrão da média	Mediana	N
<i>Upgrade</i> (R\$)	627,10 (± 86,31)	10,24	604,94	69
<i>Downgrade</i> (R\$)	902,68 (± 140,12)	16,63	907,83	52

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os resultados indicam que os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram, em média, R\$ 275,58 a mais do que os consumidores submetidos ao cenário de *upgrade*, o que representa 25,3% do preço do pacote final do cenário de *downgrade* e 50,61% do *upgrade*. Assumida a normalidade da distribuição da amostra, o teste t de *Student* revela que a diferença é estatisticamente significativa ($t = 13,41$; $p < 0,001$).

Quando a normalidade não é assumida a conclusão é a mesma, o teste U de Mann-Whitney sugere que a diferença entre os dois grupos experimentais é significativa ($p < 0,001$) e rejeita a hipótese nula. Portanto, os resultados oferecem suporte à hipótese de que o preço final no cenário de *downgrade* é mais alto, do que no cenário de *upgrade*.

Para o cenário de *upgrade* com instrução genérica o teste ANOVA indicou que o preço final do pacote varia em função de todas as refeições, o Café da Manhã ($F = 5,35$; $p < 0,001$), a Colação ($F = 3,36$; $p = 0,001$), o Almoço ($F = 21,51$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 4,25$; $p < 0,001$), o Lanche II ($F = 4,29$; $p < 0,001$), a Janta ($F = 15,43$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 5,56$; $p < 0,001$) e o valor de maior incidência foi de R\$ 604,94. E para o cenário de *downgrade* o preço final também varia de acordo com todas as refeições, o Café da Manhã ($F = 3,14$; $p = 0,001$), a Colação ($F = 4,35$; $p < 0,001$), o Almoço ($F = 22,68$; $p < 0,001$), o Lanche I ($F = 2,58$; $p = 0,004$), o Lanche II ($F = 2,67$; $p = 0,003$), a Janta ($F = 17,56$; $p < 0,001$) e a Ceia ($F = 2,31$; $p = 0,009$) e o valor de maior incidência foi de R\$1028,79.

A partir do teste de Qui-Quadrado relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário de *upgrade* com instrução genérica o preço não depende de nenhuma delas, pois não houve diferença significativa entre eles: Idade ($\chi^2 = 251,13$; $p = 0,521$), Gênero ($\chi^2 = 10,94$; $p = 0,976$), Escolaridade ($\chi^2 = 207,24$; $p = 0,054$), Renda ($\chi^2 = 46,09$; $p = 0,386$), Estado Civil ($\chi^2 = 42,39$; $p = 0,541$), Altura ($\chi^2 = 286,13$; $p = 0,664$), Peso ($\chi^2 = 462,74$; $p = 0,749$), Autoimagem ($\chi^2 = 43,32$; $p = 0,873$) e Atividade Física ($\chi^2 = 35,79$; $p = 0,806$). E no cenário de *downgrade* existe diferença significativa apenas com a variável Autoimagem ($\chi^2 = 103,06$; $p = 0,021$); onde a maioria, que se consideram com uma autoimagem normal, gastaram em média R\$ 1028,79, o preço não apresentou diferença estatística com, Idade ($\chi^2 = 351,24$; $p = 0,273$), Gênero ($\chi^2 = 40,1$; $p = 0,377$), Escolaridade ($\chi^2 = 81,91$; $p = 1$), Renda ($\chi^2 = 83,3$; $p = 0,265$), Estado Civil ($\chi^2 = 82,41$; $p = 0,818$), Altura ($\chi^2 = 372,2$; $p = 0,837$), Peso ($\chi^2 = 554,67$; $p = 0,204$), e Atividade Física ($\chi^2 = 73,05$; $p = 0,575$).

A análise do preço final dos cenários é resultado das escolhas de troca de cada das sete refeições incluídas, saber o maior índice de troca de qual refeição eles optaram pode trazer

outras informações relevantes sobre o comportamento do consumidor em relação a cada tipo de serviço, pois os preços das refeições são diferentes entre si. A versão superior de almoço e janta é R\$ 17,29 mais cara do que a versão básica, e as demais refeições do pacote superior é R\$ 8,64 mais caro do que o pacote de refeições básico.

Logo, o preço final do pacote é mais influenciado por algumas refeições do que por outras. Desta forma, analisou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 4.4) e suas diferenças significativas em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas.

Tabela 4.4: Percentual de escolha de troca por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	27,5	28,8	0,980
Colação	13	69,2	0,975
Almoço	11,6	40,4	0,69
Lanche da Tarde I	26,1	34,6	0,957
Lanche da Tarde II	18,8	55,8	0,652
Jantar	8,7	26,9	0,293
Ceia	31,9	53,8	0,639

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário de *downgrade* do que no *upgrade* com instrução genérica, destaca-se a refeição Colação que teve uma diferença alta entre os cenários, de 56,2%, porém não foi significativa estatisticamente. As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Contudo, os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação a nenhuma refeição, por isso, como a diferença não é estatisticamente significante, nenhuma interpretação deve ser feita. Outra análise feita foi em relação a alternativa superior, o quanto que os respondentes optaram por essa opção, ou seja, a ocorrência de troca das alternativas predefinidas no cenário de *upgrade* e a manutenção das refeições no cenário de *downgrade* (Tabela 4.5).

Tabela 4.5: Percentual de escolha da alternativa superior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	27,5	71,2	0,98
Colação	13	69,2	0,975
Almoço	11,6	59,6	0,69
Lanche da Tarde I	26,1	65,4	0,957
Lanche da Tarde II	18,8	44,2	0,652
Jantar	8,7	73,1	0,293
Ceia	31,9	46,2	0,639

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário de *downgrade*, isto é, que a diferença entre a proporção no cenário de *downgrade* e no cenário de *upgrade* foi negativa. Nota-se que para a refeição Jantar, no cenário de *upgrade*, houve, relativamente, uma pequena escolha de cardápio superior, no caso a troca de cardápio (8,7%).

As diferenças estatísticas entre esses percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado. Contudo, os resultados apontam que não houve diferença significativa entre os cenários, em relação a refeição, por isso, como a diferença não é estatisticamente significante, nenhuma interpretação deve ser feita.

Foi feito também a análise para a alternativa inferior, quantos respondentes optaram por manter a refeição no cenário de *upgrade* e trocar no *downgrade* com instrução específica (Tabela 4.6). A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário de *upgrade* do que no *downgrade*, corroborando ao fato da justificativa da composição do prato.

Tabela 4.6: Percentual de escolha da alternativa inferior por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	72,5	28,8	0,98
Colação	87	69,2	0,975
Almoço	88,4	40,4	0,69
Lanche da Tarde I	73,9	34,6	0,957
Lanche da Tarde II	81,2	55,8	0,652
Jantar	91,3	26,9	0,293
Ceia	68,1	53,8	0,639

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que os respondentes do cenário de *downgrade*, teve uma taxa relativamente alta de troca para a refeição Colação (69,2%). As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados não apontam diferença significativa entre os cenários, em relação as refeições, por isso, nenhuma interpretação deve ser feita. Outra análise feita foi para a

alternativa de não trocar, quantos respondentes optaram por manter a refeição em ambos cenários (Tabela 4.7).

Tabela 4.7: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental e a correlação significativa entre eles, para $p \leq 0,05$

	<i>Upgrade (%)</i>	<i>Downgrade (%)</i>	<i>p-valor</i>
Café da Manhã	72,5	71,2	0,98
Colação	87	69,2	0,975
Almoço	88,4	59,6	0,69
Lanche da Tarde I	73,9	65,4	0,957
Lanche da Tarde II	81,2	44,2	0,652
Jantar	91,3	73,1	0,293
Ceia	68,1	46,2	0,639

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário de *upgrade*, todavia nota-se que a diferença entre os cenários pela opção dos respondentes de manter é realmente pequena, indicando que os consumidores tendem a ter preferência por aquele cardápio já apresentado e incluso no pacote de sua aquisição. As diferenças entre os percentuais de escolha foram testadas a partir da estatística qui-quadrado.

Os resultados não apontaram diferença significativa entre os cenários, em nenhuma refeição, por isso nenhuma interpretação pode ser feita. À vista disso, avaliou-se de forma descritiva a taxa de indivíduos que mantiveram o cardápio para ambos os cenários com instrução genérica (Tabela 4.8).

Tabela 4.8: Percentual de escolha por manter ou não a refeição por grupo experimental

	Manteve			
	<i>Upgrade</i>		<i>Downgrade</i>	
	Sim (%)	Não (%)	Sim (%)	Não (%)
Café da Manhã	72,5	27,5	71,2	28,8
Colação	87	13	69,2	69,2
Almoço	88,4	11,6	59,6	40,4
Lanche da Tarde I	73,9	26,1	65,4	34,6
Lanche da Tarde II	81,2	18,8	44,2	55,8
Jantar	91,3	8,7	73,1	26,9
Ceia	68,1	31,9	46,2	53,8
Média	80,34	19,66	61,27	44,21

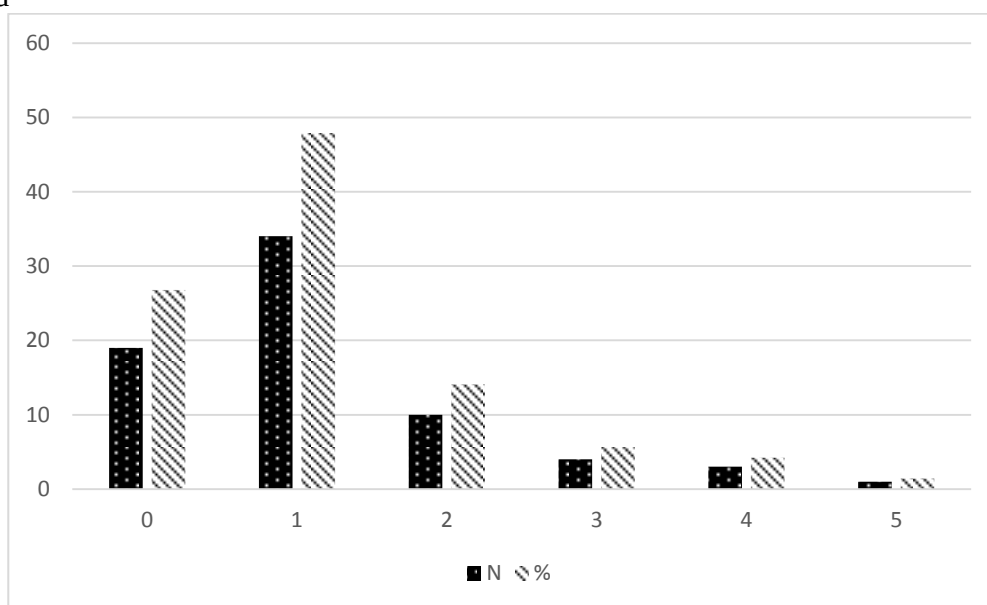
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Nota-se que tanto para o cenário de *upgrade* (80,34%), quanto para o *downgrade* (61,27%) com instrução genérica, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo, exceto para o Lanche da Tarde II (55,8%) e Ceia (53,8%), no cenário de *downgrade*, devido ao maior índice de preferência pessoal ao cardápio alternativo apresentado. Dessa forma,

comparou-se a diferença estatística entre cada uma das refeições através do teste de correlação de Pearson, para observar a probabilidade de quais refeições são trocadas simultaneamente e notou-se que para o cenário de *upgrade* com instrução genérica nenhuma refeição se comportou estatisticamente significativa entre elas.

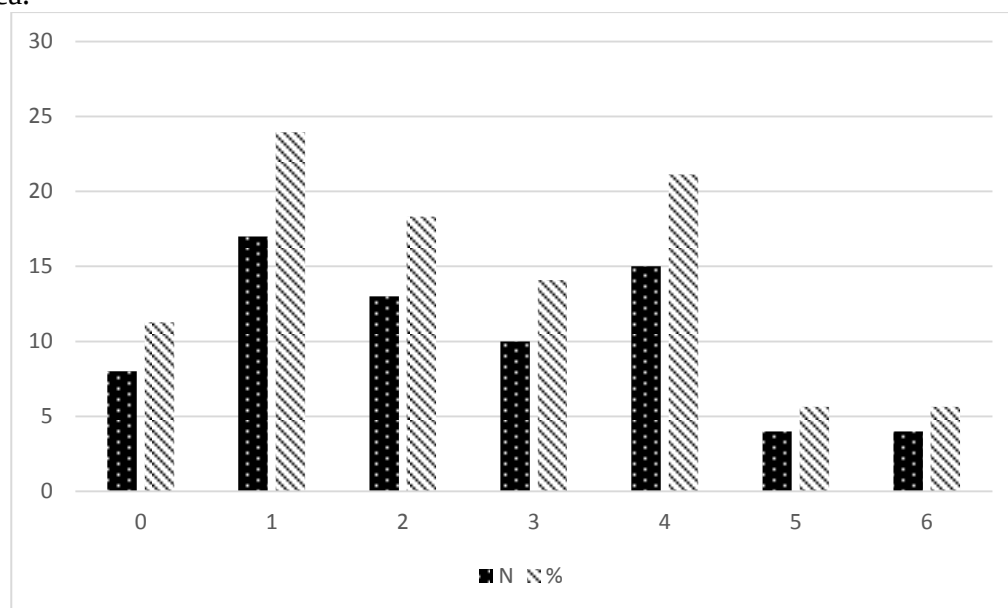
Para o cenário de *downgrade* com instrução genérica o Café da Manhã é estatisticamente significativo com o Almoço ($p < 0,001$), e Jantar ($p = 0,015$); a Colação é estatisticamente significativa com o Lanche II ($p = 0,035$) e a Ceia ($p = 0,015$); o Almoço se relaciona estatisticamente significativo com o Lanche II ($p = 0,004$) e Jantar ($p < 0,001$); e o Lanche I é estatisticamente significativo com a Janta ($p = 0,019$). Por fim, foi feito uma avaliação de acordo com o tanto de trocas que os indivíduos fizeram por cenário (Figura 4.1 e 4.2).

Figura 4.1: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *upgrade* com instrução genérica



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Figura 4.2: Quantidade de trocas por indivíduos para o cenário de *downgrade* com instrução genérica.



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

A barra com pontinhos representa o número absoluto de quantidade de consumidores por trocas e, por sua vez, a barra com listras diagonais representa a porcentagem desse número. Constatou-se que houve pessoas que não fizeram nenhuma troca nos dois cenários, mas também fizeram o número máximo de 5 e 6 trocas, para o cenário de *upgrade* e *downgrade*, respectivamente, dado esse representado pelo eixo y dos gráficos.

Observa-se que os dois cenários não apresentam a mesma tendência do número de trocas, mas ambos oferecem uma maior frequência de apenas uma troca, de quase 50% para o cenário de *upgrade*, e cerca de 25% para o *downgrade*. O cenário de *upgrade* com instrução genérica teve uma média de 1,17 trocas e o *downgrade* com instrução genérica de 2,49 trocas.

Como visto, a composição do pacote de refeições pode potencialmente ter dois tipos de consequências. De um lado, pode afetar a probabilidade de escolha das alternativas, e consequentemente o preço final do pacote.

E de outro, a satisfação do consumidor com o processo e o resultado de sua escolha. Logo, é relevante investigar as justificativas dos consumidores em relação a troca ou não dos cardápios.

Para mensurar a satisfação dos participantes com o processo e o resultado da escolha foi feito uma análise quantitativa descritiva das opções de justificativa (Tabela 4.9). Observa-se que a justificativa mais predominante foi a composição do prato com uma média de 51 consumidores que fizeram sua escolha segundo esse critério.

Tabela 4.9: Justificativa geral das escolhas de troca ou não dos consumidores por cenário

Justificativa	N		Média
	<i>Upgrade</i>	<i>Downgrade</i>	
Certificação da Qualidade	5	8	6,5
Preço	15	7	11
Composição do Prato	54	48	51
Por já estar incluso no pacote	13	3	8
Valor Calórico	6	6	6

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Outro dado que chama atenção foi em relação ao preço, o qual influenciou mais os consumidores submetidos ao pacote inferior (15), isto é o cenário de *upgrade*, em relação ao total da amostra, sabendo que um sujeito tinha a oportunidade de colocar mais de uma justificativa. Portanto, os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram mais do que os consumidores submetidos ao cenário de *upgrade*, a escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário de *downgrade* e por outro lado a escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário de *upgrade*.

O grupo *upgrade* apresentou uma média de idade de 26,38 anos, população feminina, solteira, com uma renda de 2 a 4 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem autoimagem normal, consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 70,29 kg, com uma altura de 1,67 m, apresentando um IMC de sobrepeso. O grupo *downgrade* apresentou uma média de idade de 29,15 anos, população feminina, solteira, com uma renda de 2 a 4 salários mínimos, fazem suas refeições em casa, tem uma autoimagem gorda, mas consideram que comem em quantidade normal e são irregularmente ativos, o peso médio foi de 73,16 kg, com uma altura de 1,70 m, apresentando um IMC de sobrepeso.

O preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, em ambos cenários. Em relação aos dados sociodemográficos e antropométricos, no cenário de *upgrade* o preço não varia de acordo com nenhuma variável e no cenário de *downgrade* existe diferença significativa apenas com a variável Autoimagem.

Para melhor visualização dos resultados foi realizado uma síntese das análises, Quadro 6, que verificaram o efeito de enquadramento de *upgrade* e *downgrade*, nas diversas situações experimentais realizadas, durante a personalização de um pacote alimentar.

Quadro 6 – Síntese das análises que verificam o efeito de enquadramento no comportamento de escolha

ANÁLISES	Preço Final do Pacote	Preço Final/ Refeições	Preço/características sociodemográficas e antropométricas	Porcentagem de escolha pela opção de troca	Porcentagem de escolha pela alternativa superior	Porcentagem de escolha pela alternativa inferior	Porcentagem de escolha por manter a opção inclusa
4.1 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> independente da instrução recebida	Os consumidores do cenário <i>downgrade</i> gastam mais do que do cenário <i>upgrade</i> .	Para o cenário <i>upgrade</i> o preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições. E para o cenário <i>downgrade</i> o preço final também varia de acordo com todas as refeições.	Relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário <i>upgrade</i> o preço varia de acordo com a Altura, o Estado Civil e Idade. E no cenário <i>downgrade</i> existe diferença significativa apenas com a variável Estado Civil.	A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário <i>downgrade</i> do que no <i>upgrade</i> , com exceção da refeição Lanche da Tarde I (27%)	A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário <i>downgrade</i> . Porém destaca-se que no cenário <i>upgrade</i> a troca para uma opção superior no Almoço foi muito baixa (9,7%).	A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> do que no <i>downgrade</i> , mostrando uma tendência de permanência de cardápio.	A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> . Nota-se que tanto para o cenário <i>upgrade</i> , quanto para o <i>downgrade</i> a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo. Na média geral, observa-se que o cenário <i>upgrade</i> obteve a maior média de cardápio mantido (78,14%).
4.2 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que não receberam instrução (Grupo Controle)	Os consumidores do cenário <i>downgrade</i> gastam mais do que do cenário <i>upgrade</i> .	Para o cenário <i>upgrade</i> o preço final do pacote varia em função de todas as refeições, onde para o Café da Manhã. E para o cenário <i>downgrade</i> o preço final também varia de acordo com todas as refeições.	Relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário <i>upgrade</i> sem instrução o preço varia de acordo apenas com a Escolaridade. E no cenário <i>downgrade</i> nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica se relacionam com o preço final.	A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário <i>downgrade</i> do que no <i>upgrade</i> , com exceção das refeições Lanche da Tarde I (29,8%) e Ceia (49,1%).	A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário <i>downgrade</i> . A refeição Almoço e Jantar, no cenário <i>upgrade</i> , chama bastante atenção, pois apenas 10,5% e 12,3% da amostra, respectivamente, escolheram a opção superior.	A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> do que no <i>downgrade</i> , mostrando uma tendência de permanência de cardápio.	A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> . Nota-se que tanto para o cenário <i>upgrade</i> , quanto para o <i>downgrade</i> sem instrução, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo. Na média geral, observa-se que o cenário <i>upgrade</i> obteve a maior média de cardápio mantido (75,94%).
4.3 O efeito do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que receberam instrução específica	Os consumidores do cenário <i>downgrade</i> gastam mais do que do cenário <i>upgrade</i> .	Para o cenário <i>upgrade</i> o preço final do pacote varia em função de todas as refeições. E para o cenário <i>downgrade</i> o preço final também varia de acordo com todas as refeições. O preço final do pacote varia igualmente em função de todas as refeições, em ambos cenários.	Relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário <i>upgrade</i> com instrução específica o preço varia de acordo com a Idade e a Renda. E no cenário <i>downgrade</i> existe diferença significativa com as variáveis Renda e Estado Civil.	A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário <i>downgrade</i> do que no <i>upgrade</i> , com exceção das refeições Lanche da Tarde I (25,7%) e Ceia (50%).	A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário <i>downgrade</i> . No cenário <i>upgrade</i> as escolhas de troca para um cardápio mais superior foram pequenas para o Almoço (7,1%).	A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> do que no <i>downgrade</i> , mostrando uma tendência de permanência de cardápio	A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> . Nota-se que tanto para o cenário <i>upgrade</i> (77,97%), quanto para o <i>downgrade</i> (63,4%), a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo.
4.4 A influência do enquadramento de <i>upgrade</i> e <i>downgrade</i> com os consumidores que receberam instrução genérica	Os consumidores submetidos ao cenário <i>downgrade</i> gastaram mais do que os consumidores submetidos ao cenário <i>upgrade</i> .	Para o cenário <i>upgrade</i> o preço final do pacote varia em função de todas as refeições. E para o cenário <i>downgrade</i> o preço final também varia de acordo com todas as refeições.	Relacionou-se o preço final do pacote com as variáveis sociodemográficas e antropométricas e observa-se que no cenário <i>upgrade</i> com instrução genérica o preço não depende de nenhuma delas. E no cenário <i>downgrade</i> existe diferença significativa apenas com a variável Autoimagem.	A escolha de troca foi predominantemente mais frequente no cenário <i>downgrade</i> do que no <i>upgrade</i> com instrução genérica, destaca-se a refeição Colação que teve uma diferença alta entre os cenários, de 56,2%, porém não foi significativa estatisticamente.	A escolha de uma refeição superior foi mais frequente no cenário <i>downgrade</i> . Nota-se que, para a refeição Jantar, no cenário <i>upgrade</i> houve, relativamente, uma pequena escolha de cardápio superior, no caso a troca de cardápio (8,7%).	A escolha de uma refeição inferior foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> do que no <i>downgrade</i> , corroborando ao fato da justificativa da composição do prato.	A escolha de manter a refeição foi mais frequente no cenário <i>upgrade</i> . Nota-se que tanto para o cenário <i>upgrade</i> (80,34%), quanto para o <i>downgrade</i> (61,27%) com instrução genérica, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo.

4.5 A influência das instruções genérica e específica no cenário de *upgrade*

A comparação do preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições para cada grupo, estão apresentados na Tabela 5.1. Os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos.

Tabela 5.1: Comparação entre o preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Sem instrução	Instrução Genérica	Instrução Específica
Média ($\pm$ Desvio-Padrão)	658,01 ($\pm$ 114,93)	627,10 ($\pm$ 86,31)	653,51 ($\pm$ 85,32)
Erro padrão da média	15,22	10,24	10,12
Mediana	604,94	604,94	665,42

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Eles gastam, em média, R\$ 30,91 a mais do que os consumidores submetidos a instrução genérica e R\$4,50 quando apresenta instruções mais específicas. Através da ANOVA, revelou-se que não há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($F = 1,09$; $p = 0,395$) e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica ($F = 0,83$; $p = 0,609$), mas existe essa diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica ($F = 2,11$; $p = 0,032$), indicando que realmente os consumidores quando submetidos a nenhuma instrução tendem a optar por um pacote com um preço maior, quando comparado aqueles submetidos a poucas instruções, mas o teste revela que, no cenário de *upgrade*, não há diferença estatisticamente significativa entre os 3 grupos.

Analizou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 5.2) em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas. Para o Café da Manhã (34,3%), Jantar (14,3%) e Ceia (50%) os consumidores trocaram mais no grupo que obtiveram instruções específicas, quando comparado aos outros dois grupos, para a Colação (21,1%), Lanche da Tarde I (29,8%) e II (22,8%), trocaram mais quando sem instrução e para o almoço (11,6%) o índice de troca foi maior quando a instrução foi genérica.

Tabela 5.2: Percentual de escolha de troca por grupo experimental

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	22,8	27,5	34,3
Colação	21,1	13	18,6
Almoço	10,5	11,6	7,1
Lanche da Tarde I	29,8	26,1	25,7
Lanche da Tarde II	22,8	18,8	18,6
Jantar	12,3	8,7	14,3
Ceia	49,1	31,9	50
Média	24,06	19,68	24,08

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Na média geral, quando compara-se as refeições dentro de cada grupo, nota-se que em todos os grupos, o controle, que é o Sem Instrução, o Instrução Genérica e o Instrução Específica, a refeição que mais trocada pela opção alternativa foi a Ceia, com os valores de 49,1%, 31,9% e 50%, respectivamente, mas comparando-se todos os grupos aquele que representa a maior porcentagem de troca é o Instrução Específica (24,08%). Foi analisado também a relação de manter o cardápio incluso do pacote respectivo ao cenário de *upgrade* (Tabela 5.3).

Tabela 5.3: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	77,2	72,5	78,6
Colação	78,9	87	82,9
Almoço	89,5	88,4	92,9
Lanche da Tarde I	70,2	73,9	74,3
Lanche da Tarde II	77,2	81,2	81,4
Jantar	87,7	91,3	85,7
Ceia	50,9	68,1	50
Média	75,94	80,34	77,97

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando os consumidores são submetidos ao grupo que não recebem instruções, não apresentou maiores índices para manter o cardápio quando comparado aos outros grupos, dessa forma para a Colação (87%), Jantar (913%) e Ceia (68,1%) os consumidores optaram por manter mais no grupo que obtiveram instruções genéricas, e para o Café da Manhã (78,6%), Almoço (92,9%), Lanche da Tarde I (74,3%) e II (81,4%), foram mais rigorosos ao trocar o cardápio quando submetidos a instruções mais específicas. Na média geral, quando compara-se as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, o almoço foi a opção que obteve menos troca, com uma porcentagem de, respectivamente, 89,5% e 92,9% de consumidores que optaram por manter o cardápio apresentado como incluso no pacote experimental ao que foi submetido e no grupo Instrução

Genérica, foi o Jantar (91,3%), nota-se também, em relação aos grupos, que os consumidores submetidos ao Instrução Genérica apresentaram menor número de trocas, sendo que 80,34% deles preferiram manter o cardápio que foi apresentado.

A partir do teste qui-quadrado, quando comparada as refeições estatisticamente encontra-se diferença estatística significativa entre os grupos Instrução Genérica e Específica com o Sem Instrução (Tabela 5.4). Observa-se que para o Café da Manhã ($p = 0,017$), Almoço ($p = 0,038$), Lanche da Tarde I ($p = 0,047$) e II ($p = 0,042$) existe diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução e Instrução Genérica, o que indica que para essas refeições a falta de informação influenciou nas escolhas do pacote final e apenas o Jantar ($p = 0,047$) o grupo Sem Instrução foi significativo quanto ao grupo Instrução Específica.

Tabela 5.4: Comparação estatística entre os grupos Instrução Genérica e Sem Instrução e Instrução Específica e Sem Instrução, para $p \leq 0,05$

Refeições	Sem Instrução	
	Instrução Genérica	Instrução Específica
Café da Manhã	0,017	0,228
Colação	0,068	0,182
Almoço	0,038	0,201
Lanche da Tarde I	0,047	0,2
Lanche da Tarde II	0,042	0,107
Jantar	0,069	0,047
Ceia	0,066	0,172

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Fez essa mesma comparação estatística, a partir do teste qui-quadrado, com os grupos Instrução Específica e Instrução Genérica e observou-se que foi encontrado diferença significativa entre todas as refeições: Café da Manhã ($p < 0,001$); Colação ($p < 0,001$); Almoço ($p < 0,001$); Lanche 1 ($p < 0,001$); Lanche 2 ($p < 0,001$); Janta ($p < 0,001$) e Ceia ($p < 0,001$), podendo inferir que para as refeições Café da Manhã, Colação, Jantar e Ceia os consumidores tendem a ter um número maior de trocas quando submetidos a instruções específicas, em relação ao grupo Instrução Genérica, e para as refeições Almoço e Lanche I e II aqueles com instruções genéricas trocam mais, em relação ao grupo Instrução Específica. Comparou-se também entre todos os grupos, sem instrução, com Específica, com genérica e constatou-se que quando comparado a troca de refeições entre os 3 grupos, foi encontrado diferença significativa apenas para Almoço ($p = 0,011$) e quando eles preferiam manter a refeição não foi encontrado significância entre os grupos.

Dessa forma, os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução, não há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o

grupo Instrução Específica e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica, mas existe essa diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica. O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução varia de acordo apenas com a Escolaridade, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Idade e no grupo Instrução Genérica o preço não apresentou diferença estatística com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica.

Para o Café da Manhã, Jantar e Ceia os consumidores trocaram mais no grupo que obtiveram instruções específicas de compra, para a Colação, Lanche da Tarde I e II, trocaram mais quando sem instrução e para o Almoço o índice de troca foi maior quando a instrução foi genérica. Na média geral, quando compara-se as refeições dentro de cada grupo, nota-se que em todos os grupos, o controle, que é o Sem Instrução, o Instrução Genérica e o Instrução Específica, a refeição que mais trocada pela opção alternativa foi a Ceia e comparando-se todos os grupos aquele que representa a maior porcentagem de troca é o Instrução Específica.

Em relação a manter o cardápio incluso do pacote respectivo ao cenário de *upgrade*, para a Colação, Jantar e Ceia os consumidores optaram por manter mais no grupo que obtiveram instruções genéricas de compra, para o Café da Manhã, Almoço, Lanche da Tarde I e II, foram mais rigorosos ao trocar o cardápio quando submetidos a instruções mais específicas. Na média geral, quando compara-se as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, o almoço foi a opção que obteve menos troca e no grupo Instrução Genérica, foi o Jantar, nota-se também, em relação aos grupos, que os consumidores submetidos ao Instrução Genérica apresentaram menor número de trocas.

Para o Café da Manhã, Almoço, Lanche da Tarde I e II existe diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução e Instrução Genérica, possibilitando a inferência de que nas principais refeições, Café da Manhã e Almoço, os indivíduos que tem mais informação, mesmo sendo pouca, são mais rigorosos e preferem trocar por uma opção mais superior, por outro lado, para os lanches aqueles que não obtiveram nenhuma instrução, trocaram mais essas refeições. E apenas a refeição Jantar foi significativa entre os grupos Sem Instrução e Instrução Específica, onde aqueles com melhores informações trocaram a refeição por uma opção melhor.

Quando comparado os grupos Instrução Genérica e Instrução Específica encontra-se diferença significativa entre todas as refeições e os três juntos apresenta diferença significativa apenas entre o Almoço. Para todos os grupos, a refeição mais trocada foi a Ceia, e em relação

a manter a refeição, no grupo Controle e no Instrução Específica, o almoço foi a opção que obteve menos troca e no grupo Instrução Genérica, foi o Jantar.

4.6 A influência das instruções genérica e específica no cenário de *downgrade*

A comparação do preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições para cada grupo, estão apresentados na Tabela 6.1. Os resultados indicam que os consumidores submetidos gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos que apresentam instruções.

Tabela 6.1: Comparação entre o preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Sem instrução	Instrução Genérica	Instrução Específica
Média ($\pm$ Desvio-Padrão)	975,72 ($\pm$ 114,93)	902,68 ($\pm$ 140,12)	921,42 ($\pm$ 140,29)
Erro padrão da média	15,22	16,63	16,65
Mediana	1028,79	907,83	968,31

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Os consumidores gastam, em média, R\$73,04 a mais em relação a instrução genérica e R\$54,30 quando comparado ao grupo que recebe instrução específica. Assumida a normalidade da distribuição da amostra, o teste t de *Student* revela que existe diferença estatística significativa entre os grupos Sem Instrução e Instrução Genérica ($t = 4,03$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com Instrução Específica ($t = 3,23$; $p = 0,002$), indicando que a ausência de instrução faz com que os consumidores tenham um pacote final com um preço mais elevado, porém não existe diferença estatística significativa entre os grupos Instrução Genérica e Instrução Específica ($t = 0,87$; $p = 0,385$).

Analisou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 6.2) em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas. Destaca-se que quando os consumidores recebem instruções específicas de compra eles são mais rigorosos na troca, pois em nenhuma refeição, não apresentou resultados relevantes em relação aos outros grupos, por isso que a predominância de trocas foi maior no grupo sem instrução para as refeições Café da Manhã (46,4%), Lanche da Tarde II (57,1%) e Jantar (37,5%) e no grupo Instrução Genérica nas refeições Colação (69,2%), Almoço (40,4%), Lanche da I (34,6%) e Ceia (53,8%).

Tabela 6.2: Percentual de escolha de troca por grupo experimental

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	46,4	28,8	34,5
Colação	48,2	69,2	32,7
Almoço	35,7	40,4	30,9
Lanche da Tarde I	25	34,6	21,8
Lanche da Tarde II	57,1	55,8	43,6
Jantar	37,5	26,9	34,5
Ceia	42,9	53,8	47,3
Média	41,83	44,21	35,04

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando se compara as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle, a refeição mais trocada foi o Lanche da Tarde I (57,1%), no Instrução Genérica, a Colação (69,2%) e no Instrução Específica, a refeição mais trocada pela opção alternativa foi a Ceia (47,3%). De forma geral, observa-se que o grupo Instrução Genérica teve maior porcentagem de troca (44,21%).

Foi analisada também a relação de manter o cardápio incluso do pacote respectivo ao cenário (Tabela 6.3). A predominância por manter o cardápio referente foi maior no grupo sem instrução para as refeições Almoço (64,3%) e Ceia (57,1%), no grupo instrução genérica as refeições que trocaram menos foi Café da Manhã (71,2%), Colação (69,2%) e Jantar (73,1%) e para o grupo com instrução específica as refeições Lanche da Tarde I (78,2%) e II (56,4%) apresentaram menor troca.

Tabela 6.3: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	53,6	71,2	65,5
Colação	51,8	69,2	67,3
Almoço	64,3	59,6	58,2
Lanche da Tarde I	75	65,4	78,2
Lanche da Tarde II	42,9	44,2	56,4
Jantar	62,5	73,1	65,5
Ceia	57,1	46,2	52,7
Média	58,17	61,27	63,4

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando se compara as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, a refeição menos trocada foi o Lanche da Tarde I com 75% e 78,2%, respectivamente e no Instrução Genérica, o Jantar (73,1%) foi a refeição menos trocada pela opção alternativa apresentada. De forma geral, observa-se que o grupo Instrução Específica se obteve menor porcentagem de troca (63,4%).

A partir do teste qui-quadrado, quando comparado estatisticamente os grupos sem instrução com instrução específica e sem instrução com instrução genérica, foi encontrado diferença significativa entre todas as refeições de ambas comparações (Tabela 6.4). Café da Manhã: Sem Instrução com o grupo Instruções Específicas ($x^2 = 65,66$; $p < 0,001$), Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 53,8$; $p < 0,001$), Colação: Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($x^2 = 70,65$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 52,09$; $p < 0,001$), Almoço: Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($x^2 = 66,09$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 56,89$; $p < 0,001$), Lanche I: Sem Instrução com o grupo Instruções Específicas ($x^2 = 66,05$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 52,95$; $p < 0,001$), Lanche II: Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($x^2 = 69,04$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 52,29$; $p < 0,001$), Janta: Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($x^2 = 66,76$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 57,21$; $p < 0,001$), e Ceia: Sem Instrução com o grupo com Instrução Específica ($x^2 = 67,22$; $p < 0,001$) e Sem Instrução com o grupo Instrução Genérica ($x^2 = 56,83$; $p < 0,001$).

Tabela 6.4: Comparação estatística entre os grupos Instrução Genérica e Sem Instrução e Instrução Específica e Sem Instrução, para $p \leq 0,05$

Refeições	Sem Instrução	
	Instrução Genérica	Instrução Específica
Café da Manhã	< 0,001	< 0,001
Colação	< 0,001	< 0,001
Almoço	< 0,001	< 0,001
Lanche da Tarde I	< 0,001	< 0,001
Lanche da Tarde II	< 0,001	< 0,001
Jantar	< 0,001	< 0,001
Ceia	< 0,001	< 0,001

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Fez essa mesma comparação estatística com os grupos Instrução Específica e Instrução Genérica e observou-se que também foi encontrado diferença significativa entre todas as refeições: Café da Manhã ($p < 0,001$); Colação ($p < 0,001$); Almoço ($p < 0,001$); Lanche 1 ($p < 0,001$); Lanche 2 ($p < 0,001$); Janta ($p < 0,001$) e Ceia ($p < 0,001$). Esse resultado permite inferir que para as refeições Café da Manhã e Jantar os consumidores tendem a ter um número maior de trocas quando submetidos a Instruções Específicas, quando relacionado ao grupo Instrução Genérica; e para as refeições Colação, Almoço e Lanche 1 e 2 e Ceia aqueles que receberam Instruções Genéricas trocam mais do que os consumidores que foram submetidos a instruções mais Específicas e quando comparado entre os 3 grupos,

quando os consumidores optam por trocar a refeição inclusa pela alternativa, encontrou-se significância apenas na refeição Colação ($p = 0,021$).

Dessa forma, os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução, existe diferença estatística significativa entre os grupos Sem Instrução e Instrução Genérica e Sem Instrução com Instrução Específica, porém não existe diferença estatística significativa entre os grupos Instrução Genérica e Instrução Específica. O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução não varia de acordo com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Renda e Estado Civil e no grupo Instrução Genérica o preço apresentou diferença estatística apenas com a Autoimagem.

A predominância de troca foi maior no grupo Sem Instrução para as refeições Café da Manhã, Lanche da Tarde II e Jantar e no grupo Instrução Genérica nas refeições Colação, Almoço, Lanche da I e Ceia. Em relação a manter o cardápio incluso do pacote respectivo ao cenário de *upgrade*, foi maior no grupo Sem Instrução para as refeições Almoço e Ceia, no grupo Instrução Genérica as refeições que trocaram menos foi Café da Manhã, Colação e Jantar e para o grupo Instrução Específica as refeições Lanche da Tarde I e II.

Quando comparado estatisticamente os grupos Sem Instrução com Instrução Específica e Sem Instrução com Instrução Genérica e Instrução Genérica com Instrução Específica, foi encontrado diferença significativa entre todas as refeições, para as três comparações. No grupo Controle, a refeição mais trocada foi o Lanche da Tarde I, no Instrução Genérica, a Colação e no Instrução Específica, a refeição mais trocada pela opção alternativa foi a Ceia, sendo que, de forma geral, o grupo Instrução Genérica teve maior porcentagem de troca, quando analisado o contrário, a porcentagem da escolha de manter o cardápio incluso no cenário, observou-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, a refeição menos trocada foi o Lanche da Tarde I e no Instrução Genérica, o Jantar, de forma geral, o grupo Instrução Específica obteve-se menor porcentagem de troca.

4.7 A influência das instruções genérica e específica independente do cenário de *upgrade* e *downgrade*

A comparação do preço médio, mediana e erro padrão da média selecionado de cada pacote de refeições para cada grupo, estão apresentados na Tabela 7.1. Os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos.

Tabela 7.1: Comparação entre o preço médio, mediana e erro padrão por grupo experimental

	Sem instrução	Instrução Genérica	Instrução Específica
Média ($\pm$ Desvio-Padrão)	816,86 ($\pm$ 196,34)	738,59 ($\pm$ 170,87)	762,88 ($\pm$ 170,36)
Erro padrão da média	18,39	15,53	15,21
Mediana	816,86	665,49	725,36

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Eles gastam, em média, R\$78,27 a mais do que os consumidores submetidos a instrução genérica e R\$53,98 quando apresenta instruções mais específicas. Através da ANOVA, revelou-se que há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica ($F = 1,96$; $p = 0,01$), entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica ($F = 1,87$; $p = 0,015$) e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica ($F = 7,39$; $p < 0,001$), indicando que realmente os consumidores quando submetidos a nenhuma instrução tendem a optar por um pacote com um preço maior, quando comparado aqueles submetidos a poucas instruções, e quando comparado as instruções em si, entre o grupos que recebem mais e menos informações, mas recebem, os resultados despontam que os consumidores com maiores informações tem mais confiança ao optarem por uma refeição com um preço mais agregado. A partir do teste qui-quadrado, os resultados revelam que, independente do cenário, existe diferença estatisticamente significativa entre os 3 grupos, mostrando a importância da instrução para os consumidores ($p < 0,001$).

O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução varia de acordo apenas com a Escolaridade ($p = 0,02$), para as outras variáveis sociodemográficas e antropométricas não foi encontrado significância, Idade ($p = 0,505$), Gênero ($p = 299$), Renda ($p = 0,585$), Estado Civil ($p = 1$), no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Idade ($p < 0,001$), Renda ($p < 0,001$) e Estado Civil ($p < 0,001$), sendo que as outras variáveis não apresentaram diferença estatística significativa, Gênero ($p = 0,427$), Escolaridade ($p = 0,904$), Altura ($p = 0,28$), Peso ($p = 0,987$), Autoimagem ($p = 0,263$) e Atividade Física ($p = 0,801$), e no grupo Instrução Genérica o preço não apresentou diferença estatística com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica, Idade ($p = 0,645$), Gênero ($p = 0,579$), Escolaridade ($p = 0,993$), Renda ($p = 0,16$), Estado Civil ($p = 0,667$), Altura ($p = 0,695$), Peso ($p = 0,984$), Autoimagem ($p = 0,305$) e Atividade Física ($p = 0,613$).

Analizou-se a porcentagem dos grupos experimentais (Tabela 7.2) em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas. Nota-se que houve trocas relevantes quando

comparado com os outros grupos apenas nas refeições do grupo Instrução Genérica, Café da Manhã (49,7%), Colação (44,5%), Almoço (46,8%), Lanche da Tarde I (50,8%) e II (54,3%), Jantar (41,6) e Ceia (59%).

Tabela 7.2: Percentual de escolha de troca por grupo

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	34,5	49,7	34,4
Colação	34,5	44,5	24,8
Almoço	23	46,8	17,6
Lanche da Tarde I	27,4	50,8	24
Lanche da Tarde II	39,8	54,3	29,6
Jantar	24,8	41,6	23,2
Ceia	46	59	48,8
Média	32,86	49,53	28,91

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No geral, observa-se que o grupo Instrução Genérica apresenta maior índice de troca (49,53%). Quando comparado as refeições dentro de cada grupo, nota-se que em todos os grupos, o Sem Instrução (46%), o Instrução Genérica (59%) e o Instrução Específica (48,8%), a refeição mais trocada foi a Ceia.

Foi analisado também a relação de manter o cardápio incluso, independente de cenário (Tabela 7.3). Os consumidores submetidos ao grupo Instrução Genérica, não apresentou maiores índices para manter o cardápio quando comparado aos outros grupos, assim sendo para a Ceia (54%), os consumidores optaram por manter no grupo Sem instrução e para as demais, Café da Manhã (65,6%), Colação (75,2%), Almoço (82,4%), Lanche da Tarde I (76%) e II (70,4%) e Jantar (76,8%) foram mais rigorosos ao trocar o cardápio quando submetidos a instruções mais específicas, no geral, o grupo Instrução Específica mantiveram mais a opção já inclusa no pacote apresentado (71,08%), independente do cenário.

Tabela 7.3: Percentual de escolha por manter a refeição por grupo experimental

	Sem instrução (%)	Instrução Genérica (%)	Instrução Específica (%)
Café da Manhã	65,5	50,3	65,6
Colação	65,5	55,5	75,2
Almoço	77	53,2	82,4
Lanche da Tarde I	72,6	49,1	76
Lanche da Tarde II	60,2	45,7	70,4
Jantar	75,2	58,4	76,8
Ceia	54	41	51,2
Média	67,14	50,46	71,08

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Quando se compara as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, a refeição menos trocada foi o Almoço com 77% e 82,4%, respectivamente, e no Instrução Genérica, o Jantar (58,4%) foi a refeição menos trocada pela opção alternativa apresentada. Quando comparada as refeições estatisticamente, a partir do teste qui-quadrado, encontra-se diferença estatística significativa entre os grupos Instrução Genérica e Específica com o Sem Instrução (Tabela 7.4).

Tabela 7.4: Comparação estatística entre os grupos Instrução Genérica e Sem Instrução e Instrução Específica e Sem Instrução, para $p \leq 0,05$

Refeições	Sem Instrução	
	Instrução Genérica	Instrução Específica
Café da Manhã	< 0,001	0,828
Colação	< 0,001	0,148
Almoço	< 0,001	0,058
Lanche da Tarde I	< 0,001	0,207
Lanche da Tarde II	< 0,001	0,246
Jantar	< 0,001	0,007
Ceia	< 0,001	0,882

Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Observa-se que para todas as refeições com $p < 0,001$, existe diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução e Instrução Genérica, o que indica que a falta de informação influencia nas escolhas do pacote final, e apenas o Jantar ($p = 0,007$) do grupo Instrução Específica teve significância quanto ao grupo Sem Instrução. Fez essa mesma comparação estatística com os grupos Instrução Específica e Instrução Genérica e observou-se que não foi encontrado diferença significativa com nenhuma das refeições: Café da Manhã ($p < 0,919$); Colação ($p < 0,482$); Almoço ($p < 0,234$); Lanche I ($p < 0,957$); Lanche II ($p < 0,084$); Janta ($p < 0,419$) e Ceia ($p < 0,6$), podendo inferir que não faz diferença quanto as escolhas dos cardápios, quando submetidos a menos ou mais informação.

Comparou-se também entre todos os grupos, sem instrução, com específica, com genérica e constatou-se que quando comparado a troca de refeições entre os 3 grupos, foi encontrado diferença significativa apenas para a Janta ($p = 0,026$), para as outras refeições os resultados obtidos foram Café da Manhã ($p = 0,882$), Colação ($p = 0,467$), Almoço ($p = 0,522$), Lanche I ($p = 0,526$), Lanche II ($p = 485$) e Ceia ($p = 0,736$) e quando eles preferiam manter a refeição não foi encontrado significância entre os grupos, Café da Manhã ($p = 0,9$), Colação ($p = 0,369$), Almoço ($p = 0,08$), Lanche I ($p = 0,254$), Lanche II ($p = 0,625$), Janta ($p = 0,14$) e Ceia ($p = 0,559$). Dessa forma, os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução, há diferença estatisticamente significativa, entre os preços, do

grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica, entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica e entre os três grupos.

Também, há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica apenas com a Janta e entre todas quando comparado o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica não encontrou nenhuma correlação significativa. O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução varia de acordo apenas com a Escolaridade, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Idade, Renda e Estado civil e no grupo Instrução Genérica o preço não apresentou diferença estatística com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica.

Os consumidores trocaram mais no grupo Instrução Genérica, em todos os grupos, a refeição mais trocada foi a Ceia e de forma geral, o grupo Instrução Genérica trocou mais refeições. Em relação a manter o cardápio incluso independente de cenário, os consumidores submetidos ao grupo Instrução Genérica, não apresentou maiores índices para manter o cardápio quando comparado aos outros grupos, assim sendo para a Ceia, os consumidores optaram por manter no grupo Sem instrução e para as demais, Café da Manhã, Colação, Almoço, Lanche da Tarde I e II e Jantar foram mais rigorosos ao trocar o cardápio quando submetidos a instruções mais específicas, no geral, o grupo Instrução Específica mantiveram mais a opção já inclusa no pacote apresentado e quando se compara as refeições dentro de cada grupo, nota-se que no grupo Controle e no Instrução Específica, a refeição menos trocada foi o Almoço e no Instrução Genérica, o Jantar.

Existe diferença estatística significativa, entre o grupo Sem Instrução e Instrução Genérica, em todas as refeições e apenas a refeição Jantar foi significativa entre os grupos Sem Instrução e Instrução Específica, quando comparado os grupos Instrução Genérica e Instrução Específica não encontra-se diferença significativa entre nenhuma das refeições e os três grupos juntos apresenta diferença significativa apenas para a Janta.

Para melhor visualização dos resultados foi realizado uma síntese das análises, Quadro 7 que verificaram o efeito das instruções genérica e específica, nas diversas situações experimentais realizadas, durante a personalização de um pacote alimentar.

Quadro 7 – Síntese das análises que verificam a influência das instruções no comportamento de escolha

ANÁLISES	Preço Final do Pacote	Comparação de preços entre os grupos	Preço/características sociodemográficas e antropométricas	Porcentagem de escolha pela opção de troca	Porcentagem de escolha por manter a opção inclusa
4.5 A influência das instruções genérica e específica no cenário de upgrade	Os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos.	A análise estatística revelou que não há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica (F = 1,09; p = 0,395) e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica (F = 0,83; p = 0,609), mas existe essa diferença estatística significativa entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica (F = 2,11; p = 0,032), indicando que realmente os consumidores quando submetidos a nenhuma instrução tendem a optar por um pacote com um preço maior, quando comparado aqueles submetidos a poucas instruções.	O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução varia de acordo apenas com a Escolaridade, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Idade e no grupo Instrução Genérica o preço final não apresentou diferença estatística com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica.	Em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas, destaca-se que os grupos que apresentaram maior porcentagem de troca entre as refeições (três) foram o Sem Instrução e aquele que recebeu a Instrução Específica, quando comparado entre os grupos. Quando comparado a troca de refeições entre os 3 grupos, foi encontrado diferença significativa apenas para Almoço (p = 0,011). Portanto, comparando-se todos os grupos aquele que representa a maior porcentagem de troca é o Instrução Específica (24,08%) seguido pelo grupo que não recebeu nenhum tipo de Instrução (24,06%).	Quando os consumidores são submetidos ao grupo que não recebeu instrução, não apresentou maiores índices para manter as refeições incluídas no cardápio pré-definido quando comparado aos outros grupos. Foram mais rigorosos ao trocar o cardápio quando submetidos a instruções mais específicas quando comparado com o grupo que recebeu Instrução Genérica. Porém, nota-se que, em relação aos três grupos, os consumidores submetidos ao Instrução Genérica apresentaram menor porcentagem de troca, ou seja, 80,34% deles preferiram manter o cardápio que foi apresentado, seguido pelo grupo que recebeu a Instrução Específica (77,97%).
4.6 A influência das instruções genérica e específica no cenário de downgrade	Os resultados indicam que os consumidores submetidos gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos que apresentam instruções.	A análise estatística revelou que existe diferença estatística significativa entre os grupos Sem Instrução e Instrução Genérica (t = 4,03; p < 0,001) e Sem Instrução com Instrução Específica (t = 3,23; p = 0,002), indicando que a ausência de instrução faz com que os consumidores tenham um pacote final com um preço mais elevado, porém não existe diferença estatística significativa entre os grupos Instrução Genérica e Instrução Específica (t = 0,87; p = 0,385).	O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução não varia de acordo com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Renda e Estado Civil e no grupo Instrução Genérica o preço apresentou diferença estatística apenas com a Autoimagem.	Em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas, destaca-se que quando os consumidores recebem Instruções Específicas eles são mais rigorosos na troca, pois nenhuma refeição apresentou resultados relevantes em relação aos outros grupos. Quando comparado entre os 3 grupos, quando os consumidores optam por trocar a refeição inclusa pela alternativa, encontrou-se significância apenas na refeição Colação (p = 0,021). De forma geral, observa-se que o grupo Instrução Genérica teve maior porcentagem de troca (44,21%) seguido pelo grupo que não recebeu nenhum tipo de Instrução (41,83%).	Quando se compara as refeições dentro de cada grupo, nota-se que nos três grupos, Sem Instrução, Instrução Específica e Instrução Genérica, houve uma quantidade pequena de maiores porcentagens de manutenção entre as refeições, sendo três delas registradas em refeições mantidas no grupo que recebeu Instrução Genérica e duas porcentagens maiores registradas nos grupos que não recebeu nenhuma instrução (Sem Instrução) e duas no que recebeu Instrução Específica, quando comparado entre os grupos. De forma geral, observa-se que o grupo Instrução Específica se obteve menor porcentagem de troca (63,4%) seguido pelo grupo que recebeu a Instrução genérica (61,27%).
4.7 A influência das instruções genérica e específica independente do cenário de upgrade e downgrade	Os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem instrução quando comparado aos outros grupos.	A análise estatística revelou que há diferença estatisticamente significativa entre o grupo Sem Instrução com o grupo Instrução Específica (F = 1,96; p = 0,01), entre o grupo Sem Instrução com o Instrução Genérica (F = 1,87; p = 0,015) e quando comparado o grupo Instrução Específica com o Instrução Genérica (F = 7,39; p < 0,001), indicando que realmente os consumidores quando submetidos a nenhuma instrução tendem a optar por um pacote com um preço maior quando comparado aqueles submetidos a poucas instruções. Quando comparado os grupos que recebem mais e menos informações, mas recebem, os resultados apontam que os consumidores com maiores informações tem mais confiança ao optarem por uma refeição com um preço mais agregado.	O preço final do pacote para o grupo Sem Instrução varia de acordo apenas com a Escolaridade, no grupo Instrução Específica varia de acordo com a Idade, Renda e Estado civil e no grupo Instrução Genérica o preço não apresentou diferença estatística com nenhuma variável sociodemográfica e antropométrica.	Em relação as escolhas de cada uma das refeições estudadas entre os grupos, nota-se que, houve trocas relevantes quando comparado com os outros grupos apenas nas refeições do grupo Instrução Genérica, ou seja, nenhuma refeição nos grupos Sem Instrução e Instrução Específica apresentou uma porcentagem maior quando comparado todas as porcentagens de troca de cada refeição entre todos os grupos. Quando comparado a troca de refeições entre os 3 grupos, foi encontrado diferença significativa apenas para a Janta (p = 0,026). No geral, observa-se que o grupo Instrução Genérica apresenta maior índice de troca (49,53%) seguido pelo grupo que não recebeu nenhum tipo de Instrução (32,86).	Os consumidores submetidos ao grupo Instrução Genérica, não apresentou maiores índices para manter o cardápio quando comparado aos outros grupos, ou seja, nenhuma refeição apresentou uma porcentagem superior quando comparada aos outros grupos. Os maiores percentuais de manutenção de cada refeição foram registrados no grupo submetido a Instruções mais Específicas. No geral, nota-se também que, o grupo Instrução Específica manteve mais a opção já inclusa no pacote apresentado (71,08%), independente do cenário, seguido pelo grupo que não recebeu nenhuma instrução (Sem Instrução) (67,14%).

5. DISCUSSÃO

Segundo Dellaert e Stremers (2005) as empresas têm cada vez mais permitindo que os consumidores personalizem seus produtos, em busca de vantagens a partir da satisfação e lealdade do consumidor. Deste modo, a personalização pode ser vista como uma estratégia de diferenciação dos negócios frente aos concorrentes. Nesse contexto, é essencial que as empresas compreendam a eficácia da personalização na prática. Com isso, esse estudo investigou e comparou várias situações que possibilitaram verificar o efeito de enquadramento a partir da personalização de um pacote alimentar para sete dias.

Os resultados mostram que, o preço final dos pacotes alimentares no cenário de *downgrade* foi mais alto do que no cenário de *upgrade*, nas várias situações experimentais em que foi verificado o efeito de enquadramento. Desta forma, conclui-se que, os consumidores submetidos ao cenário de *downgrade* gastaram mais do que aqueles submetidos ao cenário de *upgrade*, assim como evidenciado também no estudo de Mayer, Marques e Santos (2018).

Em relação à escolha pela alternativa superior, ou seja, a ocorrência de troca da refeição inclusa no cenário de *upgrade* e a manutenção da refeição inclusa no de *downgrade*, observou a ocorrência do efeito de enquadramento, para o pacote como um todo. Esse resultado foi verificado quando examinado a diferença entre os grupos experimentais e as suas proporções de escolha, nas diferentes situações experimentais. Deste modo, foi observado que a escolha pela refeição superior foi mais frequente no cenário de *downgrade* em todas as situações experimentais e, com menor frequência de troca, porém existente no cenário de *upgrade*. Os resultados permitem concluir a existência da ocorrência do efeito de enquadramento em ambos os cenários.

Esse resultado, corrobora com os achados e conclusões da pesquisa de Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018) em relação à incidência de escolha pela alternativa superior no enquadramento de *downgrade* do que no enquadramento de *upgrade*, ou seja, houve um comportamento maior de manutenção pela refeição inclusa no cenário de *downgrade* do que uma ocorrência significativa de troca no cenário de *upgrade*. A justificativa para esse comportamento pode ser explicada pelo fato de que os consumidores percebem maior complexidade de decisão e maior perda ao realizarem personalização de *downgrade* (PARK; JUN; MACINNIS, 2000). Segundo Jin, He e Song (2012) é menos provável que os consumidores troquem as alternativas disponíveis na opção de enquadramento de *downgrade*, pois os consumidores apresentam uma percepção de que

parece ter “possuído” todas as opções, induzindo-os a valorizar as alternativas inclusas tornando-os mais relutantes em deixá-las ir, conhecido como efeito posse.

A teoria de Jin, He e Song (2012) indica que para alguns serviços podem existir uma incidência maior do efeito de enquadramento. Essa ocorrência se dará, segundo os autores, de acordo com a sua classificação, podendo ser de natureza central ou de natureza periférica. Assim, existirá uma incidência diferente sobre aqueles componentes considerados mais importantes e sobre aqueles considerados menos importantes. Quando examinado a incidência da escolha pela alternativa superior, neste estudo, levando em consideração todas as refeições disponíveis em cada um dos cenários, observou que, no cenário de *upgrade*, houve, relativamente, um percentual discreto em relação as escolha realizadas pelas alternativas consideradas superiores, almoço e jantar, sendo consideradas pelo Guia Alimentar para População Brasileira (2014) duas das três refeições consideradas principais (café da manhã, almoço e jantar) no consumo alimentar individual a ser realizado no Brasil diariamente.

Levando em consideração o esperado pela teoria dos autores, no cenário de *upgrade* a ocorrência do comportamento de escolha pela alternativa superior deveria ter ocorrido com maior frequência pela opção de troca para as refeições consideradas principais (café da manhã, almoço e jantar). Esse resultado, corrobora com os achados de Mayer, Marques e Santos (2018) onde foi verificada maior incidência de escolha pela alternativa superior no enquadramento de *downgrade* do que no enquadramento de *upgrade* para os serviços considerados mais importantes. Portanto, quando verificado as refeições como componentes de natureza central e de natureza periférica, observa-se que, a centralidade parece não explicar a ocorrência do efeito de enquadramento no cenário de *upgrade* pela baixa porcentagem de escolha pelas refeições superiores (café da manhã, almoço e jantar).

Em relação à manutenção das refeições inclusas disponibilizadas inicialmente no pacote alimentar ao participante, em todas as situações experimentais em que se verificou o efeito de enquadramento, evidenciou que a escolha por manter a refeição inclusa foi mais frequente no cenário de *upgrade*. Diante deste contexto, percebe-se então, a ocorrência de aversão à perda, que sugere que, o valor percebido de uma perda é maior que o valor de um ganho (PARK; JUN; MACINNIS, 2000).

Porém, nota-se que, tanto para o cenário de *upgrade*, quanto para o de *downgrade*, a prevalência é por manter o cardápio do pacote respectivo, desta forma, conclui-se que, o efeito de enquadramento foi comprovado no cenário de *downgrade* (manter as refeições

inclusas). Samuelson e Zeckhauser (1988) explicam que a preferência por determinadas alternativas pode ser influenciada pelo viés do *status quo*, ou seja, manter uma decisão atual, diante de novas opções apresentadas, é quase sempre uma possibilidade de ocorrência mesmo que, uma alteração da atual situação proporcione algum tipo de benefício. Portanto, segundo os autores esse tipo de viés leva o sujeito a escolher as opções predefinidas mesmo quando muitas outras estão disponíveis.

Esses resultados também podem ser justificados pelo fato de que, no enquadramento em que o modelo básico apresenta produtos mais simples e mais baratos, permitindo a personalização através de melhorias na composição do produto, fazer um *upgrade* implicaria em um aumento no preço. E, como o valor percebido de uma perda é maior do que o valor de um ganho, o custo da decisão de se realizar *upgrade* passa a ser percebido como maior que o ganho da composição por produtos superiores. Consequentemente, no enquadramento em que é apresentado o modelo completo, aquele que disponibiliza produtos mais caros e de melhor qualidade, fazer *downgrade* leva a uma percepção de que a perda de qualidade é maior do que o ganho financeiro dependendo da composição do produto (JIN; HE; SONG, 2012).

Quando se verificou o efeito das informações disponíveis nas instruções nutricionais genérica e específica em relação ao grupo que não recebeu nenhuma instrução, evidenciou, nas três situações experimentais em que foram testadas, que os consumidores gastam mais quando não tem acesso a nenhuma instrução se comparado aos outros grupos que receberam algum tipo de instrução. Esse resultado evidência a influência das instruções recebidas pelos sujeitos, quando comparado o preço final do pacote alimentar entre eles, deixando evidente que a falta de acesso a nenhum tipo de instrução pode levar a uma decisão de compra com preço final mais alto.

Segundo Bateson (2000) as instruções disponibilizadas podem indicar aos sujeitos como devem agir e abrir campos de possibilidades, tanto como, tornar restrito ações imagináveis. Neste contexto, os indivíduos precisam estar atentos às sinalizações presentes nas instruções, pois isso influenciará ao fornecer uma resposta adequada diante de uma determinada situação. Os resultados também despontam que os consumidores que tiveram acesso a uma quantidade maior de informações, ou seja, aqueles que receberam a instrução específica apresentaram maior índice de confiança ao optarem por uma refeição com um preço mais alto quando comparado aos sujeitos que receberam uma instrução contendo menos informações (instrução genérica).

Quando se analisou a porcentagem dos grupos experimentais em relação à escolha pela opção de troca, foi possível observar que os grupos que não receberam nenhuma instrução nutricional (grupo controle) e aqueles que receberam uma menor quantidade de informação (instrução genérica) apresentaram menores índices de trocas no cenário de *upgrade*. Ressaltando que, a quantidade de informação recebida influencia na escolha e, consequentemente, na tomada de decisão pela melhor alternativa disponível. Portanto, foi evidenciado a influência da instrução específica, que ressaltava “a importância de estar atento na composição da refeição, ao valor calórico, a certificação de qualidade e ao preço da refeição”, na situação experimental envolvendo o cenário de *upgrade* onde a escolha mais adequada seria trocar a refeição inclusa no pacote inicialmente apresentado.

O mesmo efeito foi notado quando se verificou os índices para manter as refeições inclusas no cardápio predefinido. Deste modo, foi certificado também, de acordo com os resultados encontrados, a ocorrência da influência da quantidade de informação recebida no comportamento de escolha. De modo geral, nota-se que, os sujeitos que receberam algum tipo de instrução (específica ou genérica) apresentaram maiores índices para manter as refeições do cardápio inicialmente apresentado no cenário de *downgrade*. Sendo possível concluir que, os consumidores preferiram manter a refeição superior inclusa no pacote, o que para este contexto seria o esperado, ou seja, a escolha mais adequada a ser tomada.

Os resultados encontrados nesta pesquisa, sobre a influência de instruções no comportamento de escolha, está em consonância com aqueles descritos no estudo de Simonassi et al. (1997) que analisaram o efeito de diferentes conteúdos de instruções sobre o comportamento humano. Os autores evidenciaram que, em um ambiente envolvendo solução de problema, a instrução específica apresentou um efeito maior no comportamento dos sujeitos no sentido de facilitar a solução do problema ao qual o foram expostos, ou seja, no cenário em que houve a introdução da variável independente, instrução específica, a quantidade de sujeitos que conseguiram solucionar o problema foi maior que na condição envolvendo instrução genérica. A ocorrência desse comportamento se deu pelo fato de uma instrução apresentar mais informações que a outra.

Portanto, diante do contexto que envolve a personalização de produtos e serviços no ramo de alimentos, os resultados desta pesquisa confirmam a ocorrência tanto do efeito de enquadramento quanto da influência de instruções no comportamento de escolha do consumidor e, consequentemente, na sua tomada de decisão. Esses resultados podem auxiliar na criação de estratégias para as empresas inseridas no negócio de alimentação. Sendo

possível, ainda, certificar se o consumidor é capaz de identificar as variáveis inseridas em um determinado contexto e escolher a melhor opção disponível, de modo que ele personalize seu pacote alimentar de acordo com suas preferências. Bem como, contribuir para a promoção da saúde saudável, a partir de um cardápio com refeições de baixo custo e com alto valor nutricional, se combinada com iniciativas focadas em políticas públicas eficazes que levam em consideração a realidade local, os contrastes e as desigualdades sociais que interferem no acesso à alimentação.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa testou com sucesso, através de diversas situações experimentais, o efeito de enquadramento e a influência de instruções na personalização de um pacote alimentar para sete dias. Em relação ao o efeito de enquadramento, foi evidenciado que, a composição inicial de uma oferta afeta a composição final escolhida pelos consumidores. Quando os participantes iniciam com um pacote alimentar completo (mais caro), contendo refeições de alto custo, gastam mais do que quando iniciam com um pacote alimentar considerado básico, ou seja, mais barato, composto por refeições de baixo custo. Estes resultados estão em consonância com aqueles encontrados nas pesquisas de Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018).

Quando foram sujeitos a situações de personalização enquadradas como escolhas que levariam a exclusão/*downgrade*, notou-se, uma tendência pela escolha da alternativa mais cara, ou seja, pela refeição inclusa no pacote inicialmente ofertado. Nos estudos de Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018) esse efeito também se mostrou consistente. A justificativa se dá pelo fato de que os consumidores percebem maior complexidade de decisão e maior perda ao realizarem personalização de *downgrade* (PARK; JUN; MACINNIS, 2000).

No cenário de *upgrade*, houve, relativamente, um percentual discreto no comportamento de troca pela alternativa superior para as refeições consideradas principais (café da manhã, almoço e jantar). Esse resultado vai de encontro aos da pesquisa de Mayer, Marques e Santos (2018) onde foi verificada maior incidência de escolha pela alternativa superior no enquadramento de *downgrade* do que no enquadramento de *upgrade* para os serviços considerados mais importantes. Portanto, observa-se que, a centralidade parece não explicar a ocorrência do efeito de enquadramento no cenário de *upgrade* pela baixa porcentagem de escolha pelas refeições superiores (café da manhã, almoço e jantar).

Em relação à manutenção das refeições inclusas disponibilizadas inicialmente no pacote alimentar ao participante, em todas as situações experimentais em que se verificou o efeito de enquadramento, ficou evidente que a escolha por manter a refeição inclusa foi mais frequente no cenário de *upgrade*. Desta forma, no enquadramento em que o modelo básico apresenta produtos mais simples e mais baratos, permitindo a personalização através de melhorias na composição do produto, fazer um *upgrade* implicaria em um aumento no preço. E, como o valor percebido de uma perda é maior do que o valor de um ganho, o custo da decisão de se realizar *upgrade* passa a ser percebido como maior que o ganho da composição por produtos superiores. Porém, nota-se, de forma geral, que no cenário de *downgrade* a prevalência também é por manter o cardápio do pacote respectivo, desta forma, conclui-se que, o efeito de enquadramento foi comprovado no cenário de *downgrade* (manter as refeições inclusas). Esse comportamento se justifica pelo fato de que no enquadramento em que é apresentado o modelo completo, aquele que disponibiliza produtos mais caros e de melhor qualidade, fazer *downgrade* leva a uma percepção de que a perda de qualidade é maior do que o ganho financeiro, sendo esse um dos motivos de sucesso do efeito de enquadramento de *downgrade*.

Portanto, após verificar o efeito de enquadramento de *upgrade* e *downgrade*, através de diversas situações experimentais realizadas, na personalização de um pacote alimentar se torna possível sugerir que a estratégia de personalização mais efetiva para os fornecedores ao apresentar os seus serviços ou produtos no ramo alimentício seria apresentar inicialmente aos consumidores pacotes alimentares completos, contendo refeições de alto custo, que possam ser simplificadas ao invés de uma oferta inicial de pacotes alimentares básicos (de baixo custo) que possam ser melhorados. Essa sugestão de estratégia é consolidada nas descobertas aqui apresentadas, bem como, naquelas evidenciadas nas pesquisas de Jin, He e Song (2012) e Mayer, Marques e Santos (2018), pelo fato de que no enquadramento de *downgrade* em que é apresentado o modelo completo, aquele que disponibiliza produtos mais caros e de melhor qualidade, fazer *downgrade* pode levar a uma percepção de perda de qualidade maior do que o ganho financeiro (economia) obtido.

Porém, vale ressaltar que o ramo alimentício tem sido visto como um negócio promissor, principalmente para as pequenas empresas brasileiras, o que indica um tipo de negócio altamente competitivo em preços. Assim, a oferta de pacotes completos inicialmente apresentados aos consumidores pode colocar em risco a competitividade do negócio. No entanto, como uma estratégia inicial, buscando reduzir este efeito, caso ocorra, seria anunciar

pacotes básicos como um método para atrair os consumidores a conhecer as ofertas mais caras disponíveis, pacotes completos (*downgrade*), facilitando assim uma possível negociação do pacote completo, porém, não descartando o interesse inicial do consumidor.

Também, foram testadas com sucesso a influência das informações disponíveis nas instruções genérica e específica. Os resultados indicam que os consumidores gastam mais quando não tem acesso a nenhum tipo de instrução. A influência da instrução específica também afetou na escolha pela opção de troca, na situação experimental envolvendo o cenário de *upgrade*, indicando uma maior porcentagem de escolha pela alternativa considerada adequada, ou seja, escolha pela opção de troca. Nota-se também que, os sujeitos que receberam algum tipo de instrução (específica ou genérica) apresentaram maiores índices ao manter as refeições do cardápio inicialmente apresentado no cenário de *downgrade*. Sendo possível concluir que, os consumidores preferiram manter a refeição superior inclusa no pacote, o que para este contexto seria o esperado, ou seja, a escolha mais adequada a ser tomada.

Os resultados encontrados que evidenciam o efeito da instrução específica no comportamento de escolha, está em consonância com aqueles descritos no estudo de Simonassi et al. (1997) que também evidenciou o efeito da instrução específica no comportamento dos sujeitos quando expostos a uma tarefa para a solução de problemas. Os autores concluíram que, a quantidade de sujeitos que conseguiram solucionar o problema ao qual foram expostos foi maior na condição que envolveu a instrução específica do que naquela envolvendo instrução genérica. O sucesso pela ocorrência desse comportamento se deu pelo fato de uma instrução apresentar mais informações que a outra.

Neste contexto, em que se verificou o efeito das instruções, nota-se que as informações presentes em uma instrução podem interferir na escolha durante a composição de um pacote alimentar e, conseqüentemente, no processo de tomada de decisão. A influência da instrução específica e genérica ou a sua ausência pode interferir no valor final pago por um serviço ou produto, como foi visto no comportamento dos consumidores que não foram expostos a nenhum tipo de instrução, ou seja, a falta de acesso às informações disponíveis nas instruções propiciou um aumento no valor final pago pelo pacote alimentar escolhido por aqueles consumidores. Vale ressaltar que o acesso à instrução específica pode auxiliar na escolha pela alternativa considerada mais adequada de acordo com o contexto o qual o consumidor esteja envolvido, como por exemplo, manter a opção inclusa (*downgrade*) ou escolher pela opção de troca (*upgrade*). Podemos concluir, com as descobertas aqui

apresentadas, que a ocorrência de determinadas escolhas realizadas nesta pesquisa se deu pelo fato de uma instrução apresentar mais informações que a outra. De acordo com Bateson (2000) as instruções disponibilizadas indicam aos sujeitos como devem agir, por isso, os indivíduos precisam estar atentos às sinalizações presentes nas instruções, pois isso influenciará ao fornecer uma resposta adequada diante de uma determinada situação.

Ainda são desejáveis pesquisas nesse campo que busquem evidenciar o efeito de enquadramento, bem como, das informações presentes nas instruções no ramo alimentício, que busquem testar a ocorrência dessas variáveis a fim de colaborar no sentido de consolidar a teoria a partir do acúmulo de evidências. É necessário investigar mais detalhadamente sobre o efeito de enquadramento quando há uma classificação dos produtos em centrais e periféricos. Ressalta ainda que, os achados e explicativas realizadas nesta pesquisa necessitam de uma base empírica mais sólida, para justificar com mais precisão a influência das variáveis independentes, aqui testadas, no comportamento de escolha. Por fim, para futuros estudos espera-se que os resultados do efeito de enquadramento, bem como, das informações disponíveis nas instruções, sejam observados em situações reais, pois isso aproximaria a teoria da prática, proporcionando elaborar estratégias mais efetivas para que as empresas se destaquem de seus concorrentes.

REFERENCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação-Geral da Política de Alimentação e Nutrição. Guia alimentar para a população brasileira. Brasília: Ministério da Saúde; 2014.

BATESON, G. **Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology**. University of Chicago Press, 2000.

CARVALHO, C. M .R. G.; NOGUEIRA, A. M. T.; TELES, G. B. M.; PAZ, S. M. R.; SOUSA, R. M. L. Food consumption by adolescents enrolled in a private high school in the city of Teresina, Piauí, Brazil. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 14 n. 2 p. 85-93 maio/ago., 2001.

CERTO, S. C. Tomada de decisões. **Administração moderna**, v. 9, p. 123-145, 2005.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**- Porto Alegre: Bookman, 2003.

CUSINATO, R. T. Teoria da decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada: conceitos analíticos e paradoxos. Dissertação de Mestrado- UFRGS, 2003.

DELLAERT, Benedict GC; STREMERSCHE, Stefan. Marketing de produtos personalizados em massa: encontrar um equilíbrio entre utilidade e complexidade. **Journal of marketing research**, 42.2: 219-227, 2005.

DING, M.; GREWAL, R.; LIECHTY, J. Incentive-aligned conjoint analysis. **Journal of marketing research**, v. 42, n. 1, p. 67-82, 2005.

EYSENCK, Michael W. **Principles of cognitive psychology**. Psychology Press, 2001.

FRANKE, N.; SCHREIER, M.; KAISER, U. The “I designed it myself” effect in mass customization. **Management science**, v. 56, n. 1, p. 125-140, 2010.

FONG, L. H. N. et al. Experimental research in hospitality and tourism: a critical review. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 2016.

GRODERS, E. D. Preferências do consumidor por produtos orgânicos: nudges e o uso de normas descritivas. 2017.

GUTHRIE, C., RACHLINSKI, J. J. WISTRICH, A. J. Inside the judicial mind. **Cornell Law Review**, 86 (4), 777-830, 2001.

GUZELLER, C. O.; CELIKER, N. Experimental Researches in Tourism - A Bibliometric Analysis. **International Journal of Business Administration and Management Research**, 3(4), 25, 2017.

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

HASTIE, Reid. Problems for judgment and decision making. **Annual review of psychology**, v. 52, n. 1, p. 653-683, 2001.

HERNANDEZ, J. M.; BASSO, K.; BRANDÃO, M.M. **Pesquisa experimental em marketing**. REMark – Revista Brasileira de Marketing, v. 13, n. 2, p. 96, 2014.

JIN, L.; HE, Y.; SONG, H. Service customization: To upgrade or to downgrade? An investigation of how option framing affects tourists' choice of package-tour services. **Tourism Management**, v. 33, n. 2, p. 266-275, 2012.

JIMENEZ, S. B.; RODRIGUEZ, B. G. **Processos psicológicos básicos**. Madrid: Editorial Universitas, 1996.

KÜHBERGER, A. The influence of framing on risky decisions: A meta-analysis. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 75, n. 1, p. 23-55, 1998.

KURNIAWAN, S.H.; Richard H. A.; TSENG, M. M. Consumer decision quality in mass customisation. **International Journal of Mass Customisation**, v. 1, n. 2-3, p. 176-194, 2006.

LEANDRO, S. M. et al. Proposta de um modelo para refeições digitais. Tese de doutorado, Unisversidade de São Carlos, 2017.

LEVIN, I. P. et al. A tale of two pizzas: Building up from a basic product versus scaling down from a fully-loaded product. **Marketing Letters**, v. 13, n. 4, p. 335-344, 2002.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

MAYER, V. F; MARQUES, O. R. B; SANTOS, G. E. O. Escolha da Composição de Pacotes Turísticos: Um Estudo Experimental Sobre o Efeito de Enquadramento de Opções. **In: 5º Congresso Brasileiro de Economia e Finanças Comportamentais -FGV EAESP**, São Paulo, 2018.

MENDONÇA, R. F.; SIMÕES, P. G. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, 27.79: 187-201, 2012.

NORTHCRAFT, G. B.; NEALE, M. A. Experts, amateurs, and real estate: An anchoring-and-adjustment perspective on property pricing decisions. **Organizational behavior and human decision processes**, v. 39, n. 1, p. 84-97, 1987.

RACHLIN, H. et al. Cognition and behavior in studies of choice. **Psychological review**, v. 93, n. 1, p. 33, 1986.

RACHLIN, H. **Judgment, decision, and choice: A cognitive/behavioral synthesis**. WH Freeman/Times Books/Henry Holt & Co, 1989.

RIBEIRO, B. T.; GARCEZ, P. M. **Sociolinguística interacional**. 2. ed. São Paulo, Loyola, 2002.

PARK, C. W.; JUN, S. Y.; MACINNIS, D. J. Choosing what I want versus rejecting what I do not want: An application of decision framing to product option choice decisions. **Journal of Marketing Research**, 37(2), 187–202, 2000.

PLOUS, Scott. **The psychology of judgment and decision making**. McGraw-Hill Book Company, 1993.

RAPP, J. M.; HILL, R. P. "Lordy, Lordy, olha quem tem 40 anos!" O Journal of Consumer Research atinge um marco. **Journal of Consumer Research**, v. 42, n. 1, p. 19-29, 2015.

SAMUELSON, W.; ZECKHAUSER, R. Status quo bias in decision making. **Journal of risk and uncertainty**, 1988.

SAMSON, A.; LOEWENSTEIN, G. **The Behavioral Economics**. Guide, 2014.

SIMONASSI, L. E. et al. Instruções: efeito sobre solução de problema e formulação de regras. **Temas em Psicologia**, v. 5, n. 1, p. 79-92, 1997.

SKINNER, B.F. **About Behaviorism**. New York: Appleton Century-Crofts, 1974.

SKINNER, B. F. **Skinner for the classroom: Selected papers**. Research PressPub, 1982.

STERNBERG, R. J.; MIO, J. S. **Cognitive psychology**. Wadsworth Publishing Company, 2009.

SUN, J. et al. A review on 3D printing for customized food fabrication. **Procedia Manufacturing**, v. 1, p. 308-319, 2015.

TEIXEIRA, L. V. Análise sensorial na indústria de alimentos. **Revista do Instituto de Laticínios Cândido Tostes**, v. 64, n. 366, p. 12-21, 2009.

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

TODOROV, J. C. Behaviorismo e análise experimental do comportamento. **Cadernos de Análise do Comportamento**, 10-23, 1982.

TODOROV, J.C. A psicologia como o estudo de interações. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, 5, 325-347, 1989.

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

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Belief in the law of small numbers. **Psychological Bulletin**, Washington, v. 76, n. 2, p. 105-110, 1971.

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

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**1, 211, 453–458, 1981.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Choices, values, and frames. In: **Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I**. p. 269-278, 1984.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, Daniel. Prospect theory: An analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263-291, 1979.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Advances in prospect theory: Cumulative representation of uncertainty. **Journal of Risk and uncertainty**, v. 5, n. 4, p. 297-323, 1992.

VARIAN, H. R. Microeconomia: uma abordagem moderna. **Rio de Janeiro, RJ-8ª edição: Elsevier**, 2012.

VON NEUMANN, J.; MORGENSTERN, O. Theory of games and economic behavior, Princeton Univ. **Press, Princeton**, 1944.

WILLIAMS, J. M. G. et al. **Cognitive psychology and emotional disorders**. John Wiley & Sons, 1997.

WU, J.J. Influence of market orientation and strategy on travel industry performance: an empirical study of e-commerce in Taiwan. **Tourism Management**, v. 25, n. 3, p. 357-365, 2004.

ANEXO 1



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada “Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas”. Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, assine ao final deste documento, que está impresso em duas vias, sendo que uma delas é sua e a outra pertence à pesquisadora responsável. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas *sobre a pesquisa* poderão ser esclarecidas pela pesquisadora responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas *sobre os seus direitos* como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa** da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como “APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS”, tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição de o seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais

refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer *downgrades* ou *upgrades* ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos.

A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário.

Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu....., inscrito (a)
sob o RG/ CPF....., abaixo assinado, concordo em participar

do estudo intitulado “Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas”. Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

Catalão, de de

Assinatura por extenso do (a) participante

ANDRÉ VASCONCELOS DA SILVA
Pesquisador responsável

SULAMITA DA SILVA LUCAS
Pesquisador responsável

APÊNDICE A

CONVITE

Gostaríamos de convidá-lo (a) a participar desta pesquisa, caso você tenha o hábito pela compra por refeições. Sua participação é muito importante para o nosso estudo que busca investigar a escolha por produtos alimentares. Se aceitar este convite, sua participação consistirá em responder a um questionário online sobre a compra e personalização de um pacote alimentar para sete dias. Solicitaremos o (a) Sr.(a) sua participação em uma simulação de compra de um pacote alimentar. Todo esse procedimento levará cerca de 10 minutos.

Os pesquisadores são treinados para realizar esta pesquisa e compromete-se a guardar sigilo de todas as informações obtidas. Você receberá um link para acessar o questionário online e o seu nome não constará no banco de dados que será utilizado para a análise. Na divulgação dos dados, nunca será mencionado o nome de qualquer pessoa que tenha respondido ao questionário, e ninguém, além dos pesquisadores responsáveis, terá acesso aos nomes dos entrevistados nesta pesquisa. Caso aceite participar da pesquisa acesse o link indicado no e-mail.

APÊNDICE B

INSTRUÇÃO ESPECÍFICA

FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:

“Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia (café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia), sendo necessário estar atenta a composição da refeição, ao valor calórico, a certificação de qualidade e ao preço da refeição, pois sabe-se que, essas refeições são consideradas essências para se ter uma vida saudável”.

APÊNDICE C

INSTRUÇÃO GENÉRICA

FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:

“Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia, sendo elas: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia”.

APÊNDICE
INSTRUÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DA TAREFA –
CENÁRIO DOWNGRADE

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

- Café da manhã;
- Colação;
- Almoço;
- Lanche da tarde;
- Jantar e
- Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não inclusas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer *downgrades*, ou seja, escolher por refeições mais baratas, você terá um desconto no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições inclusas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, reduzindo o valor final do mesmo. Porém, caso deseje customizar seu pacote não será disponibilizado para você a retirada do valor descontado no seu pacote alimentar.

APÊNDICE E

INSTRUÇÃO PARA A REALIZAÇÃO DA TAREFA – CENÁRIO *UPGRADE*

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

- Café da manhã;
- Colação;
- Almoço;
- Lanche da tarde;
- Jantar e
- Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, você poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não inclusas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras, você terá um aumento no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições inclusas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, aumentando o valor final do mesmo. Porém, caso deseje personalizar seu pacote você pagará pela diferença do valor aumentado no seu pacote alimentar.

APÊNDICE F

PACOTE ALIMENTAR - REFEIÇÕES INCLUSAS E OPÇÕES DE TROCA
CENÁRIO DOWNGRADE

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum Alimento/Medida caseira Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Desjejum Alimento/Medida caseira Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Maçã (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade Incluído (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodela) Suco de laranja natural (1 copo pequeno) Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 17,29) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

APÊNDICE G

PACOTE ALIMENTAR - REFEIÇÕES INCLUSAS E OPÇÕES DE TROCA
CENÁRIO UPGRADE

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum Alimento/Medida caseira Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Desjejum Alimento/Medida caseira Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Almoço Alimento/Medida caseira Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Lanche da Tarde I Alimento/Medida caseira Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira Maçã (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64) 
REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodelas) Suco de laranja natural (1 copo pequeno) Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Alimento/Medida caseira Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29) 

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Chá de camomila (1 xícara de chá)	Suco de melancia (1 copo pequeno)
Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 8,64)
	

APÊNDICE H

INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Cenário de *Downgrade* - Instrução Genérica

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer downgrades ou upgrades ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos. A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário. Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

https://docs.google.com/forms/d/1KgZ8MSFi7AX5vOZAn0ROULJPfHUK_ZQ9mAKP34Ctok/edit

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

***Obrigatório**

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução Genérica**FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:**

Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia, sendo elas: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia.

Instrução - G1/IG/Cdow

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

-Café da manhã;
 -Colação;
 -Almoço;
 -Lanche da tarde;
 -Jantar e
 -Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não inclusas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas, você terá um desconto no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições inclusas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, reduzindo o valor final do mesmo. Porém, caso deseje customizar seu pacote não será disponibilizado para você a retirada do valor descontado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum Alimento/Medida caseira Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0) 	Desjejum Alimento/Medida caseira Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xicara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64) 

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Leite Desnatado (1 copo pequeno); Café puro (1 xicara de café); Torrada (2 unidades); Requeijão cremoso light (2 pontas de faca)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte natural (1 pote individual); Banana prata (1 unidade)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas);Tomate (3 rodela); Cenoura ralada (2 colheres de sopa; Filé de frango (1 unidade); Quiabo (2 colheres de sopa); Arroz branco cozido (3 colheres de sopa);Feijão carioca cozido (1 concha pequena)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Vitamina de Abacate (1 copo grande); Bolacha integral (4 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Maça (1 unidade média)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Tomate cereja (5 unidades)	Crepio de Frango:
Abóbora cabotiã assada (2 fatias grandes)	Queijo minas frescal (1 fatia pequena)
Filê de frango em cubos (3 colheres de sopa)	Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa)
Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)	Tomate (3 rodela)
Kcal por refeição 345 kcal	Suco de laranja natural (1 copo pequeno)
Com certificação de qualidade	Kcal por refeição 347 kcal
INCLUÍDO (+RS 0)	Sem certificação de qualidade
	ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Crepio de Frango:Queijo minas frescal (1 fatia pequena); Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa); Tomate (3 rodela); Suco de laranja natural (1 copo pequeno)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Ceia Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Chá de camomila (1 xícara de chá)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Composição do prato
☐ Valor calórico
☐ Certificação de qualidade
☐ Preço
☐ Por estar incluso no pacote alimentar
☐ Outro: _____

Cenário de *Downgrade* - Instrução Específica

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer *downgrades* ou *upgrades* ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos.

A pesquisa não acarretará riscos à saúde, à integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário.

Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

*Obrigatório

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução Específica

FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:

Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia (café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde, jantar e ceia), sendo necessário estar atenta a composição da refeição, ao valor calórico, a certificação de qualidade e ao preço da refeição, pois sabe-se que, essas refeições são consideradas essências para se ter uma vida saudável.

Instrução - G2/IE/Cdow

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

-Café da manhã;
 -Colação;
 -Almoço;
 -Lanche da tarde;
 -Jantar e
 -Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não inclusas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas, você terá um desconto no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições inclusas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, reduzindo o valor final do mesmo. Porém, caso deseje customizar seu pacote não será disponibilizado para você a retirada do valor descontado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xicara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Leite Desnatado (1 copo pequeno); Café puro (1 xicara de café); Torrada (2 unidades); Requeijão cremoso light (2 pontas de faca)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte natural (1 pote individual); Banana prata (1 unidade)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas);Tomate (3 rodela); Cenoura ralada (2 colheres de sopa; Filé de frango (1 unidade); Quiabo (2 colheres de sopa); Arroz branco cozido (3 colheres de sopa);Feijão carioca cozido (1 concha pequena)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Vitamina de Abacate (1 copo grande); Bolacha integral (4 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Maça (1 unidade média)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Tomate cereja (5 unidades)	Crepioça de Frango:
Abobora cabotiã assada (2 fatias grandes)	Queijo minas frescal (1 fatia pequena)
Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa)	Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa)
Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)	Tomate (3 rodela)
Kcal por refeição 345 kcal	Suco de laranja natural (1 copo pequeno)
Com certificação de qualidade	Kcal por refeição 347 kcal
INCLUÍDO (+RS 0)	Sem certificação de qualidade
	ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Crepioça de Frango:Queijo minas frescal (1 fatia pequena); Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa); Tomate (3 rodela); Suco de laranja natural (1 copo pequeno)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Ceia Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Chá de camomila (1 xícara de chá)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Composição do prato
☐ Valor calórico
☐ Certificação de qualidade
☐ Preço
☐ Por estar incluso no pacote alimentar
☐ Outro: _____

Cenário de Downgrade - Sem Instruções

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer downgrades ou upgrades ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos. A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário. Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

***Obrigatório**

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução - G3/SI/Cdow

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

-Café da manhã;
 -Colação;
 -Almoço;
 -Lanche da tarde;
 -Jantar e
 -Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas, você terá um desconto no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições incluídas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, reduzindo o valor final do mesmo. Porém, caso deseje customizar seu pacote não será disponibilizado para você a retirada do valor descontado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xicara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Leite Desnatado (1 copo pequeno); Café puro (1 xicara de café); Torrada (2 unidades); Requeijão cremoso light (2 pontas de faca)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação Alimento/Medida caseira Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades) Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0)	Colação Alimento/Medida caseira Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade) Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-R\$ 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte natural (1 pote individual); Banana prata (1 unidade)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa) Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena) Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas);Tomate (3 rodela); Cenoura ralada (2 colheres de sopa; Filé de frango (1 unidade); Quiabo (2 colheres de sopa); Arroz branco cozido (3 colheres de sopa);Feijão carioca cozido (1 concha pequena)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades) Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades) Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Vitamina de Abacate (1 copo grande); Bolacha integral (4 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Maça (1 unidade média)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Tomate cereja (5 unidades)	Crepioça de Frango:
Abobora cabotiã assada (2 fatias grandes)	Queijo minas frescal (1 fatia pequena)
Filê de frango em cubos (3 colheres de sopa)	Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa)
Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)	Tomate (3 rodela)
Kcal por refeição 345 kcal	Suco de laranja natural (1 copo pequeno)
Com certificação de qualidade	Kcal por refeição 347 kcal
INCLUÍDO (+RS 0)	Sem certificação de qualidade
	ECONOMIA DE (-RS 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Crepioça de Frango:Queijo minas frescal (1 fatia pequena); Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa); Tomate (3 rodela); Suco de laranja natural (1 copo pequeno)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá customizar seu pacote alimentar através de downgrades, ou seja, escolher por refeições mais baratas. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia Alimento/Medida caseira Suco de melancia (1 copo pequeno) Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0)	Ceia Alimento/Medida caseira Chá de camomila (1 xícara de chá) Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade ECONOMIA DE (-RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Chá de camomila (1 xícara de chá)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas? *

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Composição do prato
☐ Valor calórico
☐ Certificação de qualidade
☐ Preço
☐ Por estar incluso no pacote alimentar
☐ Outro: _____

Cenário de Upgrade - Instrução Genérica

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer downgrades ou upgrades ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos.

A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário.

Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

***Obrigatório**

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução Genérica**FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:**

Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia, sendo elas: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia.

Instrução - G5/IG/Cup

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

-Café da manhã;
 -Colação;
 -Almoço;
 -Lanche da tarde;
 -Jantar e
 -Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, você poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras, você terá um aumento no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições incluídas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, aumentando o valor final do mesmo. Porém, caso deseje personalizar seu pacote você pagará pela diferença do valor aumentado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xícara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Banana da terra assada (1 unidade; Canela em pó (2 pitadas); Amêndoas laminadas (1 colher de sopa)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação	Colação
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade)	Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades)
Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte com Whey 14 g (250 gramas); Castanha de caju (5 unidades)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena)	Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUIDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas); Rúcula (6 folhas); Mussarela de búfala (3 unidades); Salmão (1 filé médio); Shimeji (2 colheres de sopa); Aspargos grelhados (2 unidades); Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades)	Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades)
Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Coco (1 pedaço (60 gramas)); Morango orgânico (4 unidades); Ovos mexidos (2 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Pitaya (½ unidade)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodela) Suco de laranja natural (1 copo pequeno)	Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Tomate cereja (5 unidades); Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes); Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa); Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Chá de camomila (1 xícara de chá)	Suco de melancia (1 copo pequeno)
Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Suco de melancia (1 copo pequeno)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas?*Marque todas que se aplicam.*

- ☐ Composição do prato
- ☐ Valor calórico
- ☐ Certificação de qualidade
- ☐ Preço
- ☐ Por estar incluso no pacote alimentar
- ☐ Outro: _____

Powered by
 Google Forms

Cenário de Upgrade - Instrução Específica

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer downgrades ou upgrades ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos.

A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário.

Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

***Obrigatório**

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução Específica

FAÇA A LEITURA COM ATENÇÃO DO TEXTO A SEGUIR:

Alimentar-se bem diariamente é uma forma de cuidar da própria saúde, por isso devemos pensar no corpo como uma máquina que precisa de combustível de qualidade. A má alimentação pode estar associada às doenças como gastrite, diabetes, obesidade, colesterol elevado e hipertensão. Portanto, desenvolver hábitos alimentares que reduzem a incidência dessas doenças é fundamental para se ter uma vida saudável. Portanto, conforme afirma o nutricionista Dr. Dino Silva, sumidade internacional, o ideal é fazer todas as refeições ao dia (café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia), sendo necessário estar atenta a composição da refeição, ao valor calórico, a certificação de qualidade e ao preço da refeição, pois sabe-se que, essas refeições são consideradas essências para se ter uma vida saudável.

Instrução - G4/IE/Cup

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

- Café da manhã;
- Colação;
- Almoço;
- Lanche da tarde;
- Jantar e
- Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, você poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não inclusas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras, você terá um aumento no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições inclusas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, aumentando o valor final do mesmo. Porém, caso deseje personalizar seu pacote você pagará pela diferença do valor aumentado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Leite Desnatado (1 copo pequeno) Café puro (1 xicara de café) Torrada (2 unidades) Requeijão cremoso light (2 pontas de faca) Kcal por refeição 125 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Banana da terra assada (1 unidade) Canela em pó (2 pitadas) Amêndoas laminadas (1 colher de sopa) Kcal por refeição 129 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Banana da terra assada (1 unidade; Canela em pó (2 pitadas); Amêndoas laminadas (1 colher de sopa)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação	Colação
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade)	Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades)
Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte com Whey 14 g (250 gramas); Castanha de caju (5 unidades)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena)	Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUIDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas); Rúcula (6 folhas); Mussarela de búfala (3 unidades); Salmão (1 filé médio); Shimeji (2 colheres de sopa); Aspargos grelhados (2 unidades); Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades)	Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades)
Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Coco (1 pedaço (60 gramas)); Morango orgânico (4 unidades); Ovos mexidos (2 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Pitaya (½ unidade)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodela) Suco de laranja natural (1 copo pequeno)	Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Tomate cereja (5 unidades); Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes); Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa); Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Chá de camomila (1 xícara de chá)	Suco de melancia (1 copo pequeno)
Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Suco de melancia (1 copo pequeno)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas?*Marque todas que se aplicam.*

- ☐ Composição do prato
- ☐ Valor calórico
- ☐ Certificação de qualidade
- ☐ Preço
- ☐ Por estar incluso no pacote alimentar
- ☐ Outro: _____

Powered by
 Google Forms

Cenário de Upgrade - Sem instruções

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO ORGANIZACIONAL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO - TCLE

Você/Sr./Sra. está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa intitulada "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Meu nome é André Vasconcelos da Silva, sou o pesquisador responsável e minha área de atuação é Tomada de decisão – Psicologia Econômica. Após receber os esclarecimentos e as informações a seguir, se você aceitar fazer parte do estudo, confirme ao final deste documento. Esclareço que em caso de recusa na participação você não será penalizado (a) de forma alguma. Mas se aceitar participar, as dúvidas sobre a pesquisa poderão ser esclarecidas pelo pesquisador responsável, via e-mail (andre.silva.ufg@gmail.com) e, inclusive, sob forma de ligação a cobrar, através do seguinte contato telefônico: (64) 981460011. Ao persistirem as dúvidas sobre os seus direitos como participante desta pesquisa, você também poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás Regional Catalão, CEP: 75704-020, pelo telefone (64) 3441-7609.

1. Informações Importantes sobre a Pesquisa:

Esta pesquisa, desenvolvida junto ao Laboratório de Análise Organizacional e Consumo (LACOC) e ao Mestrado Profissional em Gestão Organizacional da Universidade Federal de Goiás, intitulada como "APLICAÇÃO DE MODELOS DE PREFERÊNCIA E ESCOLHA A SITUAÇÕES ECONÔMICAS", tem como objetivo verificar o uso de lei da igualação de preferência e escolha em situações controladas relacionadas a cenários econômicos. De forma pontual, objetiva-se verificar se a preferência de escolha pode ser influenciada por aspectos relativos aos eventos ambientais antecedentes (cenários e história de escolha) e eventos ambientais consequentes (probabilidade de reforçamento, perda de reforçadores, latência dos reforçadores, número de atributos dos reforçadores, esquemas de reforçamento). A finalidade desta pesquisa, portanto, é entender quais variáveis influenciam a tomada de decisão dos indivíduos, quando se trata compra por produtos alimentares.

A coleta de dados envolverá simulações de compra, projetadas por meio computacional. Consistirá em uma simulação de compra por produtos alimentares por meio de um questionário online. Será apresentado durante a simulação um pacote alimentar contendo as seguintes refeições: café da manhã, colação, almoço, lanche da tarde I, lanche da tarde II, jantar e ceia. Os participantes poderão escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, ele poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado. Caso tenha interesse em fazer downgrades ou upgrades ele terá um desconto ou um aumento no valor final do pacote. Serão disponibilizadas, durante a simulação e apresentação das refeições, as seguintes informações: composição da refeição, valor calórico, certificação de qualidade e o preço da refeição. Assim, o objetivo desta pesquisa é verificar a frequência do comportamento e os determinantes que influenciam as suas escolhas dos indivíduos.

A pesquisa não acarretará riscos à saúde, a integridade moral, psíquica, física e social dos participantes e pesquisadores, assim como não haverá prejuízos financeiros. A não existência de riscos se deve ao fato de o estudo ser realizado em condições simuladas e lúdicas. Caso o participante tenha interesse em desistir durante o experimento não há impedimentos, basta informar aos experimentadores da sua desistência.

Essa pesquisa gerará benefícios aos sujeitos envolvidos, a instituição e a sociedade. Aos participantes será gerado conhecimento sobre o assunto estudado, como a compreensão dos determinantes do comportamento de escolha. Os benefícios gerados para a instituição serão: a capacidade de desenvolver estratégias gerenciais que otimizem as escolhas dos agentes econômicos, assim, como publicações científicas. E por fim, para a sociedade será gerado contribuição a partir da aplicação de teorias comportamentais que buscam descrever os processos determinantes da escolha e decisão. Nenhum tipo de pagamento ou gratificação financeira será disponibilizado pela participação na pesquisa, por se tratar de um ato voluntário.

Para a participação na pesquisa não haverá gastos com transporte, alimentação, e caso seja necessário, as ligações poderão ser realizadas a cobrar no número de telefone anteriormente disponibilizado. Todos os custos referentes à realização da pesquisa serão por conta dos pesquisadores, portanto o participante não terá nenhuma despesa durante a realização da pesquisa.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

A imagem do participante NÃO será divulgada nos resultados publicados da pesquisa. Sua identidade NÃO será exposta, pois esta pesquisa possui caráter sigiloso. Caso perceba algum risco ou dano à sua saúde, poderá desistir de participar do experimento imediatamente, bem como, possui total liberdade de se recusar a responder questões que lhe causem constrangimento durante o experimento.

Sendo assim, é expressamente garantida a liberdade do participante de se recusar a participar ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma.

Informamos ao participante o direito de pleitear indenização (reparação a danos imediatos ou futuros), garantida em lei, decorrentes da sua participação na pesquisa.

Os resultados das pesquisas serão tornados públicos, através de publicação dos mesmos em dissertações de mestrado, periódicos, evento científico, capítulo de livro entre outros meios de divulgação científica.

2. Consentimento da Participação na Pesquisa:

Eu, concordo em participar do estudo intitulado "Aplicação de Modelos de Preferência e Escolha a situações Econômicas". Informo ter mais de 18 anos de idade e destaco que minha participação nesta pesquisa é de caráter voluntário. Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelos pesquisadores responsáveis André Vasconcelos da Silva e Sulamita da Silva Lucas sobre a pesquisa, os procedimentos e métodos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação no estudo. Foi-me garantido que posso retirar meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade. Declaro, portanto, que concordo com a minha participação no projeto de pesquisa acima descrito.

***Obrigatório**

1. Endereço de e-mail *

Dados sociodemográficos

2. Qual seu nome? *

3. Qual a sua idade? *

4. Qual seu sexo? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Feminino

☐ Masculino

5. Qual seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Bacharelado/Licenciatura

☐ Especialização

☐ Mestrado/Doutorado

☐ Outro:

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

6. Qual a sua renda familiar? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Até 2 salários mínimos
- ☐ De 2 a 4 salários mínimos
- ☐ De 4 a 10 salários mínimos
- ☐ De 10 a 20 salários mínimos
- ☐ Acima de 20 salários mínimos

7. Qual seu estado civil? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Amasiado (a)
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ Outro: _____

Dados socioantropométricos**8. Qual a sua altura em cm (por exemplo: 180 cm)? ***

9. Qual seu peso em Kg (por exemplo: 56,300 kg)? *

10. Com relação a você, como você se classifica? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito gordo (a)
- ☐ Gordo (a)
- ☐ Normal
- ☐ Magro (a)
- ☐ Muito magro (a)

11. Onde você realiza na maioria das vezes as suas refeições? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em casa
- ☐ Restaurante/Lanchonete
- ☐ Outro: _____

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

12. Você acha que você come **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Em excesso
- ☐ Muito
- ☐ Normal
- ☐ Pouco
- ☐ Muito Pouco

13. Qual seu nível de atividade física? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Muito ativo (a)
- ☐ Ativo (a)
- ☐ Irregularmente ativo (a)
- ☐ Sedentário (a)

Instrução - G6/SI/Cup

Imagine que você recebeu uma promoção e ganhou um pacote alimentar para sete dias. Este pacote alimentar custa R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos) por pessoa, durante sete dias, e tem incluso as seguintes refeições:

-Café da manhã;
 -Colação;
 -Almoço;
 -Lanche da tarde;
 -Jantar e
 -Ceia.

Você poderá escolher a composição do seu pacote alimentar. Portanto, caso deseje, você poderá personalizar seu pacote, trocando uma ou mais refeições não incluídas no pacote inicialmente apresentado para você. Caso tenha interesse em fazer upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras, você terá um aumento no valor final do pacote, podendo chegar ao valor final de até R\$ 1.089,27 (Um mil e oitenta e nove reais e vinte sete centavos).

Lembre-se você ganhou um pacote alimentar no valor de R\$ 544,46 (quinhentos e quarenta e quatro reais e quarenta e seis centavos). Se você desejar, poderá trocar uma ou mais refeições incluídas no Plano Alimentar inicialmente apresentado no seu pacote, aumentando o valor final do mesmo. Porém, caso deseje personalizar seu pacote você pagará pela diferença do valor aumentado no seu pacote alimentar.

Simulação de compra - Desjejum

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Desjejum	Desjejum
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Leite Desnatado (1 copo pequeno)	Banana da terra assada (1 unidade)
Café puro (1 xícara de café)	Canela em pó (2 pitadas)
Torrada (2 unidades)	Amêndoas laminadas (1 colher de sopa)
Requeijão cremoso light (2 pontas de faca)	Kcal por refeição 129 kcal
Kcal por refeição 125 kcal	Com certificação de qualidade
Sem certificação de qualidade	AUMENTO DE (+RS 8,64)
INCLUIDO (+RS 0,00)	
	

14. Você deseja manter a refeição de DESJEJUM inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

15. Você deseja escolher a opção de troca (Banana da terra assada (1 unidade; Canela em pó (2 pitadas); Amêndoas laminadas (1 colher de sopa)) da refeição de DESJEJUM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

16. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - COLAÇÃO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Colação	Colação
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Iogurte natural (1 pote individual) Banana prata (1 unidade)	Iogurte com Whey 14 g (250 gramas) Castanha de caju (5 unidades)
Kcal por refeição 214 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 205 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

17. Você deseja manter a refeição de COLAÇÃO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. Você deseja escolher a opção de troca (iogurte com Whey 14 g (250 gramas); Castanha de caju (5 unidades)) da refeição de COLAÇÃO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

19. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - ALMOÇO

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Almoço	Almoço
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Alface (4 folhas) Tomate (3 rodela) Cenoura ralada (2 colheres de sopa) Filé de frango (1 unidade) Quiabo (2 colheres de sopa) Arroz branco cozido (3 colheres de sopa) Feijão carioca cozido (1 concha pequena)	Alface (4 folhas) Rúcula (6 folhas) Mussarela de búfala (3 unidades) Salmão (1 filé médio) Shimeji (2 colheres de sopa) Aspargos grelhados (2 unidades) Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 373 kcal Sem certificação de qualidade INCLUIDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 350 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

20. Você deseja manter a refeição de ALMOÇO inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

21. Você deseja escolher a opção de troca (Alface (4 folhas); Rúcula (6 folhas); Mussarela de búfala (3 unidades); Salmão (1 filé médio); Shimeji (2 colheres de sopa); Aspargos grelhados (2 unidades); Purê de mandioquinha (3 colheres de sopa)) da refeição de ALMOÇO? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

22. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE I

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde I	Lanche da Tarde I
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Vitamina de Abacate (1 copo grande) Bolacha integral (4 unidades)	Coco (1 pedaço (60 gramas)) Morango orgânico (4 unidades)
Kcal por refeição 370 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Ovos mexidos (2 unidades) Kcal por refeição 366 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

23. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE I inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

24. Você deseja escolher a opção de troca (Coco (1 pedaço (60 gramas)); Morango orgânico (4 unidades); Ovos mexidos (2 unidades)) da refeição LANCHE DA TARDE I? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

25. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - LANCHE DA TARDE II

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Lanche da Tarde II	Lanche da Tarde II
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Maça (1 unidade média) Kcal por refeição 38 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Pitaya (½ unidade) Kcal por refeição 43 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

26. Você deseja manter a refeição de LANCHE DA TARDE II inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

27. Você deseja escolher a opção de troca (Pitaya (½ unidade)) da refeição LANCHE DA TARDE II? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

28. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - JANTAR

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Jantar	Jantar
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Crepioca de Frango: Queijo minas frescal (1 fatia pequena) Peito de frango desfiado (3 colheres de sopa) Tomate (3 rodela) Suco de laranja natural (1 copo pequeno)	Tomate cereja (5 unidades) Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes) Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa) Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)
Kcal por refeição 347 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+R\$ 0,00)	Kcal por refeição 345 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+R\$ 17,29)
	

29. Você deseja manter a refeição de JANTAR inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

30. Você deseja escolher a opção de troca (Tomate cereja (5 unidades); Abobora cabotiá assada (2 fatias grandes); Filé de frango em cubos (3 colheres de sopa); Grão de bico cozido (3 colheres de sopa)) da refeição JANTAR? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

31. Justifique a sua escolha *

Simulação de compra - CEIA

Caso queira, você poderá personalizar seu pacote alimentar através de upgrades, ou seja, escolher por refeições mais caras. Marque a opção que indique a sua escolha.

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

REFEIÇÃO INCLUSA	OPÇÃO DE TROCA
Ceia	Ceia
Alimento/Medida caseira	Alimento/Medida caseira
Chá de camomila (1 xícara de chá)	Suco de melancia (1 copo pequeno)
Kcal por refeição 2 kcal Sem certificação de qualidade INCLUÍDO (+RS 0,00)	Kcal por refeição 20 kcal Com certificação de qualidade AUMENTO DE (+RS 8,64)
	

32. Você deseja manter a refeição de CEIA inclusa no seu Plano Alimentar ? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

33. Você deseja escolher a opção de troca (Suco de melancia (1 copo pequeno)) da refeição CEIA? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

34. Justifique a sua escolha *

Escolhas realizadas

31/10/2019

Pesquisa de Mestrado em Gestão Organizacional

35. A partir das escolhas realizadas qual alternativa foi mais marcante para as suas escolhas?*Marque todas que se aplicam.*

- ☐ Composição do prato
- ☐ Valor calórico
- ☐ Certificação de qualidade
- ☐ Preço
- ☐ Por estar incluso no pacote alimentar
- ☐ Outro: _____

Powered by
 Google Forms