

Vieses Decisórios

Caso Granja Brasil

Recentemente eu me envolvi em um caso bastante interessante.

Eu e minha esposa fomos convidados a participar de um evento no Shopping Fashion Mall para conhecer uma proposta para um programa de viagens de férias.

Para nos convencerem a participar do programa, fomos presenteados com um final de semana em um hotel em Itaipava, e para receber este prêmio tínhamos que participar de uma entrevista onde seria apresentada uma proposta para conhecer o programa de viagens da Granja Brasil.

Eu e minha esposa já havíamos participado anteriormente de um programa de fidelidade que oferece descontos em hotéis e restaurantes e mantivemos este programa por alguns anos, mas não renovamos naquele ano e conhecer outra proposta seria bastante interessante.

Quando chegamos ao local, fomos bem recepcionados com coquetéis, salgadinhos, cafés e etc. Nós também fomos levados até uma sala de estar confortável, onde permanecemos por alguns minutos até que uma pessoa veio nos receber.

A pessoa que veio nos receber, um jovem bastante comunicativo e simpático que nos conduziu até uma mesa onde começamos a conversar. Na conversa ele estava interessado em conhecer um pouco da nossa estrutura familiar e como normalmente passamos as férias. Que viagens nós já realizamos juntos, quais os destinos que freqüentamos quando viajamos nos finais de semana e feriados, quais os destinos escolhemos nas viagens de férias onde os períodos são maiores. Eles também tinham interesse em identificar os lugares que costumamos freqüentar e quais as viagens que ainda desejamos realizar.

Isso tudo com o objetivo de alinhar a proposta deles com o nosso estilo de vida, além de identificar se nós nos adequamos ao perfil das pessoas que eles estão procurando ter como clientes.

Em seguida ele começou a apresentar o programa de viagens da Granja Brasil, e inicialmente ele apresentou o programa como um programa diferente onde eu receberia uma quantidade de pontos cerca de 800.000 pontos que corresponderiam a cerca de 40 semanas de graça em um hotel em Itaipava, e que eu poderia alocar de qualquer forma e por quantos dias desejasse durante 10 anos, mas que para cada semana utilizada seria cobrado aproximadamente R\$ 550,00 referentes a uma taxa de manutenção.

Neste momento eu perguntei se não haveria outras opções de hotéis porque a família da minha esposa já possui uma casa na região serrana e não teríamos vantagens em utilizar apenas estadias em hotéis nesta região.

Então, eles nos apresentaram outras opções de utilização do desconto em hotéis no Brasil e no exterior onde para cada semana utilizada eu continuaria pagando uma pequena taxa de manutenção para eles e no momento da reserva do hotel eu ainda teria que desembolsar uma taxa de reserva no valor aproximado de R\$ 250,00 para hotéis no Brasil ou US\$ 250,00 para hotéis no exterior.

Esta opção nos pareceu mais interessante, porque pagaríamos na utilização do serviço e com um desconto no preço dos hotéis, mas eu e minha esposa ainda não havíamos avaliado adequadamente a quantidade de informação que aquele rapaz estava nos apresentando.

Neste momento entrou outra pessoa para apresentar a proposta comercial e na conversa ele colocou que seria uma oportunidade única de desconto para quem adquirisse o programa naquele momento, e que um programa como aquele que estava sendo apresentado oferece muitas vantagens e que isto tudo sairia por apenas R\$ 64.800,00 pagos em 24 parcelas iguais de R\$ 2.700,00. E como eu e minha esposa havíamos sido escolhidas por eles para conhecer esta proposta eles nos dariam uma oportunidade única onde teríamos 600.000 pontos para gastar pelos próximos cinco anos por um preço promocional de R\$ 48.600,00 que seriam pagos em 24 parcelas iguais de R\$ 2.025,00.

Eu olhei aquela proposta e procurei uma forma de identificar onde estaria a vantagem no pacote deles e identifiquei que pode ser que alguém que procura uma casa na região serrana e que não deseje arcar com os custos de ter uma casa de campo pode enxergar alguma vantagem neste programa que eles estavam oferecendo e argumentei com eles sobre esta minha percepção.

Neste momento o rapaz que estava nos apresentando a proposta comercial contra argumentou dizendo que a proposta era muito mais abrangente e que oferecia uma oportunidade única de conhecermos diversos lugares aproveitando um desconto excepcional em hotéis do mundo inteiro, e que para não perdermos esta oportunidade eles abririam uma exceção e ofereceriam 400.000 pontos para avaliarmos o programa por três anos pelo preço de R\$ 32.400,00 que seriam pagos em 24 parcelas de R\$ 1.350,00.

Eu e minha esposa argumentamos que poderia ser interessante e que precisaríamos analisar a proposta antes de fecharmos e pedimos a eles que nos dessem um tempo para avaliarmos a proposta já que não costumávamos efetuar nenhum investimento no impulso e sem avaliar adequadamente.

Neste momento o vendedor ofereceu a última e irrecusável proposta que só era oferecida a recém casados e que consistia de 200.000 pontos que seriam utilizados em até dois anos por um preço promocional de 16.200,00 em 24 parcelas de R\$ 675,00.

Em seguida eu argumentei que sem tempo para avaliar a proposta eu não fecharia nenhum contrato com eles, e como eles queriam a minha resposta imediata eu não fechei a negociação.

Vieses Decisórios

Este caso ilustra claramente alguns vieses decisórios introduzidos pelos vendedores do programa de viagens da Granja Brasil.

Estruturação

Inicialmente o vendedor desassociou a hospedagem do valor monetário e introduziu os pontos, o que impossibilitou uma comparação direta dos valores.

Em seguida eles apresentaram descontos que na verdade eram reduções de valores proporcionais as reduções de pontos para adequar os valores ao orçamento familiar da pessoa, e não como uma vantagem para beneficiar a aquisição do programa naquele momento.

Ancoragem

Inicialmente o segundo vendedor apresentou um valor para a aquisição de 800.000 pontos por R\$ 64.800,00 para criar uma ancoragem para avaliação do serviço, e em seguida foi baixando os valores proporcionalmente para chegar a uma prestação que coubesse no orçamento da família.

Estereotipagem

Inicialmente quando apresentaram uma proposta de estilo de vida que permitiria que conhecêssemos o mundo, e depois, quando para forçar o fechamento do negócio o vendedor disse que faria uma última proposta que ele só fazia para recém casados.

Efeito Halo

Estava presente no primeiro vendedor que apresentou as características do programa de viagens e se apresentou como uma pessoa que já tinha viajado bastante, fornecendo maior confiança ao programa.

Análise Final do Caso

O interessante deste caso é que no momento da apresentação do programa nenhum destes vieses foram identificados por mim, e que durante a estruturação do problema por parte do vendedor eu não tive tempo para avaliar adequadamente os valores até ele oferecer 200.000 pontos que é metade dos 400.000 pontos e pela metade do valor.

Foi quando percebi que não havia nenhuma vantagem no programa que estava sendo oferecido e eu encerrei a negociação sem fechar o contrato.