

**UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ**  
**MADE – Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial**

**MARIA EMILIA DE LIMA CARDOSO**

**FATORES QUE LEVAM AO ENDIVIDAMENTO DOS JOVENS CARIOCAS DA  
CLASSE C: UMA INVESTIGAÇÃO COM MODELAGEM DE EQUAÇÕES  
ESTRUTURAIS**

**RIO DE JANEIRO**  
**2017**

**MARIA EMILIA DE LIMA CARDOSO**

**FATORES QUE LEVAM AO ENDIVIDAMENTO DOS JOVENS CARIOCAS DA  
CLASSE C: UMA INVESTIGAÇÃO COM MODELAGEM DE EQUAÇÕES  
ESTRUTURAIS**

Dissertação apresentada à Universidade Estácio de Sá, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração e Desenvolvimento Empresarial.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cecília Lima de Queirós Mattoso

Coorientador: Prof. Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira.

**RIO DE JANEIRO**

**2017**

A Dissertação

**FATORES QUE LEVAM AO ENDIVIDAMENTO DOS JOVENS CARIOCAS DA  
CLASSE C: UMA INVESTIGAÇÃO COM MODELAGEM DE EQUAÇÕES  
ESTRUTURAIS**

Elaborada por

**MARIA EMÍLIA DE LIMA CARDOSO**

Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Empresarial (MADE) da Universidade Estácio de Sá, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Administração e Desenvolvimento Empresarial.

Rio de Janeiro, 15 de agosto de 2017.

Banca examinadora:

---

**Profª. Drª. Cecília Lima de Queirós Mattoso - Orientadora**  
Universidade Estácio de Sá

---

**Prof. Dr. Paulo Roberto da Costa Vieira – Coorientador**  
Universidade Estácio de Sá

---

**Profª. Drª. Irene Raguene Troccoli**  
Universidade Estácio de Sá

---

**Profª. Drª. Veranise Jacobowski Correia Dubeux**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos meus pais, meu irmão e meu namorado que sempre me incentivam e acreditam nos meus sonhos.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente a Deus, por sempre iluminar meu caminho e me guiar em todos os momentos. Busco ser uma pessoa cada vez melhor como forma de gratidão ao Senhor.

Aos meus pais, Nize Donato e Carlos Alberto, que ao longo da minha vida sempre me apoiaram nos estudos, educação e, sobretudo, incentivam a busca por novos desafios e a vencê-los com força e honradez. Agradeço também ao meu irmão Breno, meu melhor amigo e ao meu namorado Matheus, pelo apoio incondicional em todos os momentos.

À minha orientadora, professora Cecília Lima de Queirós Mattoso e meu coorientador Paulo Roberto da Costa Vieira, pela dedicação à realização deste trabalho buscando sempre sanar as minhas dúvidas e aprimorar o resultado deste trabalho.

Agradeço à professora Irene Raguenet Troccoli pelos pertinentes apontamentos ao longo do trabalho. E à professora Veranise Jacobowski Correia Dubeux por aceitar o convite de participar da banca de defesa, engrandecendo este trabalho.

A todo o corpo docente e discente do MADE, profissionais com os quais tive o prazer de conviver durante o mestrado.

Agradeço aos professores da graduação que abriram suas turmas para que eu pudesse aplicar os questionários. E, principalmente, meu muito obrigado, a todos os alunos que responderam aos questionários dessa pesquisa, pois, sem a colaboração deles, esse trabalho não poderia ser concluído.

## RESUMO

Ao longo dos últimos anos o Brasil tem passado por mudanças econômicas e sociais. A classe C passou a ter mais importância na economia do País e, por consequência, seus jovens, com maior poder de compra, aumentaram a propensão a gastar e, conseqüentemente, a se endividar. Sob a ótica do comportamento do consumidor e das finanças comportamentais, este trabalho objetiva identificar, dentre os fatores Educação Financeira, Atitude Frente ao Endividamento, Valores Atribuídos ao Dinheiro e Materialismo quais são os mais relevantes para explicar a propensão ao endividamento dos jovens cariocas da classe C. Para tanto, foi conduzida uma pesquisa quantitativa com emprego de *survey*, utilizando questionário estruturado com cinco opções de resposta do tipo Likert. A amostra, definida como de conveniência, selecionada pela facilidade de acesso, foi composta por 326 jovens estudantes do município do Rio de Janeiro, cursando qualquer curso superior do quinto período em diante. Os dados foram tratados utilizando a técnica de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais. Os resultados mostraram que os fatores Educação Financeira, Atitude Frente ao Endividamento e Valores Atribuídos ao Dinheiro possuem significância estatística, sendo, assim, importantes para medir a propensão ao endividamento. Já o fator Materialismo não pôde ser confirmado, pois não obteve significância estatística. De forma abrangente, esse trabalho mostrou que o endividamento ocorre por diversos fatores comportamentais, ou seja, que vão além do fator renda da população. Os resultados permitem uma maior compreensão do comportamento dos jovens da Classe C sob a ótica financeira. A principal contribuição deste trabalho é em termos de políticas públicas, pois, com o conhecimento dos fatores que levam ao endividamento, pode-se focar nos argumentos de uma campanha de conscientização que desestimularia o endividamento, mitigando, assim, o risco do aumento das dívidas deste público.

Palavras-chave: Propensão ao endividamento; Classe C; Educação Financeira; Atitude Frente ao Endividamento; Valores Atribuídos ao Dinheiro; Materialismo

## **ABSTRACT**

Over the last few years, Brazil is undergoing economic and social changes. Class C has become more important in the economy of the country and consequently its youngsters with greater purchasing power increased their propensity to spend and to be indebted. From the perspective of consumer behavior and behavioral finances, this paper aims to identify, among the following factors: financial education; attitude toward indebtedness; values attributed to money; and materialism, which are the most relevant to explain the propensity to indebtedness of youth, from the class C of Rio de Janeiro city. A survey was conducted using a structured questionnaire with five Likert type response options. A non-probabilistic convenience sample was selected based on the ease of access. It was composed of 326 young students in the Rio de Janeiro city, attending any higher education course from the fourth semester onwards. The data were treated using structural equations modeling technique with partial least squares. The results showed that Financial Education, Attitude Towards Indebtedness and Values Attributed to Money have statistical significance and are therefore important for measuring propensity to indebtedness. The factor Materialism could not be confirmed, as it did not obtain statistical significance. Thus, in a broad perspective, this work showed that the propensity to indebtedness is due to several behavioral factors which go beyond the single factor: income of the population. These results provide a better understanding of the young people behavior in Class C, from a financial point of view. The main contribution of this work is in terms of public policies. By making a financial awareness campaign focused on the main factors pointed in this work, it is possible to discourage indebtedness.

**Keywords:** Propensity to indebtedness; Class C; Young; Financial Education; Attitudes towards indebtedness; Money value; Materialism

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Variáveis, construtos e autores do instrumento de pesquisa .....	45
Quadro 2 - Valores dos coeficientes de caminho, nível de significância e relação direta com as hipóteses da pesquisa.....	56



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Renda domiciliar mensal para os estratos socioeconômicos no Brasil .....	18
Tabela 2 - Definição das Classes Econômicas segundo Neri (2010) .....	20
Tabela 3 - Confiabilidade do modelo de mensuração. ....	51
Tabela 4 - Variância Média Extraída (VME) do modelo de mensuração .....	51
Tabela 5 - Cargas do modelo de mensuração .....	52
Tabela 6 - Confiabilidade e Variância Média Extraída do modelo reespecificado .....	53
Tabela 7 - Correlação entre cargas X raiz quadrada das VME .....	54
Tabela 8 – Variáveis observadas mais relevantes de cada construto .....	54
Tabela 9 - Fator de inflação de variância .....	55
Tabela 10 - Tamanho do efeito.....	55

## LISTA DE FIGURAS

<a href="#">Figura 1 - Diagrama de caminho do modelo hipotético.....</a>	<a href="#">46</a>
<a href="#">Figura 2 - Gênero dos respondentes.....</a>	<a href="#">48</a>
<a href="#">Figura 3 - Faixa etária dos respondentes.....</a>	<a href="#">49</a>
<a href="#">Figura 4 - Grau de endividamento dos respondentes.....</a>	<a href="#">49</a>
<a href="#">Figura 5 - Coeficientes de caminho do modelo de estrutural.....</a>	<a href="#">57</a>
<del><a href="#">Figura 1 - Diagrama de caminho do modelo hipotético.....</a></del>	<del><a href="#">45</a></del>
<del><a href="#">Figura 2 - Gênero dos respondentes.....</a></del>	<del><a href="#">47</a></del>
<del><a href="#">Figura 3 - Faixa etária dos respondentes.....</a></del>	<del><a href="#">48</a></del>
<del><a href="#">Figura 4 - Grau de endividamento dos respondentes.....</a></del>	<del><a href="#">48</a></del>
<del><a href="#">Figura 5 - Religião dos respondentes.....</a></del>	<del><a href="#">49</a></del>
<del><a href="#">Figura 6 - Coeficientes de caminho do modelo de mensuração.....</a></del>	<del><a href="#">56</a></del>

**Formatado:** Índice de ilustrações;LISTA DE FIGURAS, À esquerda, Espaço Antes: 0 pt, Depois de: 10 pt, Tabulações: 15,98 cm, Direita, Preenchimento: ...

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1- INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 QUESTÃO PROBLEMA .....	14
1.2 OBJETIVOS .....	14
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>15</b>
1.3 HIPÓTESES DO MODELO.....	15
1.4 RELEVÂNCIA .....	15
1.5 DELIMITAÇÕES DO ESTUDO: TEÓRICA, GEOGRÁFICA E TEMPORAL .....	16
<b>CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>17</b>
2.1 RELAÇÃO ENTRE AS CLASSES SOCIAIS E O CONSUMO NA CLASSE C .....	17
<b>2.1.1 Critérios de estratificação das classes sociais</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1.2 Consumo na classe C</b> .....	<b>20</b>
2.2 O ENDIVIDAMENTO .....	22
<b>2.2.1 Fatores que influenciam o endividamento</b> .....	<b>24</b>
2.2.1.1 Variáveis culturais e demográficas .....	25
2.2.1.2 Valores Atribuídos ao Dinheiro .....	26
2.2.1.3 Atitude Frente ao Endividamento .....	29
2.2.1.4 Materialismo .....	31
2.2.1.5 A influência da Educação Financeira.....	33
<b>CAPÍTULO 3 – ESTUDO DO MÉTODO</b> .....	<b>38</b>
3.1 TIPO DE PESQUISA .....	38
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	38
3.3 COLETA DE DADOS.....	39
3.4 TRATAMENTO DE DADOS .....	39
<b>3.4.1 Modelo de mensuração em MEE, com MQP</b> .....	<b>40</b>
3.4.1.1 Confiabilidade de consistência interna.....	40
3.4.1.2 Validade convergente .....	41
3.4.1.3 Validade discriminante.....	41
<b>3.4.2 Modelo estrutural em MEE, com MQP</b> .....	<b>42</b>
3.4.2.1 Os coeficientes de caminho .....	42
3.4.2.2 O coeficiente de determinação ( $R^2$ ).....	43
3.4.2.3 Tamanho do efeito ( $f^2$ ).....	43
3.4.2.4 Blindfolding e Relevância Preditiva ( $Q^2$ ).....	44
3.5 VARIÁVEIS DO MODELO HIPOTÉTICO.....	44
<b>3.5.1 Variáveis latentes</b> .....	<b>44</b>
<b>3.5.2 Variáveis observadas</b> .....	<b>45</b>
3.6 DIAGRAMA DE CAMINHO .....	46
3.7 LIMITAÇÕES .....	46

<b>CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E ANÁLISES .....</b>	<b>48</b>
4.1 PERFIL DA AMOSTRA .....	48
4.2 ANÁLISE DA MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS (MEE) .....	50
<b>4.2.1 Análise do modelo de mensuração .....</b>	<b>50</b>
<b>4.2.2 Análise do modelo estrutural.....</b>	<b>54</b>
<b>CAPÍTULO 5 – CONCLUSÃO, CONTRIBUIÇÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>58</b>
5.1 CONCLUSÃO .....	58
5.2 CONTRIBUIÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA PESQUISAS FUTURAS .....	60
<b>5.2.1. Contribuição acadêmica .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2.2. Contribuição gerencial.....</b>	<b>60</b>
<b>5.2.3. Recomendações para pesquisas futuras .....</b>	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>63</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>69</b>

## CAPÍTULO 1- INTRODUÇÃO

A transformação do mercado financeiro ao longo dos anos, em conjunto com a mudança de hábitos do consumidor, propiciou cenário de expansão do crédito e do consumo, causando o aumento do nível de endividamento das famílias brasileiras (VIEIRA; FLORES; CAMPARA, 2014).

É relevante a escolha desse assunto visto que, atualmente, o endividamento tem aumentado de forma crescente principalmente na faixa etária jovem, devido ao intenso incentivo ao consumo de crédito, e das facilidades oferecidas pelas instituições financeiras, tais como cartões de créditos, cheques, financiamentos, porém muitas vezes a juros altos. Esse endividamento ocorre, em muitos casos, porque esse público não foi preparado e educado para se planejar financeiramente (MOTA et al., 2016).

O maior percentual de endividados, no Brasil em 2014, se dava entre os jovens; ou seja, do total de endividados, 58% eram jovens entre 18 e 30 anos, sobretudo da classe C, por serem mais vulneráveis (SERASA, 2014). É elevado o número de estudos de Marketing na área de comportamento do consumidor voltados às questões financeiras dos jovens (DISNEY; GATHERGOOD, 2011; DAVIES; LEA, 1995; FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2013; LIVINGSTONE; LUNT, 1992; MOURA, 2005; PONCHIO, 2006).

Para Grohmann et.al (2012), os jovens são consumistas natos e sentem prazer ao realizarem compras. Portanto, para satisfazerem estas necessidades, já que não correspondem à maior parcela economicamente ativa no país, representada pelos adultos (IBGE, 2015), iniciam um processo de endividamento.

O difícil cenário macroeconômico visto em 2015 e 2016, com redução da renda e do poder de compra refletiu no montante de dívidas. A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC Nacional), apurada mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) (CNC, 2016), verificou que, em setembro de 2016, o número de consumidores brasileiros com contas atrasadas aumentou 5,45% com relação a igual mês do ano anterior, sendo a região sudeste aquela que exibe maior crescimento.

Já em 2017, a PEIC Nacional registrou que 55,6% das famílias possuíam algum tipo de dívida – esse foi o menor nível desde junho de 2010, quando essa taxa estava em 54%. Contribuiu para a redução do endividamento a tendência de redução na concessão e renovação de empréstimos e de financiamentos, e no consumo de bens e serviços pelas famílias. Entretanto, apesar da redução do endividamento e das contas em atraso, piorou a percepção das

famílias em relação ao seu endividamento e à sua capacidade de pagamento. Houve aumento da parcela daquelas que se declararam muito endividadas e um percentual maior do total relatou que não tinha perspectiva de quitar suas contas em atraso. Essa piora está relacionada à conjuntura desfavorável de juros elevados, renda e emprego em queda (CNC, 2017).

Dentre o total de endividados, a região Sudeste é a mais representativa com 45,2%. Quando analisada a faixa etária, os jovens entre 18 e 30 anos representam 27,9% dos endividados. E dentre as classes sociais, a mais atingida é a que recebe entre 1 e 2 salários mínimos, representando 39,1% do total. Diante desta realidade de endividamento cada vez maior junto aos brasileiros, principalmente dos jovens da classe C (SERASA, 2017), é de fundamental importância conhecer os fatores que podem influenciar a propensão ao endividamento.

Existem duas formas de se estudar o endividamento: a primeira por fatores que levam indivíduos a contratar mais crédito do que outros, (ou seja, fatores que afetam a propensão ao endividamento) e a segunda forma é por fatores que geram dificuldades para o indivíduo pagar o crédito (LEA et al., 1995). O presente estudo se enquadra na primeira forma, que também foi utilizada por Reis, Matsumoto e Barreto (2013).

O presente estudo teve como objetivo verificar se os fatores Educação Financeira, Valores Atribuídos ao Dinheiro, Atitude Frente ao Endividamento e Materialismo influenciam a propensão ao endividamento, utilizando como amostra alunos de uma universidade particular do município do Rio de Janeiro. A técnica de modelagem de equações estruturais com mínimos quadrados parciais foi utilizada para concluir quais desses fatores possuem significância estatística para medir a propensão ao endividamento.

## 1.1 QUESTÃO PROBLEMA

Quais são os fatores mais relevantes que podem influenciar a propensão ao endividamento dos jovens cariocas da classe C?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Contribuir às empresas, em geral, na definição de suas estratégias frente à população jovem carioca e às políticas públicas voltadas a evitar as consequências negativas do

endividamento por parte dessa mesma população, por meio da identificação dentre quatro fatores obtidos a partir da literatura pertinente, e que podem influenciar a propensão ao endividamento, quais são os mais relevantes para os jovens cariocas da classe C.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

1. Determinar a influência dos fatores na propensão ao endividamento;
2. Analisar as variáveis mais importantes de cada fator identificado como influenciador da propensão ao endividamento.

### **1.3 HIPÓTESES DO MODELO**

Hipótese 1: O fator Educação Financeira (EF) influencia negativamente a propensão ao endividamento.

Hipótese 2: O fator Atitude Frente ao Endividamento (AE) influencia positivamente a propensão ao endividamento.

Hipótese 3: O fator Valores Atribuídos ao Dinheiro (VR) influencia positivamente a propensão ao endividamento.

Hipótese 4: O fator Materialismo (MT) influencia positivamente a propensão ao endividamento.

### **1.4 RELEVÂNCIA**

No Brasil há estudos que analisam o endividamento, mas localizados, principalmente, nas áreas de Sociologia e de Psicologia (ALVIM, 2003; MOREIRA, 2002). Com foco em gestão, existem diversos estudos sobre endividamento (REIS; MATSUMOTO; BARRETO, 2013; TRINDADE, 2011; SAVOIA, SAITO; SANTANA, 2007; ZERRENNER, 2007), mas há uma lacuna no que diz respeito à compreensão dos fatores que levam ao endividamento, principalmente os específicos do jovem carioca de classe C.

O tema mostra-se relevante na medida em que se estudou, além do aspecto econômico, fatores comportamentais que afetam o endividamento, como o grau de conhecimento das finanças, a importância dos valores atribuídos ao dinheiro pelos indivíduos, a atitude frente à dívida, as decisões financeiras, bem como o valor que atribuem aos bens sendo materialistas e

querendo impressionar os demais (LIVINGSTONE; LUNT, 1992; DAVIES; LEA, 1995; MOURA, 2005, PONCHIO, 2006; KOTLER; KELLER, 2006; MATTOSO; ROCHA, 2005). Assim, o estudo desses fatores possibilitará maior entendimento de questões atuais, discutidas no meio empresarial para auxiliar às empresas a terem uma estratégia mais responsável com os clientes mais vulneráveis.

No meio acadêmico, o presente estudo auxiliará na compreensão do comportamento do consumidor jovem e, no meio governamental, ajudará para decisões a respeito de medidas de prevenção ao endividamento da população, por meio de políticas e programas educacionais. Vale lembrar que, para reduzir o endividamento, Atkinson e Messy (2011) reforçam a necessidade de aumentar os níveis de educação financeira, dentre outros fatores comportamentais.

#### 1.5 DELIMITAÇÕES DO ESTUDO: TEÓRICA, GEOGRÁFICA E TEMPORAL

A presente pesquisa se limitou a estudar os fatores comportamentais determinantes da propensão ao endividamento segundo autores como Disney e Gathergood (2011), Davies e Lea (1995), Dean et al. (2013), Flores, Vieira e Coronel (2013), Livingstone e Lunt (1992), Moura (2005) e Ponchio (2006), o que significa dizer que os aspectos demográficos e econômicos não foram contemplados no método.

O estudo foi realizado no *campus* de uma Universidade particular da cidade do Rio de Janeiro, durante o ano de 2016.



## **CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

A revisão da literatura, realizada neste capítulo, sobre os fatores que influenciam a Propensão ao Endividamento dos jovens da classe C foi feita por meio do levantamento de artigos originais e de revisão, escritos em português ou inglês, indexados nas bases SciELO, Elsevier, Periódicos Capes e SPELL, sem recorte temporal. Foram utilizadas as seguintes palavras-chave para a pesquisa: “Propensão ao endividamento”; Endividamento”; “Classe C”; “Endividamento na classe C”; “Educação Financeira”; “Atitude Frente ao Endividamento”; “Valores Atribuídos ao Dinheiro”; “Materialismo”.

### **2.1 RELAÇÃO ENTRE AS CLASSES SOCIAIS E O CONSUMO NA CLASSE C**

O termo classe social refere-se à hierarquia pela qual indivíduos e grupos são classificados segundo prestígio, poder aquisitivo e habilidades (WENGRZYNEK; CARMO, 2003; PINHEIRO et al., 2004). Para Schiffman e Kanuk (2009), a classe social representa a divisão dos membros da sociedade em uma hierarquia de classes determinadas, de modo que cada integrante partilhe do mesmo *status* e que os membros de outras classes tenham *status* superior ou inferior. Pessoas de classes inferiores da pirâmide social tendem a pensar em termos concretos e a tomar decisões considerando o emocional. Já os consumidores de classe alta valorizam qualidade, prestígio e bom gosto, e tendem a ser menos imediatistas e mais abstratos ao conservar uma visão de futuro (HILL, 2002).

#### **2.1.1 Critérios de estratificação das classes sociais**

As pessoas fazem parte de uma hierarquia social que as classifica em termos de sua posição relativa na sociedade. Essa posição determina seu acesso a recursos como moradia, educação e bens de consumo. As pessoas buscam melhores posições para, sempre que possível, subir na ordem social. O desejo de melhorar de vida e, em geral, mostrar essa ascensão para as demais pessoas está no cerne de muitas estratégias de marketing focadas no comportamento do consumidor. A expressão “classe social” descreve a classificação geral das pessoas na sociedade e determina o acesso dessas pessoas a produtos e serviços. Tal composição pode ser feita de formas diferentes em cada país (SOLOMON, 2016).

Não há consenso no que diz respeito à adoção de uma técnica de estratificação das classes sociais. Cabe destacar, como importantes contribuições para o tema, o Critério Brasil,

os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e o critério do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (NERI, 2010).

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas e Pesquisas (ABEP) (ABEP, 2015), o Critério Brasil de classificação econômica tem, como função, estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, sem a pretensão de classificar a população em termos de classes sociais. Por meio da criação de um sistema de pontuação padronizado que seja um eficiente estimador da capacidade de consumo das pessoas, esse critério objetiva distinguir grandes grupos, de acordo com sua capacidade de consumo de produtos e de serviços acessíveis a partes significativas da população.

As estimativas de renda domiciliar mensal para os estratos socioeconômicos desse critério se baseiam na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) (IBGE, 2016a) e representam aproximações dos valores que podem ser obtidos em amostras de pesquisas de mercado, de mídia e de opinião, conforme a ABEP (ABEP, 2015) (Ver Tabela 1).

Tabela 1 - Renda domiciliar mensal para os estratos socioeconômicos no Brasil.

Estrato Socioeconômico	Renda média domiciliar no Brasil
A	R\$ 20.888,00
B1	R\$ 9.254,00
B2	R\$4.852,00
C1	R\$ 2.705,00
C2	R\$1.625,00
D - E	R\$768,00

Fonte: ABEP (2015).

O novo Critério Brasil (ABEP, 2015), que entrou em vigor em 2015, continua baseado em posse de bens, atrelando, a cada item, uma quantidade de pontos. A mensuração da posse de bens passou a ter como base a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), desenvolvida pelo IBGE cujo objetivo é obter informações gerais sobre domicílios, famílias, pessoas, hábitos de consumo, despesas e recebimentos das famílias pesquisadas (IBGE, 2016b). Com essa mudança, o critério passou a considerar dados dos 62 mil domicílios avaliados pela POF, incluindo áreas metropolitanas, urbanas e rurais, enquanto o indicador anterior cobria apenas nove regiões metropolitanas (Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Distrito Federal, Salvador, Recife e Fortaleza). Alterações foram realizadas para atualizar os

critérios de classificação com a dinâmica da economia brasileira, que teve variações importantes nos níveis de renda e na posse de bens nos domicílios nos últimos anos.

Outra contribuição importante foi a definição da classe média divulgada pela Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) (SAE, 2012), do governo federal do Brasil. O objetivo da SAE era definir a classe média brasileira, tendo, como motivação, alguns questionamentos como: quais são as principais consequências do surgimento da “nova classe média” para o desenvolvimento do país? Qual é o impacto sobre o consumo e a poupança e, por consequência, sobre a inflação e como expandir as oportunidades para essa nova classe média com maior segurança social? (PAES DE BARROS; GROSNER, 2012).

Segundo relatório de definição da classe média no Brasil (SAE, 2012), não existe uma divisão *a priori* que determine quem pertence ou não à classe média, sendo o objetivo caracterizar a heterogeneidade das famílias brasileiras de modo a identificar o grupo do meio da pirâmide social. A SAE utilizou um método unidimensional por considerar a simplicidade e a praticidade de interpretação. A variável escolhida foi a renda bruta mensal domiciliar per capita normalmente recebida, aplicada ao critério de vulnerabilidade.

De acordo com o critério de vulnerabilidade, as classes baixa, média e alta são determinadas por diferenças na probabilidade de as pessoas virem a ser pobres no futuro, o que dá origem ao grau de vulnerabilidade. Desses grupos, subdividiu-se a classe baixa em três grupos, a classe média em três grupos e a classe alta em dois grupos, também baseados nos resultados da PNAD (IBGE, 2016a).

A abordagem de mensuração de classes econômicas proposta por Neri (2010) considera apenas a distribuição da renda, por ser um critério com vasto instrumental e literatura. Para construção desse critério de renda, foi considerado que classe se refere à família e não aos indivíduos, e não foi considerada tendo por base o salário mínimo, visto que o seu poder de compra muda sistematicamente ao longo do tempo e que ele não considera diferenças regionais de custo de vida. Ainda para esse autor, a PNAD, por exemplo, é uma base multifacetada dificultando a síntese de seus resultados.

Portanto, para o presente trabalho, foi utilizado o critério de Neri (2010) divulgado por pesquisa da Fundação Getúlio Vargas. O critério parte do conceito de renda domiciliar *per capita*, considerando a renda do trabalho para a população de 15 a 60 anos, e, para que se estabeleça tal critério são utilizados microdados da PNAD (IBGE, 2016a) (Ver tabela 2). Essa escolha se deve ao fato do construto renda ser visto com grande frequência e importância nas

diversas formas de estratificação, e a esse critério apresentar menos possibilidades de desvios do que os demais que consideram um número maior de fatores.

Tabela 2 - Definição das Classes Econômicas segundo Neri (2010)

	Renda domiciliar <i>per capita</i>	
	Inferior	Superior
Classe E	R\$ -	R\$ 705,00
Classe D	R\$ 705,00	R\$ 1.126,00
Classe C	R\$ 1.126,00	R\$ 4.854,00
Classe B	R\$ 4.854,00	R\$ 6.329,00
Classe A	R\$ 6.329,00	

Fonte: Neri (2010).

Nas pesquisas do IBGE não existe qualquer estratificação em classe A, B ou C, nem classe baixa, média ou alta. Ali são apuradas, apenas, faixas de rendimento (em salários mínimos), ou rendimento médio em determinado local. Isso leva muitos pesquisadores a trabalhar microdados das pesquisas, para estratificar por classes (IBGE, 2016a).

Prahalad (2010) já previa que bilhões de pobres teriam ascensão no mundo do consumo e que representariam a força motriz da economia. Para isso, eles precisavam ser tratados como potenciais consumidores e não mais como pobres incapazes de consumir ou vítimas de uma realidade.

### 2.1.2 Consumo na classe C

O consumo a partir de um sistema de representações que determina as relações sociais, revela identidades, projetos, comportamentos, afinidades e diferenças, além de classificar as pessoas em várias esferas da experiência social na cultura contemporânea (ROCHA, 2009).

No início da década 1990, o Brasil se apresentava como uma potência emergente no cenário econômico mundial. Tal posição era decorrente da estabilidade econômica, da queda da inflação, da redução da taxa de desemprego e da retomada da oferta de crédito de longo prazo (NERI, 2010). O início do Plano Real foi o marco de força do consumo popular, visto que, com a estabilização do processo inflacionário, muitos cidadãos antes excluídos do mercado do consumo passam a ter acesso a produtos e serviços nunca antes adquiridos (ASSAD; ARRUDA, 2006). Em complemento, o contexto econômico de acesso ao crédito e a elevação da renda, aliados aos incentivos do governo como o Programa Bolsa Família, produzem o

fortalecimento do consumo da população de baixa renda, uma fatia da população até então reprimida pelo mercado (LAMOUNIER; SOUZA, 2010).

Contextualizado por essas mudanças, Neri (2010) criou o termo ‘nova classe média’ a partir de um cenário onde o crescimento da renda, associado ao aumento significativo dos postos de trabalho formais, do acesso ao crédito e dos índices do mercado consumidor, resultou em situação propícia à reavaliação do potencial da classe C.

Mesmo com o aumento do interesse pelo consumo das classes sociais mais baixas por parte dos profissionais de mercado e pesquisadores, ainda existe grande falta de conhecimento sobre o assunto (MATTOSO, 2013). Um exemplo disso é a suposição, aceita por boa parte dos profissionais de marketing, de que as camadas inferiores procuram copiar as superiores, enquanto estudos de campo (BARROS; ROCHA, 2007) demonstram que essas referências são usadas na busca de distinção entre os iguais. Essa vontade de se distinguir por meio do consumo destaca que muitos processos de decisão de consumo envolvem não só a comparação de atributos racionais, mas também emocionais. Ao estudar a base da pirâmide como consumidora, encara-se uma visão mais positiva, em que fica latente que as classes menos favorecidas, ao utilizarem o consumo como inclusão social, aumentam também a sua relevância junto à sociedade (MATTOSO, 2013).

Com relação ao comportamento de compra de indivíduos de baixa renda, o desenvolvimento da teoria do consumo originou duas vertentes opostas: a primeira afirma que o comportamento de compra dos pobres é irracional e que os mesmos são incapazes de cuidar adequadamente de sua renda e seus interesses como consumidores, bem como são facilmente iludidos pelas ostensivas estratégias de *marketing* das empresas (KARNANI, 2007); a segunda vertente considera que as decisões de consumo adotadas por essa camada possuem alto grau de racionalidade, dentro de um contexto de limitações materiais (PRAHALAD, 2010). Dessa forma, entende-se que há uma ausência de consenso quanto ao perfil de consumo e à atitude relacionada à dívida desses consumidores.

O resultado da combinação de fatores como restrição de orçamento e busca de qualidade faz com que estes consumidores não sejam fiéis a uma única marca. Dentro desse universo, a decisão de compra é tomada, ponderando-se vários fatores, como marca preferida, em situação normal; ou marca mais barata do grupo, em época de maior escassez de recursos (BARRETO; BOCHI, 2002). Portanto, é necessário criar condições favoráveis para incentivar o consumo da população de baixa renda (ROCHA, 2009).

## 2.2 O ENDIVIDAMENTO

Endividamento é o ato de assumir compromissos financeiros a serem quitados em uma data futura, ou seja, é o saldo devedor de um indivíduo e que pode resultar de uma ou mais dívidas (FRADE et al., 2008).

Endividamento, termo originado do verbo endividar-se, indica assumir ou contrair dívidas. Dependendo do grau em que isso ocorre, os indivíduos podem comprometer parcela significativa da sua renda e, impossibilitados de quitar suas obrigações financeiras, entram em uma situação chamada de sobre-endividamento (FERREIRA, 2006). Essa circunstância ocorre, com maior intensidade, na população de baixa renda que, pela restrição orçamentária, acaba tendo uma maior propensão ao acúmulo de dívidas (BRICKER et al., 2012).

O sobre-endividamento definido por Zerrenner (2007) divide-se em dois tipos: ativo e passivo. No primeiro, o indivíduo colabora ativamente para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento, enquanto o segundo tipo é resultado de circunstâncias não controláveis por ele. Ambas situações acarretam transtornos que perpassam os problemas de ordem financeira como a inadimplência, a insolvência e a falta de crédito e alcançam níveis sociais e psicológicos como o estresse mental e a angústia, que afetam as condições de vida e as relações (SLOMP, 2008).

Por isso, os estudos atuais sobre o endividamento vêm indicando a influência de fatores psicológicos como materialismo, autoestima, controle, comportamento em relação ao risco, formas de uso do dinheiro, estilo de vida e transtornos mentais nas decisões de consumo (KIDWELL; TURRISI, 2004; NORVILITIS; SZABLICKI; WILSON, 2006; STONE; MAURY, 2006). Essa visão ratifica que a dívida do consumidor não está ligada apenas à renda, ou seja, que o endividamento é um fenômeno que ultrapassa os aspectos meramente econômicos (DEAN et al., 2013).

Quanto menor a instrução, maior será a tendência do indivíduo a se endividar (PONCHIO, 2006). As evidências empíricas indicam que a educação continua sendo a variável de maior poder explicativo para a desigualdade brasileira e as relações de consumo (FERREIRA, 2000).

Segundo Davies e Lea (1995), a investigação sobre o endividamento destacou-se a partir de um estudo que listou três razões pelas quais as pessoas se endividam, ou seja, tem despesa superior a renda. São elas: baixa renda, de modo que gastos necessários não podem ser satisfeitos; alta renda combinada com uma elevada vontade de gastar; e falta de vontade de

economizar (independentemente da renda). O estudo desses motivos ajuda a entender a origem dos problemas de endividamento, avaliando não só fatores econômicos, mas também psicológicos e comportamentais.

De acordo com pesquisas aplicadas nas classes mais baixas, Moura (2005), Neri (2008) e Lamounier e Souza (2010) destacam que essas pessoas ainda possuem dificuldade na gestão dos seus rendimentos em virtude dos gastos em excesso. A ocupação informal e a instabilidade de renda também representam um risco para essas classes, uma vez que os indivíduos com menor renda vivem em um ciclo vicioso de contrair novas dívidas para saldar as antigas.

Uma pesquisa qualitativa, realizada com base em 22 entrevistas no interior de São Paulo, a fim de compreender os fatores que contribuem para o crescimento do consumo de crédito/financiamento pelos consumidores de baixa renda teve como resultado três conclusões: (1) O incremento da renda da população de baixa renda pode aumentar a propensão ao consumo e ao endividamento; (2) A busca por novas emoções e felicidade pode motivar o consumidor de baixa renda a contrair novas dívidas; (3) A disponibilidade de crédito pode ser fator colaborador ao vício de consumir (FUSTAINO; YAMAMOTO, 2009).

Nessa questão que envolve o crédito, pode-se aferir que a “nova classe média” é uma classe que já nasce endividada e com grandes chances de não honrar suas compras, motivo pelo qual já se discute o chamado superendividamento do consumidor (RODRIGUES; CALGARO; PEREIRA, 2014), termo possui conceito similar ao sobre-endividamento definido anteriormente por Zerrenner (2007).

Neste âmbito, os mais afetados pelas tensões financeiras são as famílias de baixa renda, as quais sobrevivem com orçamentos limitados que dificultam o alcance do bem-estar financeiro. Além disso, outros fatores comprometem a situação financeira, tal como, a saúde precária que, em geral, faz com que pessoas de baixa renda trabalhem menos e acumulem menos renda (LYONS; YILMAZERT, 2005).

Davies e Lea (1995) constataram em seu estudo que há uma forte relação entre as atitudes frente ao endividamento e a propensão ao endividamento. O estudo mostra que ao longo dos primeiros anos da faculdade, o jovem vai desenvolvendo atitudes mais tolerantes ao endividamento e destaca que, mesmo os indivíduos que reprovam a contração de dívidas, muitas vezes a contraem por acreditar que algumas formas de crédito não são tidas como dívidas. Para esses autores, uma atitude favorável transforma os indivíduos em devedores mais facilmente. Moura et al. (2006) estudaram as relações entre materialismo, atitude ao

endividamento, vulnerabilidade social e contração de dívida em famílias de baixa renda. Essa pesquisa apontou que fatores psicológicos, materialismo e atitude ao endividamento são capazes de explicar uma parte da dívida das famílias de rendas mais baixas.

Portanto, ao evidenciar que a dívida resulta em diversos impactos na vida das pessoas, não só financeira, mas também socialmente, percebe-se a importância de estudar os fatores que levam ao endividamento. Nesse sentido, ressalta-se o conhecimento, a atitude e o comportamento financeiro são ferramentas que permitem ao indivíduo ser capaz de compreender conceitos básicos de finanças, gerenciar seus recursos e evitar o endividamento (VITT, 2004). Indivíduos que tem por hábito gastar toda a renda obtida, mesmo que conquistem aumentos salariais, continuarão gastando todo o valor e apenas aumentando suas dívidas (KIYOSAKI; LECHTER, 2000). Por isso, muitos autores acreditam que, além dos aspectos econômicos, existem fatores externos que levam os indivíduos a se endividarem.

### **2.2.1 Fatores que influenciam o endividamento**

Compreender os fatores que norteiam as decisões dos indivíduos não é uma tarefa simples, pois envolve muita subjetividade e incerteza, entretanto são peças essenciais para entender o que leva uma pessoa ao endividamento. Em decisões relacionadas ao dinheiro, por mais que haja muita racionalidade envolvida, ela sempre será apoiada na intuição, nos valores atribuídos ao dinheiro e em outros fatores não puramente racionais (TRINDADE, 2011).

O aumento das dívidas dos indivíduos motivou o aumento dos estudos sobre o endividamento em diferentes áreas. Assim sendo, pode-se concluir que o problema do endividamento exige uma visão multidisciplinar. Enquanto a Sociologia concentra seus estudos em fatores demográficos, a Economia se preocupa mais com as relações econômicas e a Psicologia prioriza o processo de tomada de decisão e por isso, é importante nesta temática, utilizar diferentes fatores, identificando a influência de cada um no endividamento (MOURA, 2005).

O primeiro tópico abaixo apresentará variáveis culturais e demográficas, julgadas importantes ao tema, mas que não serão testadas neste estudo para tornar o modelo mais parcimonioso e porque se limita a estudar fatores comportamentais em um público jovem da classe C, fato que elimina o efeito das variáveis renda e idade. Nos demais tópicos, serão apresentados os fatores comportamentais objetos da pesquisa, são eles: Valores Atribuídos ao Dinheiro, Atitude Frente ao Endividamento, Materialismo e a Educação Financeira.



### 2.2.1.1 Variáveis culturais e demográficas

Foram encontradas na literatura variáveis culturais e demográficas que influenciam a propensão ao endividamento, como no estudo de Flores e Vieira (2014), em que os testes revelam uma diferença significativa no nível de endividamento de acordo com idade, sexo, estado civil, escolaridade, religião e renda familiar. Entretanto, estas variáveis não serão testadas por já existirem muitas pesquisas na área (KOTLER; ARMSTRONG, 2003; DAVIES; LEA, 1995), além das limitações do modelo que não contempla, por exemplo, variáveis categóricas.

O principal determinante dos desejos e comportamentos de uma pessoa é a cultura. Acredita-se que ao crescer em uma sociedade o indivíduo vai adquirindo valores, percepções, desejos e comportamentos das pessoas e meios aos quais convivem. A família exerce grande influência sobre o comportamento do consumidor, e representa a mais importante organização de compra de bens de consumo da sociedade, além de fatores, como a religião, que também influenciam (KOTLER; ARMSTRONG, 2003). Indivíduos sem religião apresentam atitudes positivas em relação ao débito, ou seja, são mais propensos ao endividamento (DAVIES; LEA, 1995).

Outra dimensão relevante para a compreensão do comportamento dos consumidores são as variáveis demográficas, pois as características pessoais de cada um são determinantes para definir a maneira de gerenciar seus recursos monetários. Dessa forma, o perfil de endividamento está estritamente relacionado com a fase de vida que se encontram os indivíduos, sendo importante relacionar aspectos como idade, estado civil, escolaridade, renda, entre outros, à propensão ao endividamento (FRADE et al., 2008). Indivíduos solteiros apresentam maiores níveis de sobre-endividamento pois possuem menos obrigações financeiras e por isso planejam menos seus gastos e são mais tolerantes ao risco (KEESE, 2012).

Neri (2010) destaca que no início da vida profissional, ou seja, no começo da maturidade do indivíduo, o desejo de consumir é normalmente maior do que a renda obtida, fato este que acarreta uma demanda muito maior por empréstimos. Os estudos do tema revelam que as pessoas mais jovens são mais vulneráveis a comportamentos inadequados no uso do dinheiro e, conseqüentemente, ao endividamento (GATHERGOOD, 2012). De forma mais detalhada, jovens de 18 a 25 anos são mais inclinados a assumir riscos e apresentar menor estabilidade financeira, o que pode explicar a maior vulnerabilidade à dívida (WORTHY et al., 2010).

Outra dimensão importante são os aspectos do trabalho. Keese (2012) utilizou a variável ocupação para essa análise, considerando os indivíduos empregados, desempregados e que não trabalham. A ocupação exerce impacto significativo sobre a predisposição dos indivíduos a adquirirem dívidas, dado que, segundo o autor, pessoas desempregadas exibem expectativas mais pessimistas em relação ao futuro e, por isso, são mais avessas ao uso do crédito e apresentam menor propensão ao endividamento. Em acordo com essas evidências, estudos apontaram que indivíduos empregados apresentam maior probabilidade de endividar-se, se confrontados a indivíduos desempregados ou pessoas que não trabalham (CHIEN; DEVANEY, 2001).

#### 2.2.1.2 Valores Atribuídos ao Dinheiro

O dinheiro possui muitos significados além de sua função principal de meio de troca, ou seja, a representatividade do dinheiro para um indivíduo sofre a influência de outros fatores como a cultura, classe social, escolaridade, e diversos outros valores que variam a cada grupo social (BORSATO et al., 2010). Com isso, sustenta-se que o dinheiro orienta as ações dos indivíduos na sociedade capitalista, sendo as decisões financeiras influenciadas pelos distintos valores atribuídos ao dinheiro (VIERA; OLIVEIRA; KUNKEL, 2014).

Um estudo *survey* com 2.500 mulheres foi realizado para pesquisar sobre os fatores determinantes da propensão ao endividamento. Os resultados indicaram sete fatores relacionados aos significados do dinheiro: status social, preocupação, estabilidade, prazer, poder, orçamento e ilusão. Preocupação e poder foram os fatores com maior impacto na Propensão ao Endividamento. Prazer foi o fator com menor impacto (TRINDADE, 2011). Com esse estudo, a autora concluiu que quanto mais o indivíduo relacionar estes valores com o dinheiro, mais propenso ao endividamento ele estará. Flores, Vieira e Coronel (2013) também obtiveram conclusões semelhantes, e apontaram que as pessoas que atribuem valores, como poder e status, ao dinheiro, tendem a manter um nível elevado de consumo que, em excesso, pode levar ao endividamento.

Dentre os inúmeros construtos que influenciam o endividamento, pode-se destacar os valores/significados atribuídos ao dinheiro. As pessoas endividadas, em comparação às não devedoras, tendem a associar o seu problema da dívida com o prazer de consumir. Além disso, tendem a expressar seu valor na sociedade e o valor das suas relações por meio do consumo e

de recompensas e costumam conversar com os amigos sobre dinheiro e estão constantemente insatisfeitos com o seu padrão de vida (LIVINGSTONE; LUNT, 1992).

É comum atribuir significado ao dinheiro e isto se reflete na conduta de gastar, investir, economizar e doar. Para alguns, o dinheiro pode ser fonte de prestígio e reconhecimento social, para outros, assume aspecto de sofrimento, gerando perturbações (REIS; MATSUMOTO; BARRETO, 2013).

O dinheiro constitui-se como força social, é visto como objeto essencial para satisfazer as necessidades humanas, tanto no que diz respeito aos desejos e prazeres dos indivíduos, quanto as necessidades materiais (ALVIM, 2003).

A psicanálise apresenta contribuições para o processo de tomada de decisão econômica individual, ao apontar fatores não racionais preditivos da decisão de consumo como: a sensação do prazer/desprazer, da dor e associações à satisfação de desejos ao consumir algo. Esse componente emocional é composto por felicidade, realizações, hedonismo, bem-estar e outros valores atribuídos ao dinheiro (FERREIRA, 2008). Para o autor, a felicidade é confundida com a posse de bens, enquanto o ato de comprar supostamente garante a realização do indivíduo. Essa relação de sentimentos e valores com o consumo cria necessidades supérfluas de consumir e alimenta o endividamento daqueles que precisam recorrer ao crédito, que normalmente, é acompanhado de altas taxas de juros.

É essencial considerar as implicações da vaidade nos estudos do comportamento do consumidor e, em muitos casos, no conseqüente endividamento, por considerá-la uma variável integrante da cultura. Do ponto de vista do valor do dinheiro, a compreensão da vaidade nas realizações se torna útil ao relacionar o consumo de produtos à grande importância para realizações pessoais, o que aumenta a propensão de consumir produtos e serviços que comuniquem o seu grau de sucesso (NETEMEYER et al., 1995).

A característica constante de insatisfação e insaciabilidade, onde satisfazer uma necessidade cria automaticamente uma nova necessidade, colabora para o endividamento das pessoas, que acreditam não ter nunca o suficiente e, muitas vezes, consomem sem ter recursos financeiros para quitar a compra (RETOMBAR, 2008).

Os estudos sobre o significado do dinheiro no Brasil também estão relacionados ao campo da psicologia econômica. Um exemplo disso é a Escala de Significado do Dinheiro

(ESD) criada por Moreira e Tamayo (1999), a partir de ampla amostra de indivíduos, de diversas regiões do país, com características demográficas diversas, chegando a nove componentes:

1) Desigualdade: o dinheiro é visto como fonte de desigualdade social, segregação e preconceito, criando uma forte demarcação no espaço social.

2) Desapego: indicou crenças e comportamentos que envolvem uma oposição entre dinheiro e espiritualidade, e a necessidade de dar mais importância aos valores de solidariedade e generosidade que aos bens materiais.

3) Conflito: indicou um significado negativo atribuído ao dinheiro no contexto das relações interpessoais cotidianas, com a crença de que o dinheiro provoca desconfiança, conflitos, desavenças e oportunismo entre as pessoas.

4) Sofrimento: indicou um significado negativo atribuído ao dinheiro no nível da subjetividade, envolvendo fortes emoções carregadas por sofrimento e aspectos de desequilíbrio emocional.

5) Poder: transmitiu a crença de que o dinheiro é fonte de autoridade, prestígio e reconhecimento social, assegurando uma situação privilegiada a quem o possui.

6) Estabilidade: transmitiu a crença de que o dinheiro é fonte de estabilidade e segurança, referindo-se a crenças e comportamentos relacionados à importância de ter as necessidades básicas asseguradas e estabilidade financeira.

7) Prazer: seus itens refletiram consequências positivas atribuídas ao dinheiro, tais como: prazer, felicidade, bem-estar psicológico, autoestima, esperança e harmonia nas relações interpessoais.

8) Progresso: transmitir um significado positivo atribuído ao dinheiro em relação ao contexto social mais amplo, como promotor de progresso para as sociedades e a humanidade como um todo.

9) Cultura: seus itens refletem um significado positivo atribuído ao dinheiro, como promotor do desenvolvimento cultural, transmitindo a disposição pessoal de investir no desenvolvimento das ciências, artes, cultura e tecnologia.

Utilizando a escala de Moreira e Tamayo (1999), Borsato et al. (2010) estudaram o significado do dinheiro para indivíduos adimplentes e inadimplentes na cidade de Uberlândia-

MG. O objetivo do estudo era descobrir se valores atribuídos pelos indivíduos ao dinheiro influenciavam a inadimplência, de modo a tomar medidas para reduzir a inadimplência e a formação de dívidas. Os resultados obtidos por meio de Análise Fatorial Exploratória apontaram que os indivíduos na situação de inadimplente atribuem ao dinheiro significado ligado ao poder e a obsessão maior que os indivíduos adimplentes. Por outro lado, os indivíduos adimplentes atribuem ao dinheiro um significado de estabilidade, planejando com mais cuidado seus gastos, visando estabilidade de curto e longo prazo.

O dinheiro participa na totalidade dos acontecimentos da vida econômica habitual das pessoas, constituindo, assim, um elemento expressivo da vida social (MOREIRA, 2002). Em um estudo sobre os valores que as pessoas atribuem ao dinheiro foi testado e comprovado que o status social é um valor que as pessoas buscam por meio do dinheiro e, portanto, são capazes de se endividar para tal (VIERA; OLIVEIRA; KUNKEL, 2014).

#### 2.2.1.3 Atitude Frente ao Endividamento

A Atitude Frente ao Endividamento é definida como o grau de favorabilidade dos indivíduos frente ao endividamento, por meio de suas atitudes (MOURA *et al.*, 2005). Esse autor dividiu as atitudes do endividamento em três dimensões: impacto moral na sociedade; preferência no tempo e grau de autocontrole. O impacto moral na sociedade abriga as heranças, os valores e as crenças das pessoas na sociedade e exerce influência na atitude do indivíduo em relação ao endividamento. A segunda dimensão, preferência no tempo, inclui a relação de valor e tempo, e significa a capacidade de adiar ou não os planos de consumo para um momento mais favorável e, por fim, a terceira dimensão, grau de autocontrole, retrata a capacidade de gerir os próprios recursos financeiros.

Estudo realizado com alunos no 1º, 2º ou 3º ano de graduação de uma Universidade para descobrir a relação de diversos fatores com a contração de dívidas comprovou uma forte associação entre dívida e atitudes frente à dívida, apresentando correlação positiva. Nesse estudo, atitudes mais tolerantes em relação à dívida resultaram em um incremento do número de endividados e no volume de dívidas do primeiro para o terceiro ano de graduação (DAVIES; LEA, 1995).

A formação de atitudes frente à dívida foi examinada com estudantes do primeiro ano de graduação na Inglaterra e na Nova Zelândia, para entender o endividamento desses jovens. Verificou-se que, apesar da atitude em relação à dívida afetar o endividamento, essas atitudes

não apresentam forte relação com o status socioeconômico dos jovens questionados. O nível de Educação Financeira também foi apontado como influenciador do endividamento (HARRISON; AGNEW, 2016).

Reforçando a influência das atitudes de dívida no endividamento, analisou-se a dívida financeira entre adolescentes e jovens adultos. Atitudes relacionadas à baixa autoestima, à falta de controle percebido para a gestão financeira, ao pior funcionamento social, ao estresse financeiro e ao centro de controle externo foram destacadas por ter associações mais fortes com a dívida (HOEVE et al., 2014). Elementos esses que reforçam a importância de se analisar a atitude frente à dívida a partir de Moura (2005).

Uma pesquisa na área de marketing sobre o comportamento do consumidor em relação à dívida de cartão de crédito revelou que gastos excessivos e dívidas de cartão de crédito dependem da atitude do indivíduo para os gastos com crédito e uma falta de controle comportamental. Nessa pesquisa, a propensão de indivíduos jovens gastarem mais em seus cartões de crédito foi analisada como uma função da atitude frente à dívida e normas sociais. A pesquisa foi realizada com uma amostra de 225 consumidores jovens na faculdade e os resultados apontaram maior influência das normas sociais do que das atitudes em relação à dívida no endividamento. O estudo também possibilitou verificar que a sensação de controle comportamental no sentido de gastos excessivos com cartões de crédito, percebida pelos jovens, é uma variável a ser considerada ao medir a atitude em relação à dívida (SOTIROPOULOS; D'ASTOUS, 2013).

Na área das finanças corporativas, aponta-se que decisões limitadas pela racionalidade, ou seja, decisões em que os indivíduos só se preocupam em poder pagar a parcela e não o valor total influenciam o uso do cartão de crédito e a contratação de empréstimos. O pagamento à vista limita o poder de compra, ao contrário do a prazo que pode gerar uma dívida que a pessoa não tem condições financeiras de liquidar (BLOCK-LIEB; JANGER, 2006). A dissonância cognitiva pode ser responsável por gastos maiores por pessoas que utilizam cartão de crédito do que pelas que pagam à vista (SOMAN, 2001).

O excesso de confiança, estudado na teoria das finanças comportamentais, ao subestimar as chances de eventos negativos ocorrerem e interromperem sua renda futura, tais como perda de emprego ou redução substancial da renda, contribui para que as pessoas se endividem consideravelmente (ZERRENNER, 2007).

Estudo da relação da renda e do endividamento nas pessoas físicas concluiu que o acesso, mais facilitado, ao crédito para as populações de baixa renda leva ao aumento da inadimplência e de gastos com bens supérfluos, indicando o endividamento como uma tendência maior na população de baixa renda. A pesquisa revelou que as pessoas utilizam quatro estratégias principais para lidar com suas necessidades e solucionar seus problemas financeiros: endividamento, aumento da receita, acumulação de ativos físicos e o apoio na rede de relações sociais. A maioria das necessidades financeiras é enfrentada com o endividamento, por meio de empréstimos ou de crédito. Costumeiramente, uma dívida é substituída por outra. Trabalhar mais, fazer bicos ou se envolver em um comércio informal, em paralelo às atividades habituais, ajuda a aumentar a receita, entretanto, raramente os rendimentos adicionais conseguidos são suficientes para evitar totalmente o endividamento (BRUSKY; FORTUNA, 2002).

O crescimento das taxas de endividamento familiar revela a elevação do crédito pelos consumidores, ou seja, recorrer ao crédito passou a ser um elemento indispensável para os indivíduos na sociedade. Deixou de ser um privilégio dos mais favorecidos para tornar-se uma fonte de financiamento das despesas de diversos estratos econômicos, principalmente da classe C (FRADE et al., 2008). Além disso, o crédito passou a ser considerado um propulsor da inclusão financeira e social (TRINDADE, 2011).

A atitude de recorrer ao crédito parte da facilidade da sua obtenção, o que tem contribuído expressivamente para um nível maior de endividamento e inadimplência do consumidor (MIOTTO; PARENTE, 2013; THOMAS; DESAI; SEENIVASAN, 2011).

#### 2.2.1.4 Materialismo

O materialismo é definido como a importância que o consumidor atribui aos bens materiais, que direta ou indiretamente são adquiridos por meio do dinheiro. O alto grau de materialismo é atingido quando a posse destes bens assume papel central na vida de uma pessoa, sendo a sua maior fonte de satisfação ou insatisfação. Desde criança, as pessoas são estimuladas a ter desejos, recebendo ou perdendo recompensas pelo que fazem e sendo estimuladas ao consumo, ao querer ter certas coisas (BELK, 1985).

Diversos estudos comprovam que as correlações entre o materialismo e a propensão ao endividamento são positivas. A partir dessa evidência, eles declaram que os indivíduos mais materialistas possuem maior propensão ao endividamento, ocorrendo em maior magnitude com

as pessoas que atrelam a felicidade a altos níveis de consumo (RIBEIRO et al., 2009; TRINDADE, 2011; VIEIRA; FLORES; CAMPARA, 2014).

A partir de um estudo sobre endividamento e inadimplência associados à propensão de falência da pessoa física, Da Silva, Vieira e Faia (2015) também constataram que o materialismo influencia na propensão ao endividamento, apresentando altos índices de relação. O indivíduo com alto nível de materialismo buscará suprir suas necessidades, independentemente da condição e a forma de pagamento, o que pode culminar com o não cumprimento das dívidas assumidas (MOURA et al., 2005~~6~~; PONCHIO, 2006). Ao pesquisarem sobre o impacto do materialismo na dívida de indivíduos de baixa renda, Ponchio e Aranha (2007) concluíram que, além de distintos fatores econômicos que levam ao endividamento, o nível de materialismo em alguns casos pode fazer praticamente dobrar a probabilidade de contratação de crediário.

Durante o boom econômico na Islândia, foi examinada a associação do materialismo e indicadores de bem-estar financeiro. O estudo mostrou que as pessoas materialistas têm mais preocupações financeiras, piores habilidades de gerenciamento de dinheiro e maior tendência aos gastos e, conseqüentemente, às dívidas (GAROARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012). Indivíduos muito materialistas são mais favoráveis ao endividamento como meio de satisfazer seus desejos por bens e, por isso, são mais propensos a acumular dívidas (MOURA, 2005). O materialismo pode ser confundido com o consumo visando status, entretanto, cabe destacar que materialismo e consumo por status social são fatores significativamente diferentes. O primeiro valoriza qualquer posse material, enquanto o segundo valoriza objetos que elevem seu status dentro da sociedade (EASTMAN et al., 1997).

A relação entre materialismo e aspectos da psicologia econômica foi examinada por meio de pesquisa concebida para investigar como as pessoas com diferentes níveis de materialismo variam em sua propensão para gastar. Os resultados indicam que pessoas altamente materialistas são mais propensas a verem-se como gastadores e a se endividar. Os indivíduos com alto nível de materialismo buscam a riqueza material e estão constantemente em busca da sua próxima compra, mesmo que para realizá-la precisem se endividar (WATSON, 1998). A fim de satisfazer os seus desejos de consumo, as pessoas com níveis elevados de materialismo podem estar mais dispostas a assumir dívida (RICHINS; RUDMIN, 1994) e seriam, portanto, mais propensas à dívida do que pessoas não materialistas.



Richins e Dawson (1992) identificaram três dimensões do materialismo:

1- Centralidade: Representa a importância que os bens exercem na vida dos indivíduos, que colocam as posses e aquisições no centro de suas vidas. A busca por bens pode vir a funcionar como religião na estruturação da vida e orientação do comportamento. Neste sentido, o materialismo domina a vida da pessoa a partir do momento em que o consumo vira uma febre que consome toda a energia potencial do indivíduo.

2- Felicidade: Os materialistas veem as posses e aquisições como essenciais para a sua satisfação e bem-estar na vida. Enquanto muitas pessoas encontram diversos meios de buscar a felicidade através das relações pessoais, experiências ou realizações, os materialistas só a concretizam por meio de aquisições.

3- Sucesso: Materialistas tendem a julgar o próprio sucesso e dos outros pelo número e qualidade dos bens acumulados. Os bens são mais valorizados pelo que custam do que pela satisfação que eles produzem. Nesse contexto, aqueles que projetam uma imagem desejada são considerados mais bem-sucedidos.

Pesquisa realizada em parceria com uma instituição financeira que forneceu uma amostra representativa de correntistas e as dívidas deles revelou que a dimensão felicidade do materialismo influencia no endividamento e correlaciona-se positivamente com a dívida pessoal (NEPOMUCENO; LAROCHE, 2015).

A análise da relação entre materialismo, atitude ao endividamento e dívida para financiamento do consumo na população de baixa renda permite averiguar como este valor ligado à cultura consumista ~~influencia~~influencia de fato os níveis de endividamento na baixa renda (BELK, 1985). Em estudo sobre a influência do materialismo no nível da dívida para consumo nas famílias, especificamente de baixa renda do município de São Paulo, Moura (2005) concluiu que o materialismo tem forte impacto na propensão ao endividamento. Para avaliar o nível de materialismo da amostra desse estudo considerou-se a escala utilizada por Moura (2005), que é uma adaptação dos estudos de Richins e Dawson (1992).

#### 2.2.1.5 A influência da Educação Financeira

Segundo a Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OECD) (OECD, 2005), a educação financeira pode ser definida como o processo pelo qual os consumidores melhoram a sua compreensão dos produtos financeiros, conceitos e riscos, de

modo que, por meio de informação, instrução e aconselhamento objetivo, possam desenvolver as habilidades e confiança para se tornar mais conscientes dos riscos financeiros e oportunidades, de fazer escolhas informadas e tomar outras ações efetivas para melhorar o seu bem-estar financeiro. A OECD (2004) declarou que a educação financeira é importante aos consumidores por auxiliá-los a orçar e gerir sua renda, além de orientá-los a poupar e investir, evitando assim o endividamento.

A influência da educação financeira torna-se importante quando se observam os problemas causados pela baixa difusão deste conhecimento. Utilização excessiva e descontrolada do cartão de crédito, empréstimos tomados de forma impensada ou com taxas de juros elevadas são exemplos das consequências oriundas da inexistência do estudo das finanças na estrutura educacional formal (MINELLA et al., 2017).

Financiamentos e dívidas viabilizam a antecipação dos sonhos das pessoas, mas não se pode desconsiderar que, ao escolher este tipo de recurso para o alcance dos sonhos, paga-se mais alto por eles. Uma vida financeira repleta de dívidas faz com que o alcance de sonhos seja muito menor do que seria possível conquistar com planejamento e disciplina. Informações acerca do adequado gerenciamento financeiro podem ser adquiridas por meio da educação financeira. Esse conhecimento pode auxiliar à tomada de decisões importantes durante a vida de uma pessoa, como a compra de seu imóvel, veículo, estudos e viagens (CERBASI, 2009). Essas decisões, em geral, envolvem opções de crédito, tais como, financiamentos, consórcio, investimentos, poupança etc. O desconhecimento de cada opção e suas diferenças pode levar gerações ao alto nível de endividamento (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007).

A falta de educação financeira conduz ao endividamento, pois quando se detém conhecimento financeiro pode-se evitar a contração de dívidas, por meio do planejamento orçamentário e controle das despesas (ZERRENNER, 2007). Estudo sobre o nível de endividamento realizado em instituição de ensino de São Paulo apontou que os estudantes consideram a existência de uma educação financeira de qualidade na infância e adolescência a principal influência para o não endividamento financeiro no curso da vida. Este estudo também apontou a importância dada pelos jovens entrevistados para a aquisição de bens materiais, outra variável pesquisada no presente estudo (FERNANDES; CANDIDO, 2014).

Considerando experiências financeiras sendo as experiências relatadas dos participantes com empréstimos e investimentos foi analisada a relação entre o nível de educação financeira, as experiências financeiras e o endividamento. No geral, concluiu-se que os indivíduos com

níveis mais baixos de alfabetização da dívida tendem a transacionar em maneiras de alto custo, incorrer em taxas mais elevadas e usar empréstimos de alto custo. Ao aplicar os resultados aos cartões de crédito, estimou-se que um terço dos encargos e taxas pagas pelos indivíduos menos experientes poderia ser atribuído à ignorância (LUSARDI; TUFANO, 2015).

Em geral, propagandas e publicidades de empréstimos não citam suas taxas de juros altas e os prazos longos e, pelo contrário, a maioria destaca os baixos pagamentos mensais (BLOOM; BOLTON; COHEN, 2010). Quando os consumidores são educados, percebem que algumas informações fornecidas podem ser uma tentativa de persuasão. Dessa forma, o comportamento de propensão à dívida é atenuado, pois ao entender exatamente o que um anúncio ou informação quer transmitir é possível tomar uma decisão mais assertiva (WILLIAMS; FITZSIMONS; BLOCK, 2004).

A educação financeira pessoal possibilita o entendimento de informações que auxiliam as pessoas ao lidarem com a sua renda, com a gestão do dinheiro, com os gastos e empréstimos monetários, com a poupança e investimento a curto e longo prazo (MATTA, 2007). É importante entender que na relação entre a educação financeira e o endividamento, esse ensino coopera com o sistema econômico, pois permite aos agentes consumirem produtos e serviços financeiros de forma adequada e reduzir, assim, o descumprimento de obrigações financeiras (PINHEIRO, 2008).

Tanto Gathergood (2012) quanto Keese (2012) evidenciam que um nível elevado de educação financeira é um aspecto que favorece a gestão financeira e, conseqüentemente, ameniza o risco de dívida, pois permite compreender as diferenças entre o que se precisa e o que se quer. Esta é uma variável muito importante para o presente estudo, pois a falta de educação financeira faz com que as pessoas se exponham mais ao endividamento, destinando grande parte de sua renda ao pagamento de juros às instituições financiadoras de crédito. Dessa forma, as pessoas não conseguem comprar o essencial para suas necessidades e deixam de poupar para situações inesperadas como desemprego e problemas de saúde, o que agrava ainda mais o endividamento (MATTA, 2007; ANDERLONI; BACCHIOCCHI; VANDONE, 2012).

Estudantes que reportaram já terem feito algum curso em finanças pessoais se mostraram significativamente menos prováveis de estarem em risco financeiro (probabilidade de se endividarem) quando comparados àqueles que não fizeram nenhum curso (LYONS, 2007). Avaliando o processo de decisão das famílias, evidenciou-se que o grau de conhecimento financeiro e o comportamento financeiro são positivamente correlacionados e que indivíduos

mais bem informados entendam melhor os custos e benefícios associados ao uso do cartão de crédito (HILGERT; HOGARTH; BEVERLY, 2003).

Os indivíduos financeiramente educados são essenciais para o desenvolvimento da economia, pois, em geral, formam poupança. O governo é um agente deficitário, os recursos poupados pelas famílias significam uma importante fonte de financiamento para os setores da economia (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009).

De forma objetiva, compreende-se que a educação financeira é um tema importante para entender o endividamento, a forma como se deve administrar o dinheiro, gastar, poupar e consumi-lo conscientemente. Em face desta necessidade, surge a 'educação financeira' como uma variável que orienta as pessoas a evitarem o uso inadequado do dinheiro e o gasto inconsciente, reduzindo, assim, a propensão ao endividamento (MEDEIROS, 2003).

Por outra vertente, consumidores com um nível de instrução mais elevado têm melhores condições de buscar no mercado financeiro opções mais viáveis de empréstimos que possivelmente uma classe menos instruída não teria conhecimento. Assim, quanto maior a instrução, maior a possibilidade de se endividar corretamente, dado o conhecimento de opções de crédito (MIOTTO; PARENTE, 2013). Nesse raciocínio, acredita-se que um dos fatores de propensão ao endividamento é o fato dos consumidores possuírem o real conhecimento dos compromissos que estão assumindo e suas vantagens e desvantagens (SLOMP, 2008).

Os indivíduos com menores níveis de educação financeira tendem a subestimar o custo de crédito e, portanto, estão mais propensos ao endividamento. Essa hipótese foi testada e confirmada, ou seja, as famílias menos alfabetizadas financeiramente estão propensas a um maior nível de dívidas podendo até atingir o sobre-endividamento. Com base nesse estudo concluiu-se a seguinte relação: quanto menor o nível de educação financeira, maior a propensão ao endividamento e vice-versa (DISNEY; GATHERGOOD, 2011).

A influência do nível de educação financeira e o autocontrole, visto no presente estudo em atitudes, e o sobre-endividamento, também foi testada e constatou-se que o baixo nível de educação financeira e os problemas de autocontrole são relacionados positivamente ao construto, porém ressalta que é mais fácil melhorar o sobre-endividamento por meio de aumento do nível de educação financeira, visto que o autocontrole é uma característica mais pessoal de cada indivíduo. Portanto, verificou-se nessa pesquisa que o problema de autocontrole é mais impactante no sobre-endividamento (GATHERGOOD, 2012).

Segundo as pesquisas desenvolvidas originalmente por Chen e Volpe (1998) e adaptadas por Matta (2007), a educação financeira pode ser avaliada por meio das seguintes dimensões: gestão financeira, utilização de crédito, investimento e poupança e consumo planejado. Os autores realizaram um estudo com jovens estudantes dos Estados Unidos que apontou que estes não eram bem informados sobre suas finanças pessoais, o que prejudica a tomada de decisão financeira. Os autores destacam que esse é um problema do sistema de ensino, que não está preparando os jovens para o mercado financeiro. Logo, a probabilidade de assumirem dívidas em excesso aumenta, pois a educação financeira está diretamente relacionada ao endividamento.

## CAPÍTULO 3 – ESTUDO DO MÉTODO

### 3.1 TIPO DE PESQUISA

Trata-se de pesquisa quantitativa com emprego de *survey*, na qual foi utilizado questionário estruturado como instrumento de coleta de dados.

A pesquisa é explicativa, visto que busca identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência de fenômenos (GIL, 2010). Esse tipo de pesquisa aprofunda o conhecimento da realidade, porque objetiva explicar a razão, ou seja, o porquê dos fenômenos. Foram testadas hipóteses com relação aos fatores que poderiam, de forma mais relevante, explicar a propensão ao endividamento dos jovens da classe C.

O método científico utilizado foi o dedutivo que, segundo Gil (2010), é o método que parte do geral para o particular, ou seja, de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis para conclusões puramente formais, isto é, em virtude de sua lógica.

### 3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população é constituída pelos jovens da classe C do estado do Rio de Janeiro. Definiu-se jovens como os indivíduos de 18 a 30 anos. A amostra, definida como de conveniência, selecionada pela facilidade de acesso, foi composta por 307 respondentes que estudam no município do Rio de Janeiro, cursando do quarto período em diante de qualquer curso superior. Como os estudantes dos primeiros períodos são mais dependentes economicamente, tendendo a usar os cartões e contas de seus pais e, portanto, se endividando menos (NORVILITIS, 2014), por isso, esses jovens não foram considerados na amostra.

Para definição do perfil da classe C foi utilizada a classificação de Neri (2010), que considera a faixa de renda como delimitador entre classes, desconsiderando os demais aspectos. De acordo com a classificação adotada, a classe C é aquela cujo intervalo de renda está situado entre R\$1.126 a R\$4.854.

Como o Critério Brasil (ABEP, 2015), baseado em posses, encontra-se em modificação, adotaram-se os cortes de Neri (2010), apesar de serem baseados apenas na renda. A definição de quem são os componentes da nova classe média ainda requer um embasamento sociológico mais consistente (MATTOSO, 2013), portanto não há ainda um critério mais robusto.

### 3.3 COLETA DE DADOS

A coleta de dados aconteceu no segundo semestre de 2016, com emprego de pesquisa *survey*. Segundo Malhotra (2006), em uma pesquisa *survey* podem ser utilizados questionários e entrevistas como instrumentos de coleta de dados. No presente estudo foi utilizado um questionário estruturado, o qual é frequentemente utilizado em pesquisas que estudam endividamento (MOURA, 2005; DA SILVA; VIEIRA; FAIA, 2015; MATTA, 2007).

O questionário foi elaborado por meio de questões fechadas. Na primeira parte do questionário encontram-se as questões relativas aos fatores que podem influenciar a propensão ao endividamento. Para essas questões, adotou-se escala do tipo Likert, com cinco opções de resposta variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente). Os itens do questionário se referem aos construtos Valores Atribuídos ao Dinheiro, Atitude Frente ao Endividamento, Materialismo e Educação Financeira.

O construto Propensão ao Endividamento foi medido por variável representativa de autoavaliação quanto ao endividamento do respondente, sendo a sua opinião expressa por nota que variava de 0 a 10, onde o 0 representava a inexistência de endividamento e 10 representava endividamento máximo.

Na segunda parte do questionário, foram apresentadas perguntas sobre o perfil dos respondentes no que se refere aos seguintes aspectos: gênero, idade, estado civil, renda, religião e trabalho.

A versão final do questionário encontra-se no Apêndice A.

### 3.4 TRATAMENTO DE DADOS

Para tratamento dos dados utilizou-se modelagem de equações estruturais (MEE) com a técnica de mínimos quadrados parciais (MQP). O tratamento de dados teve como suporte o software WarpPLS, versão 5. Para análise do perfil da amostra foram utilizados os recursos estatísticos do Microsoft Excel 2010.

A MEE é um conjunto de técnicas multivariadas que combina aspectos da análise fatorial com regressão linear, possibilitando ao pesquisador examinar, simultaneamente, relações entre variáveis observadas e variáveis latentes, assim como entre variáveis latentes.

Atualmente, as abordagens utilizadas para modelagem de equações estruturais são duas: uma com base em matriz de covariância e, outra, baseada em mínimos quadrados parciais (URBACH; AHLEMANN, 2010). O método mais difundido para realização da MEE é fundamentado em matriz de covariância (MC). Entretanto, o método que utiliza MQP tornou-se um método alternativo muito utilizado àquele fundamentado em matriz de covariância pelas seguintes características: não exigir normalidade multivariada na distribuição dos dados; ser mais flexível por seu caráter exploratório; possibilidade de utilização com amostras relativamente pequenas; e quando é grande a complexidade do modelo, com muitos indicadores e relações entre variáveis (HAIR et al., 2014a; ZWICKER; SOUZA; BIDO, 2008). Por essas características estarem no presente estudo, foi utilizado MEE com MQP para o tratamento dos dados.

A MEE com base em MQP é uma técnica preditiva que ajusta o modelo aos dados da amostra para obter as melhores estimativas dos parâmetros de forma a maximizar a variância explicada da variável latente endógena. A avaliação do modelo no contexto da MEE, com MQP, apresenta duas partes interligadas: o modelo externo (de mensuração) e o interno (estrutural).

#### **3.4.1 Modelo de mensuração em MEE, com MQP**

O modelo de mensuração analisa se as estimativas dos parâmetros estão em conformidade com a teoria, se são significativas. A avaliação desse modelo se dá por meio da verificação da confiabilidade e da validade das medidas dos construtos (HAIR et al., 2014a). A confiabilidade de consistência interna foi avaliada por meio do indicador de confiabilidade composta, a validade convergente por meio da variância média extraída e a validade discriminante por meio do critério de Fornell-Larcker e das cargas cruzadas (HAIR et al., 2014a).

##### **3.4.1.1 Confiabilidade de consistência interna**

O critério tradicional para mensurar a consistência interna é o Alpha de Cronbach, o qual consiste numa estimativa da confiabilidade baseada nas intercorrelações das variáveis observadas. Entretanto, esse índice é sensível ao número de itens da escala e geralmente tende a aumentar quando são incluídos novos indicadores aos construtos, sugerindo maior confiabilidade do que a efetiva. Diante disso, a consistência interna em MEE, com MQP, é mais



consistentemente mensurada por meio da confiabilidade composta (CC), que considera as distintas cargas padronizadas externas das variáveis observadas (HAIR et al., 2014a).

Os valores da confiabilidade composta variam de 0 a 1 com valores maiores indicando níveis mais elevados de confiabilidade. Os valores da confiabilidade de 0,60 a 0,70 são aceitáveis em pesquisa exploratória, ao passo que, em estágios mais avançados de pesquisa, valores entre 0,70 e 0,90 podem ser considerados satisfatórios. Valores acima de 0,90 (e definitivamente  $> 0,95$ ) não são desejáveis porque indicam que todos os indicadores estão medindo o mesmo fenômeno e são, portanto, improváveis de constituir medida válida do construto (HAIR et al., 2014a).

#### 3.4.1.2 Validade convergente

A validade convergente é a extensão em que uma medida se correlaciona positivamente com medidas alternativas do mesmo construto. Esse critério foi avaliado por meio da variância média extraída (VME) (WONG, 2013). Neste item, o valor de 0,50 ou mais indica que, em média, o construto explica mais do que a média de variância de seus indicadores (HAIR et al., 2014a), sendo, portanto, este o valor mínimo considerado aceitável para a VME. A VME é definida como o valor médio das cargas quadráticas dos indicadores associados ao construto (ou seja, a soma das cargas quadráticas dividida pelo número de indicadores). O quadrado da carga externa padronizada do indicador representa quanto da variação no item é explicada pelo construto, sendo descrita como a variância extraída do item. Portanto, a VME é equivalente à comunalidade de um construto. Cabe ressaltar que, uma VME menor do que 0,50 indica que, em média, mais erro permanece nos itens do que a variância explicada pelo construto (HAIR et al., 2014a).

#### 3.4.1.3 Validade discriminante

A validade discriminante é a extensão em que um construto é verdadeiramente distinto de outros construtos por padrões empíricos. Assim, estabelecer a validade discriminante sugere que um construto é único e captura o fenômeno não representado por outros construtos no modelo (HAIR et al., 2014a). Segundo esse autor, existem duas medidas de validade discriminante: Cargas cruzadas e Fornell-Larcker.

No primeiro critério, a carga externa de um indicador está associada ao construto se for superior a todas as cargas do indicador nos outros construtos (ou seja, as cargas cruzadas). A presença de cargas cruzadas que excedam a carga externa do indicador representa um problema de validade discriminante (HAIR et al., 2014a).

O segundo critério é o de Fornell-Larcker representando uma abordagem mais conservadora, ele compara a raiz quadrada das variâncias médias extraídas (VME) com as correlações entre variáveis latentes. Especificamente, a raiz quadrada de cada variância média extraída (VME) deveria ser superior à sua maior correlação com qualquer outro construto, ou seja, o resultado da análise das cargas cruzadas das variáveis observadas nas suas respectivas variáveis latentes deve ser maior que em outras variáveis latentes (RINGLE; SILVA; BIDO, 2014). Se o critério não for atendido, pode-se decidir remover indicadores individuais de um construto específico na tentativa de atender ao critério. A lógica desse método é baseada na ideia de que um construto compartilha mais variância com seus indicadores associados do que com qualquer outro construto (HAIR et al., 2014a).

### **3.4.2 Modelo estrutural em MEE, com MQP**

A avaliação dos resultados do modelo estrutural possibilita determinar o grau em que os dados empíricos apoiam a teoria. E, portanto, possibilita decidir se a teoria ou o conceito foi empiricamente confirmado (HAIR et al., 2014a).

Os critérios fundamentais para avaliação do modelo estrutural em MEE com MQP são: a significância dos coeficientes de caminho, o nível dos valores  $R^2$ , o tamanho de efeito  $f^2$  e a relevância preditiva ( $Q^2$ ) (HAIR et al., 2014a).

Antes de avaliar o ajustamento do modelo estrutural, deve ser avaliada a multicolinearidade, por meio do fator de inflação de variância (VIF). No contexto da MEE-MQP, níveis de tolerância abaixo de 0,20 (VIF acima de 5) indicam um potencial problema de colinearidade (HAIR et al., 2014a). Se for indicada colinearidade pela tolerância ou VIF, é preciso considerar a eliminação do construto, a sua fusão com outro (s) de construto (s) preditivo (s) ou a criação de construto de ordem superior para tratar o problema de colinearidade.

#### **3.4.2.1 Os coeficientes de caminho**

Os coeficientes de caminho do modelo estrutural representam as relações hipotéticas entre os construtos. Os coeficientes de caminho têm valores padronizados entre -1 e 1. Os

coeficientes de caminho estimados próximos a |1| representam relação forte, quando estatisticamente significativos (isto é, diferente de zero na população). Quanto mais próximos os coeficientes estimados estiverem de zero, mais fraca será a relação. Se um coeficiente de caminho for maior do que outro, seu efeito sobre a variável latente endógena é maior (HAIR et al., 2014a).

#### 3.4.2.2 O coeficiente de determinação ( $R^2$ )

O coeficiente de determinação ( $R^2$ ) é a medida mais comumente empregada para avaliar o modelo estrutural. Esse coeficiente é uma medida da exatidão preditiva do modelo e é calculado como a correlação quadrática entre os valores de um específico construto endógeno e os valores preditos. O coeficiente representa os efeitos combinados das variáveis latentes exógenas sobre a variável latente endógena (HAIR et al., 2014a).

Os valores de  $R^2$  variam de 0 a 1, com níveis maiores indicando maior exatidão preditiva. É difícil apresentar regra prática para valores aceitáveis de  $R^2$ , já que eles dependem da complexidade do modelo e da área de pesquisa (HAIR et al., 2014a).

Selecionar um modelo baseado no valor  $R^2$  não é um bom critério. A adição de construtos sem relevância para explicar uma variável latente do modelo estrutural sempre aumenta  $R^2$ . Quanto mais caminhos apontarem na direção de um construto alvo, maior o valor de  $R^2$ . Entretanto, deseja-se encontrar modelos que sejam bons na explicação dos dados (portanto, com elevado  $R^2$ ), mas também, que contenham menos construtos exógenos. Tais modelos são denominados parcimoniosos (HAIR et al., 2014a).

#### 3.4.2.3 Tamanho do efeito ( $f^2$ )

Além de avaliar os valores  $R^2$  de todos os construtos endógenos, a variação do valor  $R^2$  quando um construto exógeno específico é omitido do modelo pode ser empregada para avaliar se o construto omitido tem um impacto substantivo sobre o construto endógeno. Essa medida é referenciada como Tamanho do Efeito  $f^2$  (HAIR et al., 2014a).

A variação dos valores de  $f^2$  é calculada estimando-se duas vezes o modelo de caminho com MQP. Inicialmente, ele é estimado com a variável latente exógena incluída e, posteriormente, a variável latente exógena é excluída. A diretriz para avaliar  $f^2$  é de que 0,02;

0,15; e 0,35, representam efeitos pequeno, médio e grande da variável latente exógena, respectivamente (HAIR et al., 2014a).

#### 3.4.2.4 Blindfolding e Relevância Preditiva ( $Q^2$ )

Além de avaliar a magnitude de  $R^2$  como critério de exatidão preditiva, também é importante examinar o valor  $Q^2$  de Stone-Geisser. Essa medida é um indicador da relevância preditiva do modelo (HAIR et al., 2014a).

Como medida relativa de relevância preditiva, os valores 0,02; 0,15; e 0,35 indicam que um construto exógeno tem relevância preditiva pequena, média ou grande, respectivamente, para um construto endógeno (HAIR et al., 2014a).

### 3.5 VARIÁVEIS DO MODELO HIPOTÉTICO

Em MEE, existem dois tipos de variáveis: as variáveis latentes e as variáveis observadas. As variáveis observadas são passíveis de mensuração e são representadas no questionário por seus itens constituintes. Já as variáveis latentes não podem ser diretamente mensuráveis, portanto, são medidas por meio das variáveis observadas. As variáveis latentes explicam a ~~a~~ variação das ~~entre as~~ variáveis observadas, as quais, em última instância, permitem mensurar o construto ao qual estão relacionadas, que mensuram o construto, sendo, em última instância, Portanto, as variáveis latentes são representativas ~~-representativas~~ dos construtos do modelo (RIBAS; VIEIRA, 2011).

#### 3.5.1 Variáveis latentes

As variáveis latentes exógenas explicam as variáveis latentes endógenas, ou seja, as endógenas são os construtos que estão sendo explicados no modelo. As variáveis latentes relacionadas à pesquisa são as seguintes:

- 1) EF: Educação Financeira (exógena);
- 2) AE: atitude ao endividamento (exógena);
- 3) VR: valor atribuído ao dinheiro (exógena);
- 4) MT: Materialismo (exógena);
- 5) PE: Propensão ao endividamento (endógena);

### 3.5.2 Variáveis observadas

As variáveis observadas possibilitam mensurar as variáveis latentes. No quadro 1, apresentam-se os itens do questionário, o construto, a variável observada associada e o referencial bibliográfico correspondente.

Quadro 1 - Variáveis, construtos e autores do instrumento de pesquisa

Item	Construto	Variável observada	Referencial bibliográfico
Pago as contas sem atraso.	Educação Financeira (EF)	EF1	Chen e Volpe (1998); <a href="#">Disney e Gathergood (2014)</a> ; <a href="#">Matta (2007)</a> ; <a href="#">Minella et al. (2017)</a>
Preocupo-me em gerenciar melhor meu dinheiro.		EF2	
Consigo identificar os juros embutidos que pago ao comprar um produto no crédito		EF3	
Confiro a fatura dos cartões para averiguar erros e cobranças indevidas.		EF4	
Possuo uma reserva mensal que pode ser usada em casos inesperados (ex: desemprego, doença).		EF5	
Poupo visando a compra de um produto de valor mais alto.		EF6	
Comparo preço ao fazer uma compra		EF7	
Eu compro muito a crédito porque é fácil.	Atitude ao endividamento (AE)	AE1	Brusky e Fortuna (2002), Davies e Lea (1995); <a href="#">Hoeve et al., 2014</a> ; <a href="#">Livingstone e Lunt (1992)</a> ; <a href="#">Moura et al. (2005)</a>
Desconheço o total que devo em lojas, cartão de crédito ou banco.		AE2	
Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas.		AE3	
Prefiro comprar parcelado a esperar ter dinheiro para comprar à vista.		AE4	
Eu gasto dinheiro (compro coisas) para me sentir melhor.	Valores Atribuídos ao Dinheiro (Dinheiro) (V)	VR1	Alvim (2003); Ferreira (2008); Moreira e Tamayo (1999); Netemeyer et al. (1995); Trindade (2011)
O dinheiro permite que eu fique completamente realizado.		VR2	
Ter dinheiro é ter poder.		VR3	
Dinheiro traz reconhecimento social.		VR4	
Eu admiro pessoas que possuem carros, casas e roupas caras.	Materialismo (M)	MT1	<a href="#">Belk (1985)</a> ; <a href="#">Moura et al. et al. (2006)</a> ; <a href="#">Ponchio (2006)</a> ; <a href="#">Richins e Dawson (1992)</a> ; <a href="#">Vieira, Flores e Campara (2014)</a>
Eu gosto de possuir coisas que possam impressionar as pessoas.		MT2	
Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras.		MT3	
Minha vida seria mais feliz se eu tivesse várias coisas que não tenho.		MT4	
Fico incomodado(a) quando não tenho condições de comprar o que gostaria.		MT5	

Tabela formatada

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Formatado: À esquerda

Sua percepção em relação ao seu grau de endividamento.	Propensão ao Endividamento (PE)	PE	Bricker et al. (2012); Dean et al. (2013); Flores, Vieira e Coronel (2013); Zerrenner (2007)
--	---------------------------------	----	--

Formatado: À esquerda

Fonte: Elaboração própria

### 3.6 DIAGRAMA DE CAMINHO

O diagrama de caminho exhibe ~~graficamente, virtualmente~~ as hipóteses e as relações entre variáveis que são examinadas, quando a MEE é aplicada. Os construtos (isto é, variáveis que não são diretamente mensuradas) são representados nos modelos de caminho enquanto círculos ou elipses. No referido diagrama, é possível identificar como está configurado o modelo estrutural hipotético, por meio da descrição dos nexos causais entre as variáveis latentes.

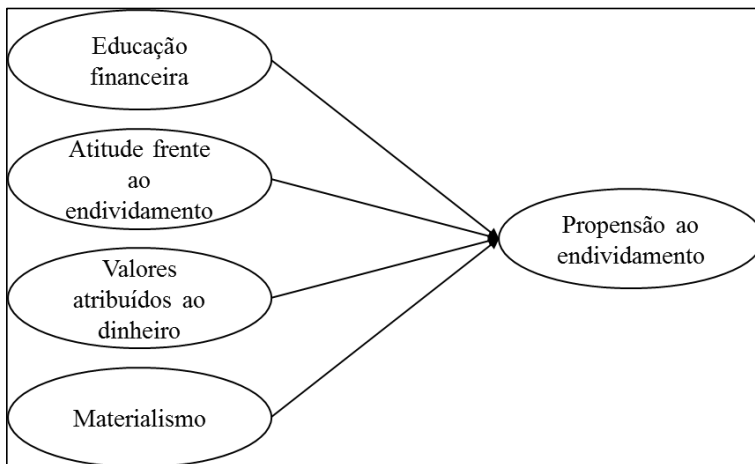


Figura 1 - Diagrama de caminho do modelo hipotético.  
Fonte: Elaboração própria.

### 3.7 LIMITAÇÕES

A impossibilidade de generalização dos resultados para a população, dado a utilização de amostra não probabilística por conveniência, selecionada por facilidade de acesso a ela.

A segunda limitação ~~se refere à confiabilidade das respostas ao~~ ~~sobre o~~ ~~questionário aplicado, uma vez, visto que~~ ~~este instrumento de coleta de dados permite o anonimato~~ ~~o respondente~~, ~~os participantes podem responder as questões sem responsabilidade e sinceridade.~~

A terceira limitação está relacionada ao cenário econômico do país, uma vez que a fase em que o ciclo econômico se encontra pode influenciar nas atitudes, comportamentos e hábitos de cada indivíduo com relação ao dinheiro.

## CAPÍTULO 4 - RESULTADOS E ANÁLISES

Neste capítulo, serão apresentados os resultados obtidos pela pesquisa. Na primeira subseção, foi identificado o perfil dos respondentes, com aplicação da estatística descritiva sobre os itens demográficos. A subseção seguinte é dedicada à análise dos resultados, por meio do uso da MEE com base em MQP.

### 4.1 PERFIL DA AMOSTRA

A amostra da pesquisa foi composta por 326 estudantes da graduação de uma Instituição Privada de Ensino Superior localizada ~~no~~ Centrona cidade do Rio de Janeiro. Houve 307 questionários válidos, correspondendo a 94,2% da amostra, da qual 57% são do sexo feminino (Figura 2).

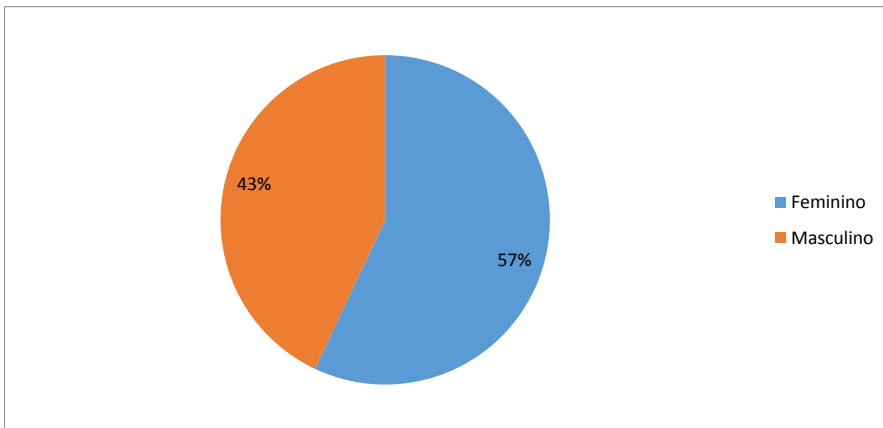


Figura 2 - Gênero dos respondentes.  
Fonte: Elaboração própria.

No que tange às idades, 54% dos respondentes estão na faixa etária dos 26 aos 30 anos (Figura 3).



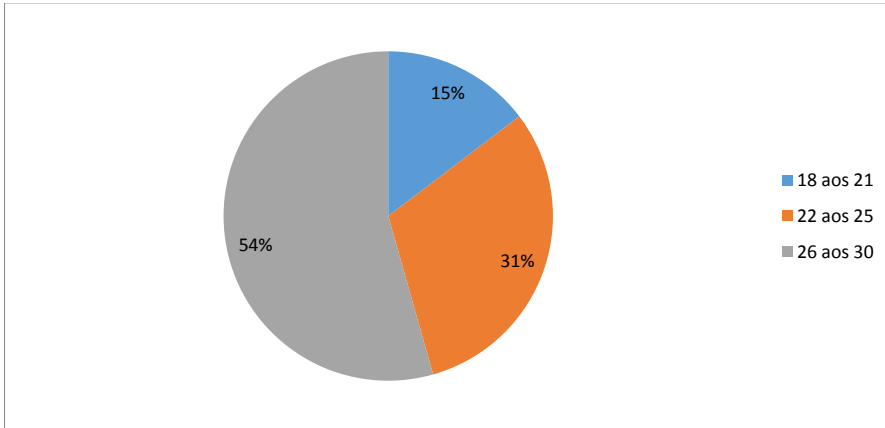


Figura 3 - Faixa etária dos respondentes.  
Fonte: Elaboração própria.

Cabe destacar que, conforme mostra a Figura 4, em escala de endividamento variando de zero a dez, 22,48% dos respondentes não se consideram endividados; 43,32% acreditam que estão endividados em grau de 1 até 5; e 34,20% consideram-se endividados em grau de 6 a 10. Quanto ao estado civil, 74% são solteiros, 24% são casados, e 2% divorciados.

Do total de alunos, 70% não recebem ajuda financeira. Cabe destacar que, conforme mostra a Figura 4, em escala de endividamento variando de zero a 10, 66% dos alunos consideram que estão endividados em grau até 5.

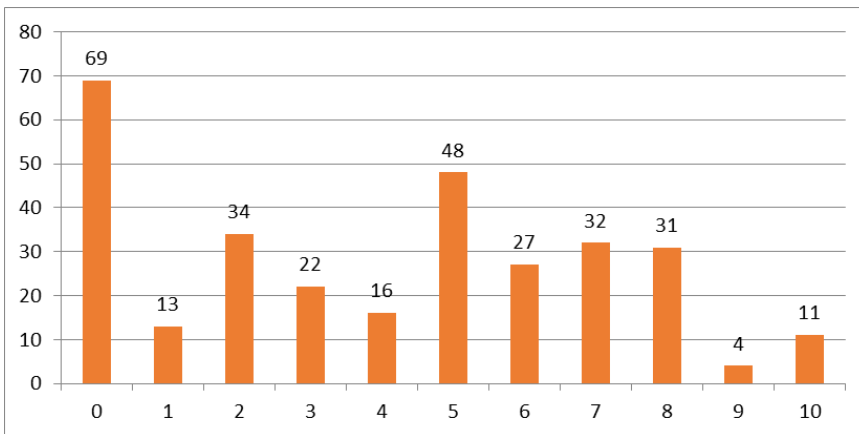


Figura 4 - Grau de endividamento dos respondentes.  
Fonte: Elaboração própria.

Em termos de religião, a maior parte dos respondentes (40%) é católica (Figura 5).

Quanto ao estado civil, 74% são solteiros, 24% são casados, e 2% divorciados.

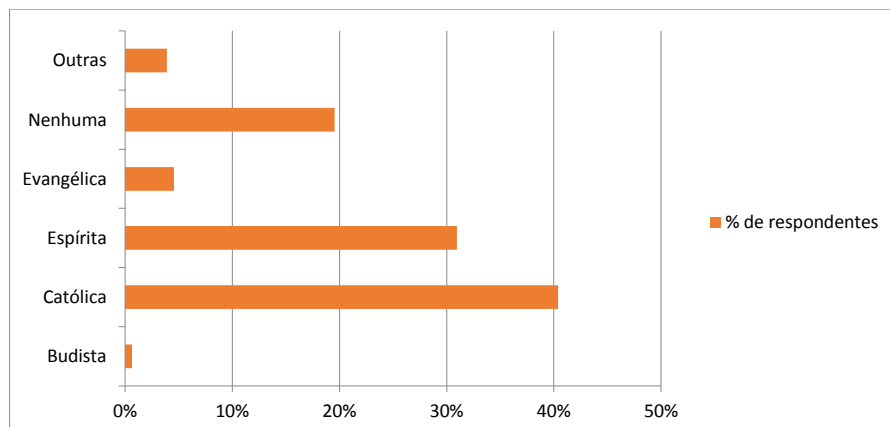


Figura 5—Religião dos respondentes

Fonte: Elaboração própria.

As variáveis demográficas e culturais da amostra não foram objeto de análise da modelagem de equações estruturais, visto que, já foi feito um recorte da população para aplicação da pesquisa considerando uma região geográfica e faixa etária específica.

#### 4.2 ANÁLISE DA MODELAGEM DE EQUAÇÕES ESTRUTURAIS (MEE)

Com o objetivo de testar as hipóteses e avaliar as relações sugeridas na pesquisa, empregou-se MEE com base em MQP, com auxílio do programa WarpPLS na versão 5.0, o qual possibilita estimar as medidas fundamentais para a avaliação da influência dos construtos na propensão ao endividamento dos jovens da classe C. A avaliação do modelo foi realizada em duas partes: na primeira, analisou-se o modelo externo (de mensuração) e, na segunda, o interno (estrutural).

##### 4.2.1 Análise do modelo de mensuração

A análise do modelo de mensuração reflexivo é composta pela análise dos indicadores de consistência interna, de validade convergente e de validade discriminante. Essa é realizada para analisar se as estimativas dos parâmetros estão em conformidade com a teoria.

O modelo deste estudo é composto por cinco variáveis latentes: Educação Financeira (EF), Atitude ao Endividamento (AE), Materialismo (MT), Valores (VR) e a Propensão ao Endividamento (PE), sendo esta última medida por meio de uma questão de auto avaliação. O primeiro indicador analisado foi a consistência interna. Apesar de tradicionalmente a consistência interna ser mensurada por meio do Alfa de Cronbach, este índice assume que todos os indicadores são igualmente confiáveis, enquanto a MEE-MQP dá prioridade aos indicadores de acordo com sua confiabilidade (HENSELER; RINGLE; SINKOVICS, 2009). Além disso, o Alpha de Cronbach é sensível ao número de itens da escala (HAIR et. al., 2014a). Os cinco construtos componentes do modelo apresentaram valores entre 0,70 e 0,90 que podem ser considerados satisfatórios, e, portanto, possuem consistência interna (Tabela 3).

Tabela 3 - Confiabilidade do modelo de mensuração.

	EF	AE	VR	MT
Confiabilidade Composta	0.748	0.725	0.788	0.850

Fonte: Elaboração própria.

A segunda etapa de análise diz respeito à validade convergente, que é indicada pela variância média extraída (VME) de cada variável latente. Nesse item, o valor de 0,50 ou mais indica que, em média, o construto explica mais do que a média de variância das suas variáveis observadas (HAIR et al., 2014a). Em modelos reflexivos as variáveis observadas são um reflexo do construto. Conforme Tabela 4, as variáveis latentes EF, AE e VR obtiveram VME abaixo de 0,5.

Tabela 4 - Variância Média Extraída (VME) do modelo de mensuração

	EF	AE	VR	MT
Variância Média Extraída	0,305	0,415	0,487	0,534

Fonte: Elaboração própria.

Quando uma variável latente apresenta um valor de VME abaixo do mínimo aceitável é recomendável a reespecificação dessa variável. A reespecificação é feita a partir da exclusão de variáveis observadas do construto que apresentem cargas inferiores a 0,708, desde que a sua exclusão não comprometa a validade do construto. Portanto, analisam-se as cargas das variáveis observadas, verificando a sua importância (Tabela 5).

Tabela 5 - Cargas do modelo de mensuração

	EF	AE	VR	MT
EF1	<b>0.464</b>	0.148	-0.078	0.045
EF2	<b>0.633</b>	-0.211	0.017	-0.039
EF3	<b>0.426</b>	-0.195	-0.082	0.113
EF4	<b>0.489</b>	0.042	0.008	-0.184
EF5	<b>0.704</b>	0.058	-0.254	0.219
EF6	<b>0.647</b>	0.045	0.097	0.098
EF7	<b>0.433</b>	0.133	0.398	-0.396
AE1	0.109	<b>0.718</b>	-0.001	-0.057
AE2	-0.114	<b>0.336</b>	-0.265	0.479
AE3	-0.018	<b>0.675</b>	0.064	-0.039
AE4	-0.037	<b>0.758</b>	0.061	-0.124
VR1	-0.082	0.276	<b>0.533</b>	0.120
VR2	-0.060	-0.038	<b>0.751</b>	-0.067
VR3	-0.026	-0.071	<b>0.794</b>	0.071
VR4	0.159	-0.091	<b>0.686</b>	-0.102
MT1	0.039	0.040	-0.111	<b>0.766</b>
MT2	0.078	0.029	-0.182	<b>0.765</b>
MT3	0.031	0.013	-0.140	<b>0.749</b>
MT4	-0.109	-0.005	0.090	<b>0.752</b>
MT5	-0.051	-0.096	0.429	<b>0.609</b>

Fonte: Elaboração própria

Foram reespecificados os construtos Educação Financeira e Atitude ao endividamento. No construto “Educação Financeira” foram excluídas as variáveis EF1 “Pago as contas sem atraso”, EF3 “Consigno identificar os juros embutidos que pago ao comprar um produto no crédito”, EF4 “Confiro a fatura dos cartões para averiguar erros e cobranças indevidas” e EF7 “Comparo preço ao fazer uma compra”. Esses itens, além de apresentarem cargas com valor abaixo de 0,708, possuem significados sobrepostos em razão dos conteúdos semânticos similares as demais perguntas, principalmente se comparados à variável observada EF2. Esta última variável demonstra que a atividade de gerenciar o dinheiro é um fator importante para evitar o endividamento, sendo essa a principal razão pela qual a variável EF2 não poderia ser excluída. Esse fato é confirmado pelos autores Gathergood (2012) e Keese (2012) que evidenciaram que um nível elevado de educação financeira favorece a gestão financeira e,

consequentemente, ameniza o risco de dívida ao permitir compreender melhor a relação da renda com os gastos.

Já no construto “Atitude ao Endividamento” a variável AE2 “Desconheço o total que devo em lojas, cartão de crédito ou banco” foi excluída por sinalizar ambiguidade ao utilizar o conectivo “ou”, razão pela qual a sua carga fatorial é muito inferior ao valor de referência de 0,708.

No construto “Valor atribuído ao dinheiro” a variável VR1 “Eu gasto dinheiro (compro coisas) para me sentir melhor” apesar de ter apresentado carga inferior à desejada, não foi excluída, pois segundo a literatura, os indivíduos acreditam que o dinheiro pode trazer bem-estar (FERREIRA, 2008), logo sua exclusão comprometeria a validade de conteúdo do construto.

Após a exclusão dessas cinco variáveis observadas, verificou-se novamente a validade convergente, obtendo-se uma VME superior a 0,500 para todas as variáveis latentes, exceto para o “Valor atribuído ao dinheiro” que ficou bem próximo do aceitável em pesquisa exploratória. Além da validade convergente, a consistência interna do modelo ajustado também foi confirmada (Tabela 6).

Tabela 6 - Confiabilidade e Variância Média Extraída do modelo reespecificado

	EF	AE	VR	MT
Confiabilidade Composta	0.785	0.776	0.788	0.850
Variância Média Extraída	0.549	0.537	0.487	0.534

Fonte: Elaboração própria.

A etapa seguinte foi à análise da validade discriminante do modelo ajustado. Essa avaliação é entendida como a medida em que os construtos são independentes um dos outros (HAIR et al., 2014a). Para tal avaliação foi utilizado o critério Fornell-Larcker.

A Tabela 7 mostra que os valores da diagonal principal (raiz quadrada de VME) são maiores do que os demais elementos da linha e da coluna correspondente. Dessa forma, os valores das raízes quadradas das VMEs de cada construto são maiores que as correlações entre os construtos. Assim, constata-se que o modelo tem validade discriminante pelo critério de

Fornell-Larcker, visto que as variáveis observadas têm relação mais forte com sua variável latente do que com outras variáveis latentes.

Tabela 7 - Correlação entre cargas X raiz quadrada das VME

	EF	AE	VR	MT
EF	<b>0.741</b>	-0.275	0.003	-0.017
AE	-0.275	<b>0.733</b>	0.161	0.218
VR	0.003	0.161	<b>0.698</b>	0.643
MT	-0.017	0.218	0.643	<b>0.731</b>

Fonte: Elaboração própria.

Por fim, cabe ressaltar as variáveis observadas mais relevantes de cada construto do modelo reespecificado (ver Tabela 8).

Tabela 8 – Variáveis observadas mais relevantes de cada construto

Construto	Variável Observada	Item
Educação Financeira	EF2	Preocupo-me em gerenciar melhor meu dinheiro.
	EF5	Possuo uma reserva mensal que pode ser usada em casos inesperados.
	EF6	Poupo visando a compra de um produto de valor mais alto.
Atitude Frente ao Endividamento	AE1	Eu compro muito a crédito porque é fácil.
	AE3	Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas.
	AE4	Prefiro comprar parcelado a esperar ter dinheiro para comprar à vista.
Valores Atribuídos ao Dinheiro	VR2	O dinheiro permite que eu fique completamente realizado.
	VR3	Ter dinheiro é ter poder.
	VR4	Dinheiro traz reconhecimento social.
Materialismo	MT1	Eu admiro pessoas que possuem carros, casas e roupas caras.
	MT2	Eu gosto de possuir coisas que possam impressionar as pessoas.
	MT4	Minha vida seria mais feliz se eu tivesse várias coisas que não tenho.

Fonte: Elaboração própria.

~~Analisada a validade discriminante do modelo, terminam as análises do modelo de mensuração e inicia-se a análise do modelo estrutural.~~

#### 4.2.2 Análise do modelo estrutural

Antes de avaliar o ajustamento do modelo estrutural, foi analisada a multicolinearidade, por meio do fator de inflação de variância (VIF). No contexto da MEE-MQP, um valor VIF de

**Formatado:** Justificado, Recuo: Primeira linha: 1,25 cm, Espaço Antes: 6 pt, Depois de: 6 pt, Espaçamento entre linhas: 1,5 linhas

cinco, ou maior, indicam um potencial problema de colinearidade (HAIR et al., 2014a). Tal fato não é observado na Tabela 9, comprovando que não existem problemas de colinearidade.

Tabela 9 - Fator de inflação de variância

	EF	AE	VR	MT	PE
VIF	1.214	1.332	1.712	1.744	1.429

Fonte: Elaboração própria.

A primeira avaliação do modelo estrutural consistiu na apreciação do coeficiente de determinação de Pearson ( $R^2$ ). Segundo Hair et al. (2014a), os valores de  $R^2$  variam de 0 a 1, com níveis maiores indicando maior exatidão preditiva, sendo complexo apresentar regra prática para valores aceitáveis de  $R^2$ , já que eles dependem da complexidade do modelo e da área de pesquisa. Hair, Ringle e Sarstedt (2011) exemplificam que  $R^2 = 0,20$  é considerado bom adequado em disciplinas, tais como o comportamento do consumidor.

Na presente pesquisa, o  $R^2$  alcançou para a variável latente endógena PE (Propensão ao Endividamento) o valor de 0,32, ~~sendo esse considerado um valor adequado para a área de pesquisa.~~ Desse modo, o construto PE (Propensão ao Endividamento) tem 32% de sua variância explicada pelo modelo estrutural.

A variação do valor  $R^2$  quando um construto exógeno específico é omitido do modelo é utilizada para analisar se o construto omitido tem um impacto substantivo sobre o construto endógeno. Essa medida é referenciada como tamanho do efeito ( $f^2$ ) (HAIR et al., 2014a). Para esses autores a diretriz para avaliar  $f^2$  é de que 0,02, 0,15 e 0,35, representam efeitos pequeno, médio e grande da variável latente exógena, respectivamente. ~~A Nesse sentido, a interpretação dos valores de  $f^2$  indicou um impacto significativo destas variáveis sobre a propensão ao endividamento (Tabela 10 indica o impacto destas variáveis sobre a propensão ao endividamento).~~

Tabela 10 - Tamanho do efeito.

	EF	AE	VR	MT
$f^2$	0.131	0.166	0.020	0.001

Fonte: Elaboração própria.

A variável Atitude ao Endividamento apresentou tamanho de efeito médio para a propensão ao endividamento. Isso implica inferir que jovens, entre 18 e 30 anos, tem maior propensão ao endividamento por meio de suas atitudes frente à facilidade de obtenção de crédito, ao grau de autocontrole e preferência no tempo.

Dando sequência à análise do modelo estrutural, o índice de relevância preditiva ( $Q^2$ ) ou indicador de Stone-Geisser, obteve valor maior que zero, sendo  $Q^2=0,321$  para a variável latente PE (Propensão ao Endividamento), representando assim grande-adequada relevância preditiva.

Para finalizar a análise do modelo estrutural foram verificados os coeficientes de caminho representado pelos betas ( $\beta$ ). Esses coeficientes sinalizam a importância relativa das variáveis latentes exógenas para explicar a variável latente endógena PE, além de indicar se os sinais algébricos estão de acordo com os expostos nas hipóteses propostas. Em seguida, o nível de significância foi verificado, podendo ser aceitas as hipóteses 1, 2 e 3 ao nível de 5% (Quadro 2).

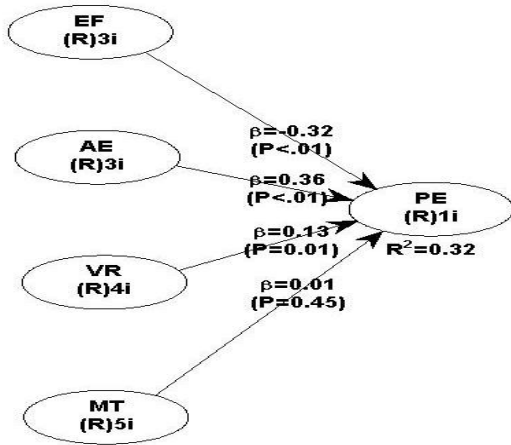
Quadro 2 - Valores dos coeficientes de caminho, nível de significância e relação direta com as hipóteses da pesquisa

Hipóteses	Fator de influência na propensão ao endividamento	Coef. Beta	P value	Resultado
1	Educação Financeira	-0.318	<0.001	Aceita
2	Atitude Frente ao Endividamento	0.359	<0.001	Aceita
3	Valores Atribuídos ao Dinheiro	0.127	0.012	Aceita
4	Materialismo	0.006	0.455	Não aceita

Fonte: Elaboração própria.



A [Figura 5](#) [Figura 6](#) apresenta o diagrama de caminho do modelo ajustado.



[Figura 5](#) [Figura 6](#). Coeficientes de caminho do modelo de [mensuração estrutural](#).  
Fonte: Elaboração própria.

Por meio da figura acima, visualiza-se que a [Educação Financeira e a Atitude Frente ao Endividamento](#) e a [Educação Financeira](#) possuem os [maiores](#) betas [mais próximos de +1](#), o que [implica dizer que](#) [portanto](#) impactam mais fortemente na propensão ao endividamento. Dessa forma, é possível confirmar o que foi discutido na literatura, quanto a importância desses fatores. Percebe-se, também, que 32% da Propensão ao Endividamento é influenciada pelos fatores EF, AE e VR. E por último, observa-se que o Materialismo, hipótese 4 do modelo, não influencia a propensão ao endividamento, ao nível de 5% de significância.

## CAPÍTULO 5 – CONCLUSÃO, CONTRIBUIÇÕES E RECOMENDAÇÕES

### 5.1 CONCLUSÃO

Como resposta à questão problema, a presente pesquisa indicou que, dentre quatro fatores apontados pela literatura pertinente como relevantes para explicar a propensão ao endividamento dos jovens da classe C carioca, os mais relevantes são a Atitude Frente ao Endividamento e a Educação Financeira.

No caso, as dimensões Atitude Frente ao Endividamento (hipótese 2) e Valores Atribuídos ao Dinheiro (hipótese 3) influenciam positivamente na propensão ao endividamento, e a Educação Financeira (hipótese 1) influencia negativamente. Ou seja, quanto maior a Educação Financeira menor a propensão a se endividar. Essas três hipóteses foram aceitas e a hipótese 4, que diz que o Materialismo influencia a propensão ao endividamento, foi rejeitada.

De acordo com o presente estudo os indivíduos com baixo poder aquisitivo se endividam, principalmente, por apresentarem atitudes que favorecem à dívida, por atribuírem valores ao dinheiro e pelo nível de educação financeira.

Os resultados confirmaram que a Atitude Frente ao Endividamento é baseada nas crenças de que parcelamento e obtenção de crédito são ações aceitáveis e desejáveis. Dessa forma, confirma-se o que apontava Davies e Lea (1995) sobre a crença de que algumas formas de crédito não são tidas como dívida pelos jovens. Estas atitudes de aceitação e preferência pelo crédito juntamente com sua oferta fácil, a juros altos, em um passado recente, elevaram o grau de endividamento. Entretanto, cabe ressaltar que, apesar dos jovens acreditarem na facilidade de obtenção do crédito, caso não se endividem de forma consciente, essa situação pode trazer problemas como a inadimplência.

Complementando essa visão, o construto Educação Financeira revelou a importância de saber gerir o dinheiro e do hábito de poupar como inibidores do endividamento. A Educação Financeira pode ser compreendida como a parte cognitiva, o conhecimento que o indivíduo tem, enquanto a intenção de agir está relacionada ao comportamento, a atitude. Portanto, pode-se dizer que, para a amostra estudada, apesar do indivíduo conhecer os preceitos da Educação Financeira, sua Atitude Frente ao Endividamento pode ser mais forte. Esse fato é apoiado, também, pelo estudo de Fustaino e Yamamoto (2009) que afirmam que a disponibilidade de

crédito é um fator colaborador ao vício de consumir e se endividar, assim como a busca por felicidade e novas emoções também.

Paralelamente a esta leitura, do ponto de vista econômico, a Atitude Frente ao Endividamento e a Educação Financeira representam duas forças significativas que agem em sentido contrário sobre o endividamento, em que uma se sobrepõe à outra, dependendo da fase do ciclo econômico. Quando a economia está em expansão, apresentando oferta abundante de crédito, o construto atitude ao endividamento tende a ser preponderante, uma vez que as famílias são mais favoráveis ao endividamento para o consumo, pois acreditam que o poder aquisitivo traz realização e reconhecimento social. Esta última afirmação foi comprovada por meio do coeficiente beta positivo do construto Valores Atribuídos ao Dinheiro. Os indivíduos atribuem valores ao dinheiro, dando a ele significados como, por exemplo, o de poder e prestígio (FLORES; VIEIRA; CORONEL, 2013). Esses valores podem representar um dos principais motivos que tornam as pessoas endividadas, pois não hesitam em gastar dinheiro em algo que lhes proporcionará uma sensação de prazer e *status* na sociedade. Dessa forma, ao se sentirem poderosos por meio da aquisição de bens, eles desejam o crédito e acabam se endividando. O consumo é visto pela classe C como uma forma de inclusão social e de realização.

Ainda considerando a dinâmica econômica, em períodos de recessão, as famílias, completamente endividadas, veem a necessidade de tomar decisões mais baseadas na racionalidade, utilizando seus conhecimentos e o máximo de cautela. Nessa fase, em geral, a Educação Financeira exerce maior influência na propensão a se endividar do que as atitudes.

Por fim, o Materialismo não se confirmou como fator de influência na propensão ao endividamento. Essa hipótese foi rejeitada provavelmente porque, de forma mais contundente, as métricas do construto Valores Atribuídos ao Dinheiro já representavam a importância do Materialismo, ao sugerir que o poder se materializa na aquisição e na posse de bens. Outra possibilidade é a de que os respondentes têm dificuldade de admitir explicita e socialmente que gostam de impressionar as pessoas e de que possuir bens traz felicidade. No estudo de Herculano et al. (2014), o materialismo dos jovens brasileiros também se mostrou pouco influente, tendo os jovens afirmado que dinheiro não traz felicidade. Esta afirmação está muito enraizada na nossa sociedade, mesmo que, na prática, as pessoas atribuam sentimento de felicidade à posse de bens. O presente estudo confirmou hipóteses que indicam que o endividamento é pautado por vários aspectos, mas não pela influência dos bens materiais,

acreditando que o público estudado está mais ligado a outros fatores comportamentais e que, além disso, possuem dificuldade de assumir que são materialistas.

## 5.2 CONTRIBUIÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

Espera-se que, com este trabalho, se amplie a compreensão da existência de uma parte da população jovem com níveis altos de propensão ao endividamento influenciado por fatores não puramente racionais ou ligados à renda, mas sim fatores comportamentais. Dentro do objetivo principal a que se propôs este trabalho, foi possível identificar três fatores relevantes para o Endividamento, apresentando, ainda, informações descritivas sobre cada tema e suas relações correspondentes.

### 5.2.1. Contribuição acadêmica

A principal contribuição acadêmica deste trabalho se deu pela análise integrada de quatro construtos diferentes na propensão ao endividamento e pela revelação da Atitude Frente ao Endividamento e a Educação Financeira como os mais relevantes. Dentre as publicações estudadas, de esfera nacional e internacional, nenhum autor analisava a influência das dimensões presentes neste trabalho em um mesmo estudo, sendo elas a Educação Financeira, Valores Atribuídos ao Dinheiro, Atitude Frente ao Endividamento e Materialismo. Dessa forma, o trabalho deu início às discussões da influência dessas dimensões na propensão ao endividamento e, contribuiu assim para o preenchimento de lacunas encontradas no comportamento do consumidor e nas finanças comportamentais, mostrando que existem fatores, que não a renda, que influenciam no endividamento.

Ademais, conforme visto na conclusão, a determinação do coeficiente angular negativo para a Educação Financeira e positivo para a Atitude Frente ao Endividamento amplia a compreensão da trajetória do endividamento em países de economia em desenvolvimento, tal como o Brasil, quando está associada à fase expansiva ou recessiva do ciclo econômico.

### 5.2.2. Contribuição gerencial

Ao entender melhor os aspectos que influenciam na propensão ao endividamento, tendo como fatores testados às variáveis latentes Valores Atribuídos ao Dinheiro (VR), Atitude Frente ao Endividamento (AE), Materialismo (MT) e a Educação Financeira (EF), as empresas poderão delinear estratégias de marketing e relacionamento mais precisas e cuidar para que a

inadimplência não aumente. Os indivíduos ao atribuírem valores de prazer/poder e acreditarem que a utilização de crédito é fácil, tornam-se vulneráveis, cabendo às empresas e seus gerentes levarem em consideração os atributos aqui levantados.

Em linhas gerais entende-se que os Valores Atribuídos ao Dinheiro têm se tornado um tema de importante discussão, visto que esses valores podem contribuir na formação de comportamentos dos consumidores, por meio da sua capacidade de influenciar interações sociais e culturais. A respeito disso, o significado do dinheiro ultrapassa a economia e atinge áreas que incluem identidades sociais, e deve ser considerado em planejamentos estratégicos e em estudos de mercado.

Percebe-se que as atitudes frente à dívida podem influenciar os hábitos de consumo, crenças sociais e políticas. Tais atitudes refletem maior grau de favorabilidade ao endividamento, permitindo maior estímulo ao consumo, mesmo que esse gere dívidas. Os empresários deverão estar cientes de como uma moderna visão sobre o dinheiro pode desencadear as tendências de maior consumo e endividamento que existem entre os jovens de hoje, criados para valorizar a gratificação instantânea e ao mesmo tempo em que são impactados por aspectos culturais, sociais e religiosos. A associação de tais comportamentos com as dívidas pessoais, deve ser considerada não apenas por empresários, mas também para nortear políticas públicas.

Na esfera pública, o Banco Central do Brasil e a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) podem se beneficiar nas suas atuais ações de divulgação acerca da importância da Educação Financeira. Essas instituições podem incluir em seus seminários, cursos e palestras para divulgação e aumento do nível de Educação Financeira, também os demais fatores encontrados no presente estudo.

Com relação aos bancos, o reconhecimento desses fatores influenciadores da propensão ao endividamento pode auxiliar na construção de modelos de concessão de crédito mais robustos. O entendimento do comportamento da classe C, uma classe cada vez mais endividada, pode auxiliar, também, no controle da inadimplência causada pelo acúmulo de dívidas sem condições de pagá-las.

Por fim, ressalta-se a importância de investir na Educação Financeira, com a inclusão de disciplinas nos cursos regulares e profissionalizantes de instituições de ensino.

### **5.2.3. Recomendações para pesquisas futuras**

O estudo em questão atestou que ainda há um vasto campo a ser explorado no que concerne aos fatores que podem levar ao endividamento.

A pesquisa foi realizada apenas no campus de uma Universidade particular do município do Rio de Janeiro, portanto recomenda-se que seja testada também com amostra expandida e aleatória. A pesquisa de campo em diferentes Universidades auxiliará estudos comparativos que permitam tanto identificar as diferenças mais significativas entre os construtos mais relevantes para a propensão ao endividamento, quanto indicar suas variáveis observadas mais importantes.

Para futuros estudos, recomenda-se também, que a pesquisa seja estudada pela ótica qualitativa, de modo a se verificarem as convergências e as divergências com os resultados encontrados nesta dissertação.

Embora este trabalho tenha optado em pesquisar o segmento jovem, de 18 a 30 anos, é interessante replicar a pesquisa no segmento adulto, cada vez mais endividado no cenário econômico atual de juros alto e desemprego. Indica-se também a replicação das variáveis aqui estudadas avaliando por referências sociais e demográficas, como diferentes classes econômicas, gênero ou religião.

## REFERÊNCIAS

- ABEP, Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério de classificação econômica Brasil 2015**. Disponível em <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em 05 set.2016.
- ALVIM, V. Dinheiro: instituição social relevante na sociedade moderna. **Revista EMTESE**, vol. 1, n. 1, p. 1-25, 2003.
- ANDERLONI, L.; BACCHIOCCHI, E.; VANDONE, D. Household financial vulnerability: An empirical analysis. **Research in Economics**, v. 66, n.3, p.284-296, 2012.
- ASSAD, M; ARRUDA, M. Consumidor de Baixa Renda: O modelo de dinâmica do processo de compra. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.
- ATKINSON, A.; MESSY, F. Assessing financial literacy in 12 countries: an OECD/INFE international pilot exercise. **Journal of Pension Economics and Finance**, v. 10, n. 04, p. 657-665, 2011.
- BARRETO, F.; BOCHI, R. Mercados pouco explorados: descobrindo a classe C. 2002. **The Boston Consulting Group**. Disponível em <<http://www.abmn.com.br/upload/congresso/material/14042014020439.pdf>>. Acesso em 22 jul. 2016.
- BARROS, C.; ROCHA, E. Lógica de Consumo em grupos das camadas populares: uma visão antropológica de significados culturais. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- BELK, R. Materialism: trait aspects of living in the material world, **Journal of Consumer Research**, v. 12, n.1, p.265-280, 1985.
- BLOCK-LIEB, S.; JANGER, E. The Myth of the Rational Borrower: Rationality, Behaviorism, and the Misguided “Reform of Bankruptcy Law”. **Texas Law Review**, v. 84, n. 6, 2006.
- BLOOM, P.; BOLTON, L.; COHEN, J. Helping Consumers Respond Responsibly to the Advertising and Availability of Debt Consolidation Loans. **Interim report**, Duke University, Durham, NC, v. 2708, 2010.
- BORSATO, J.; GOMES, T.; PIMENTA, D.; CARVALHO, L.; RIBEIRO, K. Significado do dinheiro: uma análise comparativa entre indivíduos adimplentes e inadimplentes. In: SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL NAS ORGANIZAÇÕES, 13, 2010, São Paulo. **Anais...**, São Paulo: SEMEAD, 2010.
- BRICKER, J.; KENNICKELL, A.; MOORE, K.; SABELHAUS, J. Changes in U.S. family finances from 2007 to 2010: evidence from the Survey of Consumer Finances. **Federal Reserve Bulletin**, v. 100, n. 2, p.1-80, 2012. Disponível em: <<http://www.norc.org/PDFs/scf12.pdf>>. Acesso em: 28 jun. 2016.
- BRUSKY, B; FORTUNA, J. **Entendendo a demanda para as microfinanças no Brasil**: um estudo qualitativo em duas cidades. 2002. Disponível em: <<http://www.cndl.org.br/categoria/indicadores/>>. Acesso em: 05 set. 2016.
- CERBASI, G. **Como organizar sua vida financeira**: inteligência financeira pessoal na prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- CHEN, H.; VOLPE, R. An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. **Financial Services Review**. v.7, n. 2, p. 107-128, 1998.

CHIEN, Y.; DEVANEY, S. The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. **The Journal of Consumer Affairs**, p.162-179, 2001.

CLAUDINO, L.; NUNES, M.; SILVA, F. **Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos**. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa, 2009. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/semead/12semead/resultado/trabalhosPDF/724.pdf>>. Acesso em 2 mai. 2016.

CNC, Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. **Pesquisa Nacional CNC: Endividamento e Inadimplência, 2015**. Disponível em <<http://www.cnc.org.br/>>. Acesso em 21 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. **Percentual de famílias com dívidas aumenta em janeiro de 2016**. Disponível em <<http://www.cnc.org.br/>>. Acesso em 21 jul. 2016.

\_\_\_\_\_. **Percentual de famílias com dívidas recua em janeiro de 2017 para o menor patamar desde 2010**. Disponível em <<http://www.cnc.org.br/>>. Acesso em 20 jun. 2017.

DA SILVA, L.; VIEIRA, V.; FAIA, V. Fatores determinantes do endividamento e da inadimplência associados à propensão de falência da pessoa física. **Análise – Revista de Administração da PUCRS**, v. 23, n. 3, p. 207-221, 2015.

DAVIES, E.; LEA, S. Student Attitudes to Student Debt. **Journal of Economic Psychology**. Amsterdam, v.16, n.4, 1995.

DEAN, L.; JOO, S.; GUDMUNSON, C.; FISCHER, J.; LAMBERT, N. Debt begets debt: examining negative credit card behaviors and other forms of consumer debt. **Journal of Financial Service Professionals**, v. 67, n. 2, p. 72-84, 2013.

DISNEY, R.; GATHERGOOD, J. Financial literacy and indebtedness: new evidence for UK consumers. **The University of Nottingham**, 2011.

EASTMAN, J.; FREDENBERGER, B.; CAMPBELL, D.; CALVERT, S. The Relationship between Status Consumption and Materialism: A Cross-Cultural Comparison of Chinese, Mexican, and American Student. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 5, n. 1, p. 52-66, 1997.

FERNANDES, A.; CANDIDO, J. Educação Financeira e nível do endividamento: Relato de pesquisa entre os estudantes de uma instituição de ensino da cidade de São Paulo. **Revista Eletrônica Gestão e Serviços**, São Paulo, v. 5 n. 2, 2014.

FERREIRA, F. **Os determinantes da desigualdade de renda no Brasil: luta de classes ou heterogeneidade educacional?** Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica de Rio de Janeiro, Departamento de Economia, 2000.

FERREIRA, R. **Como Planejar, Organizar e Controlar seu Dinheiro**. Thomson IOB. São Paulo: 2006.

FERREIRA, V. **Psicologia econômica: estudo do comportamento econômico e da tomada de decisão**. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2008.

FLORES, S.; VIEIRA, K.; CORONEL, D. Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 12, n. 2, 2013.

FLORES, S.; VIEIRA, K. Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. **Journal of Behavioral and Experimental Finance**, v. 3, p. 1-10, 2014.

FRADE, C.; LOPES, C; A.; JESUS, F.; FERREIRA, T. **Um perfil dos sobre-endividados em Portugal**. Centro de Estudos Sociais (CES), Faculdade de Economia, Universidade de



Coimbra, Portugal, 2008. Disponível em [http://oec.ces.uc.pt/pdf/relatorio\\_proj\\_regulacao\\_consumo.pdf](http://oec.ces.uc.pt/pdf/relatorio_proj_regulacao_consumo.pdf). Acesso em: 05 ago. 2016.

FUSTAINO, J.; YAMAMOTO, C. O consumo de crédito no mercado de baixa renda: fatores contribuintes para o aumento das dívidas. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33, 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2009.

GAROARSDÓTTIR, R.; DITTMAR, H. The relationship of materialism to debt and financial well-being: The case of Iceland's perceived prosperity. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 3, p. 471-481, 2012.

GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 3, p. 590-602, 2012.

GIL, A.; **Como elaborar projetos de pesquisa**, São Paulo, Atlas, 2010.

GROHMANN, M.; BATTISTELLA, L.; RADONS, D. O consumo de status e sua relação com o materialismo: análise de antecedentes. **REMark – Revista brasileira de marketing**, v. 11, n.3, p. 03, 2012.

HAIR, J.; RINGLE, C.; SARSTEDT, M. PLS-SEM: Indeed a silver bullet. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 19, n. 2, p. 139-151, 2011.

HAIR, J.; HULT, G.; RINGLE, C.; SARSTEDT, M. **Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)**. SAGE: Thousand Oaks, 2014a.

HAIR, J.; SARSTEDT, M.; HOPKINS, L.; KUPPELWIESER, V. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. **European Business Review**, v. 26, n. 2, p. 106-121, 2014b.

HARRISON, N.; AGNEW, S. Individual and Social Influences on Students' Attitudes to Debt: a Cross-National Path Analysis Using Data from England and New Zealand. **Higher Education Quarterly**, 2016.

HENSELER, J.; RINGLE, C. M.; SINKOVICS, R. The use of partial least squares path modeling in international marketing. **Advances in International Marketing**, v. 20, p. 277-319, 2009.

HERCULANO, L.; MATTOSO, C.; BOUZADA, M.; SCHMIDMEIER, J. Vaidosos e Materialistas? O Caso dos Jovens Brasileiros de Classe C e A sua Relação com o Dinheiro. **Desafio Online**, v. 2, n. 3, p. 102-125, 2014.

HILGERT, M.; HOGARTH, J.; BEVERLY, S. Household financial management: The connection between knowledge and behavior. **Fed. Res. Bull.**, v. 89, p. 309, 2003.

HILL, R. Consumer Culture and the Culture of poverty: Implications for Marketing theory and Practice. **Marketing Theory**, v. 2, n. 3, p. 273-293, 2002.

HOEVE, M.; STAMS, G.; ZOUWEN, M.; VERGEER, M.; JURRIUS, K.; ASSCHER, J. A systematic review of financial debt in adolescents and young adults: Prevalence, correlates and associations with crime. **PloSone**, v. 9, n. 8, 2014.

IBGE, PNADa. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=40](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40). Acesso em 21mar. 2016.

IBGE, POFB. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Disponível em <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa\\_resultados.php?id\\_pesquisa=25](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=25)>. Acesso em 21mar.2016.

IBGE, População Economicamente Ativa – PEA., 2015. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme\\_nova/defaulttab\\_hist.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/defaulttab_hist.shtm)> Acesso em: 16 maio 2016.

KARNANI, A. The mirage of marketing to the bottom of the pyramid. How the private sector can help alleviate poverty. **California Management Review**, v.49, n.4, 2007.

KEESE, M. Who feels constrained by high debt burdens? Subjective vs. objective measures of household debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 1, p. 125-141, 2012.

KIDWELL, B.; TURRISI, R. An examination of college student money management tendencies. **Journal of Economic Psychology**, v. 25, p. 601-616, 2004.

KIYOSAKI, R.; LECHTER, S. **Pai rico, pai pobre**. Elsevier Brasil, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de Marketing**. 9.Ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de marketing**. 12.Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAMOUNIER, B.; SOUZA, A. **A Classe Média Brasileira: Ambições, Valores e Projetos de Sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier; Brasília, 2010.

LIVINGSTONE, S.; LUNT, P. Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social and economic determinants. **Journal of economic psychology**, v. 13, n. 1, p. 111-134, 1992.

LUSARDI, A.; TUFANO, P. Debt Literacy, Financial Experiences and Overindebtedness. **Journal of Pension Economics and Finance**, n. 14, p. 329-365, 2015.

LEA, S.; WEBLEY, P.; WALKER, C. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use. **Journal of Economic Psychology**, n. 16, p. 681-701, 1995.

LYONS, A. Credit practices and financial education needs of Midwest college students. **Networks Financial Institute Working Paper**, p. 23, 2007.

LYONS, A.; YILMAZER, T. Health and financial strain: Evidence from the survey of consumer finances. **Southern Economic Journal**. p. 873-890, 2005.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATTA, R. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal**. 2007.214f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Ciência da informação) Universidade Brasília, Brasília-DF.

MATTOSO, C. A posição social, sua influência no consumo da base da pirâmide e a adoção de um novo modelo de estratificação social. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia**, v. 12, p.45-58, 2013.

MATTOSO, C.; ROCHA, A. Significados associados às estratégias para solução de problemas financeiros dos consumidores pobres. In: ENCONTRO DE ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS

PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

MEDEIROS, C. **Educação financeira: O complemento indispensável ao empreendedorismo.** Campina Grande, 2003. Departamento de Sistemas e Computação, do Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, 2003.

MINELLA, J.; BERTOSSO, H.; PAULI, J.; DALLA, V. A influência do materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão ao endividamento de jovens. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 18, 2017.

MIOTTO, A.; PARENTE, J. **Antecedentes e consequências da gestão das finanças domésticas: uma investigação com consumidores da classe C.** Tese (Doutorado) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2013.

MOURA, A. **Impacto dos Diferentes Níveis de Materialismo na Atitude ao Endividamento e no Nível de Dívida para Financiamento do Consumo nas Famílias de Baixa Renda do Município de São Paulo.** 2005. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

MOURA, A.; ARANHA, F.; ZAMBALDI, F.; PONCHIO, M. As relações entre materialismo, atitude ao endividamento, vulnerabilidade social e contratação de dívida para consumo: um estudo empírico envolvendo famílias de baixa renda no município de São Paulo. In: ENCONTRO DE MARKETING, 2, 2006, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: EMA, 2006.

MOREIRA, A. Dinheiro no Brasil: um estudo comparativo do significado do dinheiro entre as regiões geográficas brasileiras. **Estudos de Psicologia**, v.7, n. 2, p.379-387, 2002.

MOREIRA, A.; Tamayo, A.; Escala de significado do dinheiro: desenvolvimento e validação. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 15, n. 2, p. 93-105, Pará, 1999.

MOTA, C., CHIMELO, G., BENDER, C., NESPOLO, D., BORELLI, V., FACHINELLI, A. Organização Financeira Pessoal: Análise Dos Fatores Que Influenciam No Endividamento E Inadimplência Dos Jovens. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas-ISSN 2176-5766**, v. 4, n. 1, p. 46-61, 2016.

NERI, M. **A Nova Classe Média.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas/IBRE, CPS, 2008.

\_\_\_\_\_. **A Nova Classe Média: o lado brilhante dos pobres.** Centro de Políticas Sociais, FGV, Rio de Janeiro, 2010.

NETEMEYER, R.; BURTON, S.; LICHTENSTEIN, D.; Trait aspects of vanity: measurement and relevance to consumer behavior, **The Journal of Consumer Research**, v.21, p.612-626, 1995.

NEPOMUCENO, M.; LAROCHE, M. The impact of materialism and anti-consumption lifestyles on personal debt and account balances. **Journal of Business Research**, v. 68, n. 3, p. 654-664, 2015.

NORVILITIS, J.; SZABLICKI, P.; WILSON, S. Factors influencing levels of credit-card debt in college students. **Journal of Applied Social Psychology**, v.33, n. 5, p. 935-947, 2006.

NORVILITIS, J. Changes over time in college student credit card attitudes and debt: Evidence from one campus. **Journal of Consumer Affairs**, v. 48, n. 3, p. 634-647, 2014.

OECD. Organization for Economic Co-operation and Development Financial literacy and inclusion: **Results of OECD/INFE survey across countries and by gender**. OECD Centre: Paris, France, 2013.

PAES DE BARROS, R.; GROSNER, D. **Vozes da Classe Média**. Brasília: SAE, 2012.

PINHEIRO, R.; CASTRO, G.; SILVA, H.; NUNES, J. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

PINHEIRO, R. **Educação financeira e previdenciária, a nova fronteira dos fundos de pensão**. São Paulo: Peixoto Neto, 2008.

PONCHIO, M. **The Influence of Materialism on Consumption Indebtedness in the Context of Low Income Consumers From the City of Sao Paulo**. Tese de doutorado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2006.

PONCHIO, M.; ARANHA, F. Necessidades, vontades e desejos: a influência do materialismo sobre a dívida de consumo dos paulistanos de baixa renda. In: ENCONTRO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

PRAHALAD, C. **A Riqueza na base da pirâmide: erradicando a pobreza com o lucro**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

REIS, C.; MATSUMOTO, A.; BARRETO, A. A propensão ao endividamento pessoal no Distrito Federal. **Revista de Economia e Administração**, v.12, n. 4, 2013.

RETOMBAR, A. A (re) construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. **Sociedade e Estado**, v. 23, n. 1, 2008.

RIBAS, J.; VIEIRA, P. **Análise multivariada com o uso do SPSS**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

RIBEIRO, C.; VIEIRA, K.; SANTOS, J.; TRINDADE, L.; MALLMANN, E. Finanças pessoais: análise dos gastos e da propensão ao endividamento em estudantes de administração. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 12, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: SEMEAD, 2009.

RICHINS, M.; DAWSON, S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. **Journal of consumer research**, v. 19, n. 3, p. 303-316, 1992.

RICHINS, M.; RUDMIN, F. Materialism and economic psychology. **Journal of Economic Psychology**, v. 15, n. 2, p. 217–231, 1994.

RINGLE C.; SILVA D.; BIDO D. Modelagem de equações estruturais com utilização do SmartPLS. **Brazilian Journal of Marketing – BJM**. Edição especial, v. 13, n. 2, p. 56 – 73, 2014.

ROCHA, E. Invisibilidade e revelação: camadas populares, cultura e práticas de consumo–apresentação. In: ROCHA, A; SILVA, J. (Orgs). **Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

RODRIGUES, A.; CALGARO, C.; PEREIRA, A. Conquistando direitos: Ascensão da nova classe média no brasil e aumento do consumo. In: CONGRESSO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA FACULDADE DA SERRA GAÚCHA, 2, 2014, Rio Grande do Sul. **Anais...** Rio Grande do Sul: FSG, 2014.

SAE, Secretaria de Assuntos Estratégicos. **Relatório de definição da classe média no Brasil**. 2012. Disponível em <<http://www.sae.gov.br/>>. Acesso em 10 jul. 2016.

SAVOIA, J.; SAITO, A.; SANTANA, F. **Paradigmas da educação financeira no Brasil**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 6, p. 1121-1141, 2007.

SCHIFFMAN, L.; KANUK, L. **Comportamento do consumidor**. 9.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

SERASA. **Faces da classe média**. 2014. Disponível em <<http://www.secovi.com.br/files/Arquivos/faces-da-classe-media-secovi-midia.pdf>>. Acesso em 10 jul. 2016.

SERASA. **Estudo da Serasa Experian mostra perfil do consumidor inadimplente brasileiro**. 2017. Disponível em <<http://noticias.serasaexperian.com.br/blog/2017/07/06/estudo-da-serasa-experian-mostra-perfil-do-consumidor-inadimplente-brasileiro/>>. Acesso em 20 Ago. 2017.

SLOMP, J. Endividamento e Consumo. **Revista das Relações de Consumo**. Caxias do Sul, p. 109-131, 2008.

SOLOMON, M. **O Comportamento do Consumidor: Comprando, Possuindo e Sendo**. 11 ed. Bookman Editora, 2016.

SOMAN, D. Effects of payment mechanism on spending behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments. **Journal of Consumer Research**, v. 27, n. 4, p. 460-474, 2001.

SOTIROPOULOS, V.; D'ASTOUS, A. Attitudinal, self-efficacy, and social norms determinants of young consumers' propensity to overspend on credit cards. **Journal of consumer policy**, v. 36, n. 2, p. 179-196, 2013.

STONE, B.; MAURY, R. Indicators of personal financial debt using a multidisciplinary behavioral model. **Journal of Economic Psychology**, v. 27, n. 4, p.543-556, 2006.

THOMAS, M.; DESAI, K.; SEENIVASAN, S. How credit card payments increase unhealthy food purchases: visceral regulation of vices. **Journal of Consumer Research**, v.38, n.1, p.126-139, 2011.

TRINDADE, L. Determinantes da propensão ao endividamento: Um estudo nas mulheres da Mesorregião Centro Ocidental Rio-Grandense. **Espacios**, v. 32, p. 2-24, 2011.

URBACH, N.; AHLEMANN, F. Structural equation modeling in information systems research using partial least squares. **Journal of information technology theory and application**, v. 11, n.2, p. 5-40, 2010.

VIERA, K.; OLIVEIRA, J.; KUNKEL, F. Valores do dinheiro: uma análise da influência da percepção do dinheiro na escolha da profissão. **Revista Ciências Administrativas**, v. 17, n. 3, 2014.

VIEIRA, K.; FLORES, S.; CAMPARA, J. Níveis de materialismo e endividamento: uma análise de fatores socioeconômicos na mesorregião central do estado no rio grande do sul. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE – RACEF**, Ribeirão Preto, 2014.

VITT, L. Consumers' financial decisions and the psychology of values. **Journal of Financial Services Professionals**, 2004.

WATSON, J. Materialism and Debt: A Study of Current Attitudes and Behaviors. **Advances in Consumer Research**, v. 25, n. 1, 1998.

WENGRZYNEK, J.; CARMO, E. O comportamento de compra do consumidor da classe C. In: Seminário do Centro Ciências Sociais Aplicadas, 2, 2003, Paraná. **Anais eletrônicos...** Paraná: CCSA, 2003. Disponível em <<http://www.unioeste.br/campi/cascavel/ccsa/IIseminario/trabalhos/O%20comportamento%20de%20compra%20do%20consumidor%20da%20classe%20C.pdf>>. Acesso em 29 ago. 2016.

WILLIAMS, P.; FITZSIMONS, G.; BLOCK, L. When Consumers Do Not Recognize “Benign” Intention Questions as Persuasion Attempts. **Journal of Consumer Research**, v.31, n.3, p.540-550, 2004.

WONG, K. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. **Marketing Bulletin**, v. 24, n. 1, p. 1-32, 2013.

WORTHY, S; JONKMAN, J; BLINN-PIKE, L. Sensation-seeking, risk-taking, and problematic financial behaviors of college students. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 31, n. 2, p. 161-170, 2010.

ZERRENNER, S. **Estudo sobre as razões para o endividamento das pessoas de baixa renda**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo - SP.

ZWICKER, R; SOUZA, C; BIDO, D. Uma revisão do modelo do grau de informatização de empresas: novas propostas de estimação e modelagem usando PLS (partial least squares). In: Encontro da Associação dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 32, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

### Apêndice A – Instrumento de coleta de dados

O presente questionário tem por finalidade reunir informações para um projeto de pesquisa sobre os fatores que influenciam a propensão ao endividamento dos jovens. A sua participação representa a parte mais importante do estudo. Agradecemos a sua colaboração e garantimos o sigilo total do respondente, já que as informações serão tratadas de forma agregada.

**Favor indicar o quanto você concorda/ discorda de cada uma das afirmações:**

**1= Discordo Totalmente 2= Discordo parcialmente 3= Neutro**

**4= Concordo parcialmente 5=Concordo totalmente**

Nº do item	Variáveis observadas	1	2	3	4	5
1	Pago as contas sem atraso.					
2	Preocupo-me em gerenciar melhor meu dinheiro.					
3	Consigo identificar os juros embutidos que pago ao comprar um produto no crédito					
4	Confiro a fatura dos cartões para averiguar erros e cobranças indevidas.					
5	Possuo uma reserva mensal que pode ser usada em casos inesperados (ex: desemprego, doença).					
6	Poupo visando a compra de um produto de valor mais alto.					
7	Comparo preço ao fazer uma compra					
8	Eu compro muito a crédito porque é fácil.					
9	Desconheço o total que devo em lojas, cartão de crédito ou banco.					
10	Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas.					
11	Prefiro comprar parcelado a esperar ter dinheiro para comprar à vista.					
12	Eu gasto dinheiro (compro coisas) para me sentir melhor.					

<b>13</b>	O dinheiro permite que eu fique completamente realizado.					
<b>14</b>	Ter dinheiro é ter poder.					
<b>15</b>	Dinheiro traz reconhecimento social.					
<b>16</b>	Eu admiro pessoas que possuem carros, casas e roupas caras.					
<b>17</b>	Eu gosto de possuir coisas que possam impressionar as pessoas.					
<b>18</b>	Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras.					
<b>19</b>	Minha vida seria mais feliz se eu tivesse várias coisas que não tenho.					
<b>20</b>	Fico incomodado(a) quando não tenho condições de comprar o que gostaria.					

21. Você está endividado (possui dívidas mesmo que sem atraso)? ( ) Sim ( ) Não

22. Sua percepção em relação ao seu grau de endividamento (atribua uma nota de 0 a 10):

\_\_\_\_\_

**Dados Pessoais:**

23. Idade: \_\_\_\_\_ anos

24. Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino

25. Religião: ( ) Católica ( ) Evangélica ( ) Espírita ( ) Nenhuma

Outras: \_\_\_\_\_

26. Estado Civil: ( ) Casado ( ) Solteiro ( ) Divorciado ( ) Viúvo

27. Recebe ajuda financeira?

( ) Não



Ajuda Governamental (bolsa família e bolsas de estudo)

Ajuda dos Pais

Ajuda de Parentes/ Amigos

28. Renda bruta mensal familiar

Até R\$705,00

De R\$ 4.854,00 a R\$ 6.329,00

De R\$705,00 a R\$1.126,00

Acima de R\$ 6.329,00

De R\$ 1.126,00 a R\$ 4.854,00