

# A INFLUÊNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR E ANTECEDENTES AO ENDIVIDAMENTO

## RESUMO

O fenômeno do endividamento é importante para a economia como um todo. Um alto grau de endividamento dos indivíduos leva a uma redução da oferta de crédito. Assim, dá-se a importância de buscar antecedentes a este quadro. Este artigo tem como objetivo estabelecer, por meio de uma pesquisa descritiva quantitativa, relações entre os construtos educação financeira, materialismo, consumo por *status*, percepção do consumidor quando ao método de pagamento escolhido (cartão de débito, dinheiro e cartão de crédito) e endividamento. Para isto, foram coletados dados de 161 respondentes por meio de ferramenta *survey*, analisados por meio de modelagem de equações estruturais. A princípio, foi possível concluir que indivíduos com pouca educação financeira tendem a ser mais materialistas e a consumir mais por *status* em uma relação inversamente proporcional e, também, indivíduos com tendências materialistas e de consumo por *status* estão mais propensos diretamente ao endividamento, não sendo possível estabelecer uma relação entre o meio de pagamento escolhido e o endividamento. Este trabalho contribuiu ao estabelecer a educação financeira como um antecedente ao materialismo e ao consumo por *status*.

Palavras-chave: Educação financeira; Materialismo; Consumo por *status*.

## 1. INTRODUÇÃO

O ato de consumir, há muito, foi tratado como uma premissa básica da existência em uma sociedade capitalista. Contudo, estudos trilham para um significado diferente atribuído a este ato onde, em uma última instância, consumir consiste em um sistema de signos e diferenciações entre os indivíduos (MANCEBO, et al. 2002).

Aos valores pessoais atribuídos à compra e ao prazer de comprar, dá-se o nome de materialismo (RICHINS, 1994). O comportamento de compra materialista está associado à busca pela identidade por meio do consumo (BELK, 1985). Em uma sociedade que compreende o consumo como forma de expressão do indivíduo (PASDIORA; BREI, 2014), consumir por *status* consiste em uma tentativa de enquadramento e demonstração de pertencimento a um grupo (TOALDO, 1997).

Segundo a Confederação Nacional de Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) (2017), 62,2% das famílias brasileiras possuem dívida com produtos financeiros tais quais cheque especial, cartão de crédito, entre outros, e 10,1% não terão condições de arcar com suas responsabilidades. Estas pesquisas podem ser agravadas mediante a grande penetração dos meios eletrônicos de pagamento (cartão de crédito e débito) e o aumento da oferta de crédito (VIEIRA; ROMA; FERREIRA, 2014; RIBEIRO; LARA, 2016). O fenômeno do endividamento é produto de inúmeros fatores econômicos e psicológicos, objetos de interesse em diversas pesquisas.

Em meio ao desenvolvimento de uma sociedade orientada ao consumo e maior oferta de crédito, torna-se de suma relevância a educação financeira do indivíduo, ou seja, o desenvolvimento de estratégias que permitem gerenciar melhor seus gastos e atingir o equilíbrio financeiro, mitigando o risco de inadimplência (PICCINI; PINZETTA, 2014; SANTOS; SILVA, 2014).

Apesar da relevância dos construtos apresentados, a literatura prévia ainda não havia estabelecido uma relação direta entre a educação financeira do indivíduo e à sua tendência de compra por *status* e materialista. Visando aprofundar os estudos nesta área, chegou-se ao

seguinte problema de pesquisa: qual a relação existente entre as variáveis educação financeira, materialismo e consumo por *status* e a sua relação com o endividamento?

O objetivo desta pesquisa é contribuir para os estudos acerca das teorias citadas principalmente ao demonstrar as relações inversas entre educação financeira, consumo por *status* e materialismo e os antecedentes ao endividamento. Por meio de uma pesquisa básica, descritiva e quantitativa, elaborou-se um modelo de pesquisa que buscou relacionar os construtos deste trabalho. Foram coletadas 161 respostas via *survey* no período de 27 de abril a 04 de maio de 2018. Os respondentes tiveram contato com o questionário, em sua maioria, via redes sociais, garantindo a variabilidade da amostra.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Endividamento**

Um indivíduo se torna endividado no momento da aquisição de uma dívida com a promessa de pagamento futuro (CAMPARA, et al., 2016). O endividamento é, normalmente, precedido do descontrole no ato de consumir, do acúmulo de parcelas mensais e da falta de planejamento (CAMPARA, et al., 2016); ainda é possível diferenciar o endividamento entre bom e mau, sendo este o responsável, na maioria das vezes, pela inadimplência do indivíduo (MARONI NETO, 2011).

Uma pesquisa realizada pelo SPC – Serviço de Proteção ao Crédito (2017) buscou traçar um perfil do brasileiro endividado e constatou que 53% dos inadimplentes são mulheres, 93% pertencem às classes C, D e E, 74% admitiram sua inadimplência no cartão de crédito, mesmo valor (74%) admitiram inadimplência em parcelas de empréstimos e financiamentos; 72% informaram estar em atraso no pagamento do cheque especial e 43% no crédito consignado. Se antes boa parte das dívidas eram referentes ao crédito imobiliário, com as facilidades de obtenção de crédito, as famílias passaram a recorrer às instituições com outra finalidade levando a um aumento significativo do nível de endividamento (AUGUSTO, 2016).

Quanto maior o grau de endividamento do indivíduo, menor será possível a criação de práticas que possam melhorar a qualidade de seus gastos e o gerenciamento de seu dinheiro (PICCINI; PINZA, 2014). As consequências deste quadro de endividamento para o indivíduo correspondem a insatisfação quanto a sua situação atual, temor com relação ao futuro e sensações de tristeza e ansiedade que refletem em suas relações sociais (KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015). Esta mesma situação de endividamento, de forma ampla, leva a uma menor oferta de crédito e, conseqüentemente, redução no consumo (OEC, 2002).

A partir do início dos anos 2000 com o governo de Lula, foram implantadas nos Brasil diversas ações governamentais de transferência de renda e de combate à pobreza o que, conseqüentemente, culminou em uma maior mobilidade social e expansão do mercado consumidor (SINGER, 2009; MORAIS; SAAD-FILHO, 2011; TEIXEIRA; PINTO, 2012).

### **2.2 Consumo por *status***

Quanto mais o indivíduo se afasta da linha de subsistência, mais ‘refinado’ torna-se seu gosto, pois, o hábito de consumo busca demonstrar um estilo de vida (PASDIORA; BREI, 2014). Os bens de preferência de cada grupo de indivíduos indicam sua posição social e, assim, demonstram ‘poder’ sobre os demais grupos (TOALDO, 1997). A busca por *status*, por meio de bens de consumo, é uma ferramenta de construção da identidade e de posicionamento social, representando signos de expressão individual e das relações sociais (ROCHA, 2005; PONTE; MATTOSO, 2014). Esta empreitada em busca da identidade por meio do consumo transforma o próprio ato de consumir em uma mercadoria (GONÇALVES, 2009).

Na sociedades pós-modernas, o consumo está voltado para a aquisição de produtos e serviços com pouco valor utilitário, mas que expressem sua identidade, deixando de centrar-se no que se consome e, sim, de que forma os itens são conceituados (CHAUDHURI; MAJUMDAR, 2006; PASDIORA; BREI, 2014). A classe socioeconômica a qual o indivíduo pertence pode ser identificada não somente de acordo com a sua capacidade de consumir no presente, mas, também, com a sua esperança de consumir cada vez mais no futuro, almejando uma ascensão social (YACCOUB, 2011). A escolha por produtos que tragam a sensação de ‘enquadramento’ social é típica do indivíduo (TOALDO, 1997). Apesar dos constates estudos a respeito da representação do consumo por *status* na diferenciação do indivíduo, Mancebo et al. (2002) atenta para a importância de pesquisas empíricas neste campo.

- H<sub>1</sub>: Há relação direta entre o consumo por *status* e o endividamento do consumidor, sendo entendido como seu antecedente.

### 2.3 Materialismo

A posse de determinado produto pode demonstrar valores pessoais daquele que o detém e também pode ser um mecanismo de busca pela própria felicidade (BELK, 1985; RICHINS, 1994). Assim, o materialismo, de acordo com Richins (1992) citado por Karabati e Cemalcilar (2010) é entendido como o conjunto de crenças sobre a importância das posses na vida de alguém. Em seu trabalho, Karabati e Cemalcilar (2010) entendem que o materialismo é melhor definido como um status de dominação social orientada pelo prazer de compra. Para indivíduos materialistas, o prazer provém mais da compra do que da utilização do produto (RICHINS, 1994), além disso, indivíduos que associam o consumo à felicidade tendem a endividar-se mais (VIEIRA, et al. 2014).

Grohman, Battistella e Radons (2012) em seu trabalho tratam de diferenciar o materialismo do consumo por *status*, embora admitam familiaridade entre as teorias e estabelecem que o materialismo é um antecedente ao consumo por *status* em suas três variáveis: *status*, sociabilidade e não-funcionalidade. No âmbito popular, o materialismo é entendido como a compra que preza pela satisfação do consumidor em detrimento da utilidade do produto comprado e, frequentemente, está relacionado a sentimentos negativos, tais quais: egoísmo, futilidade, ambição entre outros (SANTOS; FERNANDES, 2011; RODRIGUES et al. 2017).

O materialismo não tem relação com a renda do indivíduo, pois, pode o indivíduo desejar determinados produtos e não o adquirir por limitações de sua renda (PONCHIO; ARANHA; TODD, 2007). Assim, a demanda por crédito e o endividamento não devem levar em consideração somente fatores econômicos, mas, também, variáveis de natureza psicológica (PONCHIO; ARANHA, 2008).

- H<sub>2</sub>: Há relação direta entre o materialismo e o endividamento do consumidor, sendo entendido como seu antecedente.

### 2.4 Financeirização

O processo de financeirização da população iniciou-se nos Estados Unidos e no Reino Unido ao final da década de 1970 (KUNKEL; VIEIRA; POTRICH, 2015). No período de 1994 a 1997, observou-se uma estabilização nos níveis de inflação que o Brasil enfrentava. As classes mais baixas da população que, normalmente, tinham sua demanda reprimida, valeram-se deste momento e passaram a consumir mais, combinando este fator à restauração dos mecanismos de crédito no período pós-inflacionário (ALÉM; GIAMBIAGI, 1997).

Crédito pressupõe uma relação de confiança de que o credor efetivamente arcará com suas responsabilidades e o não cumprimento desta responsabilidade, ou seja, a inadimplência

do sacado possui um impacto negativo na economia, pois, de forma ampla é capaz de limitar novas concessões de crédito (MARONI NETO, 2011).

A oferta de crédito antes direcionada a consumidores com comprovação de renda e patrimônio, passou a serem proporcionados aos trabalhadores com pouca ou nenhuma renda comprovada (RIBEIRO; LARA, 2016). A expansão do consumo proporcionada pela maior mobilidade social e impulsionada pelo crescente acesso a produtos e serviços bancários puderam contribuir para o endividamento desta parcela da população (VIEIRA; ROMA; FERREIRA, 2014).

A liberalização financeira, o aumento da oferta de crédito e da emissão de cartões como meios de pagamento e a redução da taxa de juros podem ter estimulado o endividamento das famílias brasileiras (FLORES; CORONEL; VIEIRA, 2013; BACEN, 2015; AUGUSTO, 2016). Segundo um estudo realizado pela Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços – ABECS (2011) mostrou que em 2009 24% da população possui cartão de crédito e/ou débito como meio de pagamento, uma penetração de 30% do produto entre os anos de 2003 e 2009 ficando mais evidente. Em 2013 a ABECS divulgou um estudo onde foi constatado que 76% da população utiliza meios eletrônicos de pagamento (cartão de crédito e débito).

Um estudo realizado pelo Banco Central do Brasil publicado em seu *site* revelou que no último trimestre de 2016 havia mais de 83 milhões de cartões de crédito emitidos e ativos no Brasil. O mesmo estudo ainda apontou que eram mais de 101 milhões de cartões de débito ativos no país no mesmo período.

Com o crescente acesso aos meios de pagamento eletrônicos em complemento às transações em dinheiro, tem-se H3:

- H3: O meio de pagamento escolhido pelo indivíduo possui relação direta com o endividamento.

## **2.5 Educação Financeira**

Educação financeira é um processo que compreende a adoção e o desenvolvimento de hábitos, valores, tomada de atitudes, conhecimento e aplicação de técnicas de gestão pessoal das finanças (MARONI NETO, 2011). Técnicas de educação financeira podem contribuir para a redução do endividamento das famílias, uma vez que, a ausência de planejamento leva ao desequilíbrio financeiro e comprometimento total da renda (SANTOS; SILVA, 2014).

A pouca relevância atribuída à educação financeira no Brasil pode ser explicada por fatores históricos, culturais e a pouca responsabilidade que as instituições financeiras têm, além disso, após o longo período inflacionário vivenciado no Brasil não se observou um desenvolvimento destas práticas educacionais (SAVOIA; SAITO; SANTANA, 2007). A dificuldade da população brasileira em controlar suas finanças é uma herança histórica ligada à constante instabilidade política e econômica do país (SOUSA; TORRALVO, 2008).

O desconhecimento e as dificuldades encontradas pela maior parte da população na tomada de decisões financeiras levam-nos a buscar informações em amigos, parentes, pessoas que nem sempre tem a instrução adequada para tal o que pode gerar efeitos mais graves como a própria dificuldade de identificação e solução deste problema (YACCOUB, 2011; SANTOS; COSTA, 2013). Neste sentido, é importante observar que não somente a educação formal contribui para as decisões financeiras, mas, também, a experiência prática e os familiares (VIEIRA; BATAGLIA; SEREIA, 2011).

Pessoas com maior educação financeira tendem a ter um olhar mais crítico a respeito de seu consumo e a compreender melhor o valor de seu dinheiro, culminando em um menor

endividamento (PICCINI; PINZETTA, 2014). Desta forma, podemos sugerir as seguintes hipóteses:

- H<sub>4a</sub>: A ausência da educação financeira leva a um comportamento de compra materialista, em uma relação inversamente proporcional.
- H<sub>4b</sub>: A ausência da educação financeira leva a um comportamento de compra por *status*, em uma relação inversamente proporcional.

Assim, mediante o referencial e as hipóteses apresentadas, chegou-se ao seguinte modelo de pesquisa:

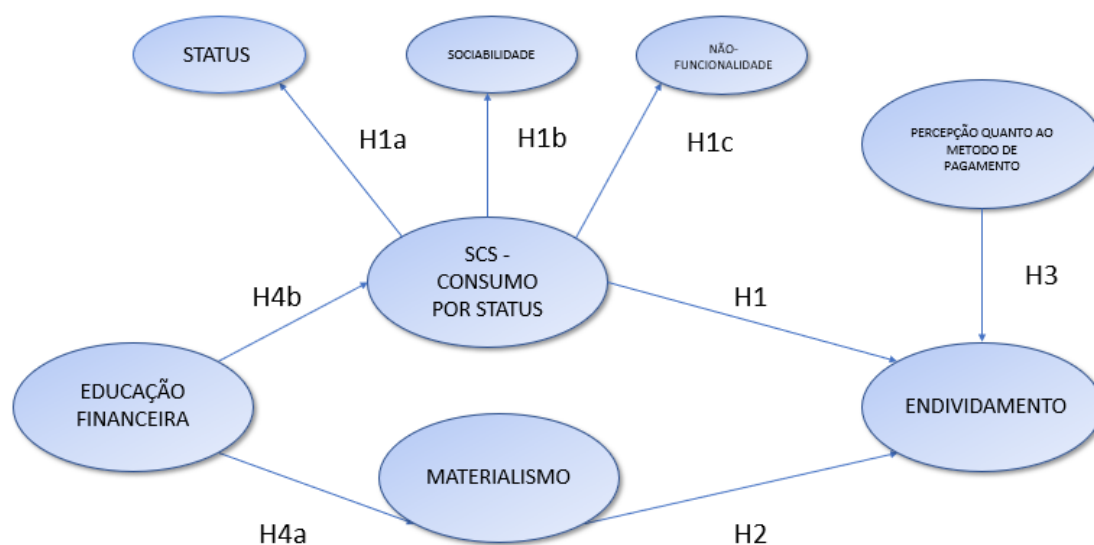


Figura 1 – Modelo teórico proposto

### 3. MÉTODO

Nesta seção serão observadas as variáveis no estudo em questão, características da amostra, procedimentos de campo e critérios de análise. Buscou-se demonstrar as relações entre os construtos por meio de um trabalho quantitativo e descritivo com o intuito de entender o fenômeno e não suas causas.

#### 3.1 Variáveis do estudo

Para testar as hipóteses do trabalho, foram utilizadas diversas escalas, dentro da proposta de um estudo a respeito das possíveis causas do endividamento dos respondentes em questão, para atender ao modelo proposto, conforme figura 1.

A variável endividamento foi mensurada pela escala de Flores (2012) adaptada dos trabalhos de Moura (2005) e Disney e Gathergood (2011). A fim de tipificar a linha de crédito utilizada pelos respondentes nos últimos 12 meses e o motivo ao qual é atribuído a necessidade de utilização, utilizou-se como base o estudo realizado por Santos et al. (2009) adaptando sua escala.

Em H<sub>1</sub>, utilizou-se a escala elaborada por Eastman, Goldsmith e Flynn (1999) e validada no Brasil por Strehlau e Aranha (2004) que analisa o consumo por *status* (SCS). Dentro da desta escala, foram mensuradas as dimensões: *status* (H<sub>1a</sub>), sociabilidade (H<sub>1b</sub>) e não-funcionalidade (H<sub>1c</sub>). Com o intuito de estabelecer uma relação entre o materialismo e o endividamento,

utilizou-se uma escala de materialismo desenvolvida por Richins (2004) e adaptada por Ponchio e Aranha (2008) em H<sub>2</sub>.

As hipóteses H<sub>3</sub> que investigam a possível relação entre o meio escolhido para pagamento e a falta de controle financeiro utiliza a escala adaptada de Hernandez, Jonker e Kosse (2017) para avaliar a percepção do consumidor quanto ao pagamento a vista, com cartão de débito e cartão de crédito.

Para testar as hipóteses H<sub>4</sub> foi utilizada uma escala que avalia a educação financeira do consumidor de Flores (2012) adaptada por Minella et al. (2017) onde foi possível identificar uma possível relação entre os construtos educação financeira, consumo por *status* e materialismo.

### 3.2 Universo de pesquisa

O universo de pesquisa foi composto por moradores de diversas regiões e variada faixa etária. O procedimento de coleta de dados, como especificado a seguir, garantiu uma variabilidade da amostra respondente, no período de 27 de abril a 04 de maio de 2018, totalizando 161 respostas.

### 3.3 Estratégia de coleta de dados

Os dados foram obtidos por um levantamento tipo *survey* realizado com um questionário estruturado elaborado via *Google Docs* garantindo o acesso via *internet* por qualquer respondente, promovendo a riqueza e a variabilidade da amostra. Os entrevistados tiveram contato com a pesquisa em sua maioria via redes sociais.

### 3.4 Critério de análise de dados

Os dados foram analisados seguindo alguns procedimentos. Na exploração inicial dos dados verificou-se a de normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade ( $VIF < 5$ ) utilizando-se o software SPSS 22.

Posteriormente, foi realizada a modelagem de equações estruturais (MEE) por meio do *software* SmartPLS2.0, utilizado para estimar por meio dos mínimos quadrados parciais, com base em matriz de variância, recomendado a amostras reduzidas, modelos formativos ou reflexivos e distribuição não paramétrica.

Quando utilizada a MEE, constatou-se a validade convergente (cargas superiores a 0,7) e raiz quadrada da Variância Média Extraída ( $AVE > 0,5$ ). Observou-se os valores de consistência interna (*alpha* de Cronbach  $> 0,6$ , e Confiabilidade Composta  $> 0,7$ ). A validade discriminante partiu pela análise da AVE, em que raiz quadrada deve ser maior entre os construtos do que a sua correlação com os demais construtos. Na validade discriminante do modelo se verificou a matriz de *crossloadings*, cargas dos itens maiores nos seus respectivos construtos do que nos demais.

A fim de mensurar o ajuste geral do modelo após verificação do índice de adequação geral do modelo denominado *Goodness of Fit* (GoF), obtido pela média geométrica entre o R<sup>2</sup> médio (coeficiente de determinação) e a AVE média (GoF mínimo de 0,36 é adequado para estudos desenvolvidos nas áreas de ciências sociais), analisou-se os procedimentos de *bootstrapping*, ou reamostragem, para identificar os coeficientes de caminho onde valores críticos de t de *student* são 1,64 para  $p < 0,1$ , 1,96 para  $p < 0,05$ , 2,57 para  $p < 0,01$ , pois, valores inferiores a 1,64 serão não significantes (n.s.).

O teste de *blindfoding* foi utilizado para estimar o valor preditivo dos modelos elaborados, onde para  $Q^2 > 0$  o modelo possui relevância preditiva, e  $Q^2$  aproximadamente zero, ou menor que zero, não há relevância preditiva, e  $f^2$  que mensura a utilidade do construto para a construção do modelo (0,012 possui pouca utilidade, 0,15 média utilidade, e 0,35 grande utilidade).

#### 4. RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados da fase empírica do estudo.

##### 4.1 Amostra

A idade média dos entrevistados foi de aproximadamente 36 anos embora 55 dos entrevistados possuíssem idade igual ou inferior a 26 anos. O respondente mais novo tinha 16 anos e o mais velho 75. Predominantemente, foram entrevistadas mulheres, correspondendo a 63% da amostra.

Com relação à estrutura familiar dos respondentes, a maioria definiu seu estado civil como “solteiro” (41%), seguido de “casado” (38%) e de indivíduos que declararam união estável (13%). A maioria (54%) declarou não ter nenhum filho, 17% declararam ter apenas um filho, seguidos por 3, 2 e 4 ou mais filhos sucessivamente. Dos que declararam ter filhos, a grande maioria (79,7%) reside com os mesmos. A respeito da ajuda de filhos, pais e cônjuges para a quitação de sua dívida, 33% dizem recebê-la e 43% o fazem mensalmente.

Quando analisados os entrevistados de acordo com o seu poder de compra (ABEP) constatou-se o seguinte: 24% correspondem à classe A, 53% B1-B2, 24% C1-C2 e apenas um respondente da classe D-E. Em parte, o grande alcance das classes A e B e o quase nulo alcance da classe D-E pode ser explicado pelo método de aplicação do questionário que pressupõe que o respondente tenha acesso à *internet*.

Ainda buscando identificar a percepção dos respondentes sobre as possíveis causas do endividamento, foi aplicado um questionário desenvolvido por Santos et al. (2009) sobre as linhas de crédito utilizadas e os principais motivos citados que o levaram a utilizá-las: 36% da amostra declarou não ter utilizado nenhuma linha de crédito nos últimos 12 meses; o cheque especial foi o maior citado – 24% da amostra respondeu por sua utilização -, empréstimo pessoal e crediário empatados com 10%, crédito consignado com 13% e financiamento de bem móvel 6%. Dos que utilizaram alguma linha de empréstimo ou financiamento, 47% apontaram a falta de planejamento como a maior causa, seguida pela má gestão orçamentária com 36,5%, 22,5% dos entrevistados apontaram outro fator como gerador da necessidade de utilização, dentre os quais citamos: construção civil ou reforma e aquisição de bens (automóvel e imóvel). Outro fator citado por 2,5% dos respondentes foi uma situação emergencial em que não havia uma reserva ou poupança disponível para suprir a necessidade em dado período. O desemprego e/ou queda na renda foi apontado por 9%.

Embora 35,2% dos entrevistados concordassem totalmente que utilizam o cartão de débito para controlar melhor suas finanças, 23,5% e 27,5% discordassem totalmente do pagamento no cartão de crédito e dinheiro, respectivamente, para maior controle, não foi possível estabelecer relação entre o método de pagamento escolhido pelo respondente (dinheiro, cartão de crédito e cartão de débito) e o endividamento, tornando  $H_2$  não aceita.

##### 4.2 Análise prévia do banco de dados

A análise inicial dos dados identificou que as variáveis não seguiam uma distribuição normal univariada (teste de *Kolmogorov-Smirnov* significativo ao nível de 5%) e não possuíam padrões de multicolinearidade (VIFs inferiores a 5).

Também foi constatada a ausência de normalidade o que reforçou o emprego da matriz de variâncias para a MEE com uso do software PLS.

### 4.3 Análise dos indicadores de ajuste e dos caminhos estruturais

O modelo foi testado com relação às variáveis independente educação financeira e dependentes consumo por status, materialismo e endividamento. Para ajustar o modelo estrutural para validação nomológica e busca de validade convergente e discriminante alguns itens foram suprimidos. Os índices de ajuste do modelo estrutural final foram satisfatórios conforme os critérios de análise estabelecidos e podem ser identificados na tabela 1. Apresentaram-se adequados os indicadores de consistência interna (alpha de *Cronbach* e confiabilidade composta). Apesar de apresentar uma AVE inferior a 0,5, o construto consumo por *status* não foi comprometido.

Construtos	AVE	Confiabilidade	R <sup>2</sup>	Alpha de Cronbach	Comunalidade	Redundância
Consumo por <i>status</i>	0,3429	0,793	0,0999	0,7037	0,3429	0,0318
Educação Financeira	0,6201	0,8905	-	0,8457	0,6201	-
Endividamento	0,5173	0,7618	0,1982	0,534	0,5173	0,0492
Materialismo	0,542	0,8545	0,1717	0,7953	0,542	0,0732

**Tabela 1– Indicadores de ajuste do modelo**

AVE média = 0,575 R<sup>2</sup> médio = 0,274 GoF=0,4244

Pode-se identificar a validade convergente do modelo estrutural estudado, posteriormente, estimou-se a validade discriminante com base nas cargas cruzadas (*crossloading*) dos construtos *versus* seus itens, com efeito adequado. Com a técnica de reamostragem *bootstrapping* se analisou a significância das cargas dos caminhos estruturais. Os resultados podem ser observados na Tabela 2.

Hipótese	Relacionamento	Coefficiente original	Erro padrão	Teste t	P-value	Status
H <sub>1</sub>	<b>Consumo por status -&gt; endividamento</b>	0,1829	0,0892	1,45	p<0,05	Aceita
H <sub>1a</sub>	Consumo por status -> Não funcionalidade	0,7902	0,0381	21,9755	p<0,001	Aceita
H <sub>1b</sub>	Consumo por status -> Sociabilidade	0,3441	0,1192	2,722	p<0,004	Aceita
H <sub>1c</sub>	Consumo por status -> status	0,8396	0,0362	23,5312	p<0,001	Aceita

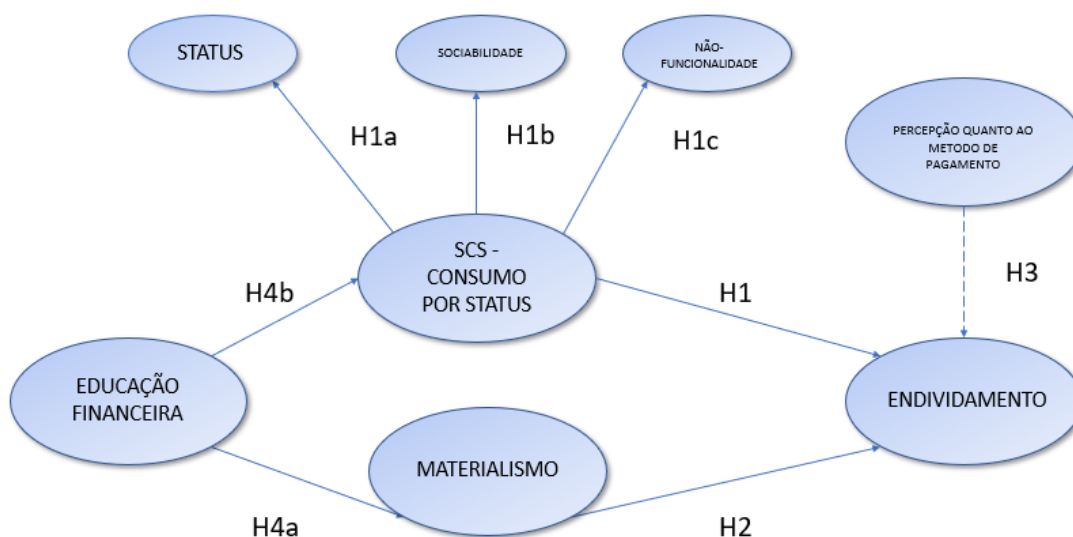


H <sub>2</sub>	<b>Materialismo - &gt; endividamento</b>	0,3197	0,0771	2,0038	p<0,001	Aceita
H <sub>4a</sub>	<b>Educação financeira -&gt; materialismo</b>	-0,4143	0,0565	6,8741	p<0,001	Aceita
H <sub>4b</sub>	<b>Educação financeira -&gt; consumo por status</b>	-0,3161	0,0725	4,1163	p<0,001	Aceita

**Tabela 2 – Análise dos caminhos estruturais amostra**

Valores críticos de t: 1,64 p<0,1; 1,96 p<0,5; 2,57 p<0,01 n.s. = não significante

Diante da comprovação das hipóteses por meio dos caminhos estruturais percorridos, chegou-se a um novo modelo teórico comprovado, onde as linhas contínuas representam as variáveis com relação entre si e a linha pontilhada as variáveis que não apresentaram relação direta.



**Figura 2 – Modelo teórico comprovado**

A tabela 3 apresenta os indicadores de relevância preditiva ( $Q^2$ ) e utilidade do construto ( $f^2$ ) na construção do modelo proposto.

O teste *blindfolding* aponta para a capacidade preditiva do modelo testado. Indicadores de  $Q^2$  acima de zero possuem validade preditiva, e indicadores de  $f^2$  sinalizam a utilidade do construto na formação do modelo, de outra forma, se a omissão do construto resultaria em alteração significativa no coeficiente de determinação do modelo ( $R^2$ ).

Os valores críticos são 0,012 (baixa utilidade), 0,15(média utilidade e 0,35 (grande utilidade).

Construto	$Q^2$	$f^2$
EDUCAÇÃO FINANCEIRA	0,427	-
CONSUMO POR STATUS	-	0,165
Não-funcionalidade	0,383	

Sociabilidade	0,074	
Status	0,522	
ENDIVIDAMENTO	0,084	-
MATERIALISMO	-	0,311

**Tabela 3 – Relevância preditiva e utilidade ao modelo**

Nos modelos testados se identificou boa qualidade preditiva e relevância dos construtos utilizados. A tabela 4 apresenta média, desvio padrão e variância para as relações entre as variáveis apresentadas.

Relação entre as variáveis	Média	DP	Var.
CONSUMO POR STATUS-> ENDIVIDAMENTO	0,1866	0,0892	0,042
EDUCAÇÃO FINANCEIRA -> CONSUMO POR STATUS	-0,3292	0,0725	0,001
EDUCAÇÃO FINANCEIRA-> MATERIALISMO	-0,4309	0,0565	0,0565
MATERIALISMO-> ENDIVIDAMENTO	0,3309	0,0771	0,0771

**Tabela 4 – Médias, desvio padrão e variância**

## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo proposto identificou a relação entre a educação financeira, o consumo por status, materialismo e o endividamento, validando o modelo teórico proposto.

Foi constatado entre os respondentes que a educação financeira possui relação inversa com o consumo por *status* (-0,3161;  $t(161)=4,1163$ ;  $p < 0,01$ ) e o materialismo (-0,4143;  $t(161)=6,8741$ ;  $p<0.01$ ). Quanto menor a educação financeira do respondente, maior é a influência do consumo por *status* e do materialismo em suas compras, sendo a relação entre educação financeira e materialismo a mais evidente neste estudo. A ausência ou insuficiência da compreensão de mecanismos de gestão financeira pode levar o indivíduo à tendência de demonstrar sua identidade por meio da aquisição de bens e a atribuir maior valor agregado aos produtos consumidos.

O consumo por *status*, conforme demonstrado nesta pesquisa, possui relação direta com o endividamento (0,1829;  $t(161)=1,45$ ;  $p<0,05$ ). O consumidor que preza pela compra por *status* em busca da sua percepção de enquadramento social, tende a um comportamento de compra que pode extrapolar a sua renda disponível, levando ao endividamento e, muitas vezes, à adesão de linhas de crédito disponíveis no mercado.

O materialismo, por sua vez, demonstrou relacionar-se diretamente com o endividamento (0,3197,  $t(161)=2,0038$ ;  $p<0,01$ ). O consumidor materialista demonstra seu poder e sua satisfação por meio da compra. Este comportamento tende a levá-lo a um mau endividamento, ou seja, aumenta o seu risco de inadimplência.

Este artigo não busca esgotar as possíveis causas do endividamento das famílias brasileiras, mas, sim, dar continuidade às pesquisas de Ponchio, Aranha e Todd (2007), Santos et al. (2009), Grohman, Battistella e Radons (2012), Flores, Vieira e Coronel (2013), Santos e

Silva (2014), Campara et al. (2015) e Minella et al. (2017). Sabe-se que este fenômeno possui inúmeras causas que, muitas vezes, são subjetivas e difíceis de serem quantificadas. Todavia, a este trabalho coube estabelecer relações entre teorias já previstas e o endividamento dos respondentes, principalmente no tocante da relação educação financeira como antecedente do materialismo e consumo por *status*, sendo constatadas estas duas últimas como antecedentes ao endividamento do consumidor.

Naturalmente, indivíduos com pouca educação financeira possuem maior dificuldade em controlar seus gastos e maior dificuldade em atribuir valor ao seu dinheiro. Este trabalho demonstra de forma estatística esta relação de antecendência inversamente proporcional entre educação financeira, consumo por *status* e materialismo. Contribui para futuras pesquisas ao demonstrar o impacto da educação financeira no endividamento, tendo em vista a forma como o modelo de pesquisa proposto foi comprovado. Indivíduos financeiramente educados, em uma última instância, tendem a se endividar menos, consumindo de forma mais consciente, evidenciando a importância do desenvolvimento de ações neste sentido.

Dentre as limitações deste trabalho, cabem salientar a mostra não probabilística (n = 161) o que estatisticamente impede a generalização dos resultados. Como sugestão de futuras pesquisas, pode-se selecionar uma nova amostra e procurar identificar relação entre as variáveis percepção do método de pagamento e endividamento com preferência por indivíduos da classe C e D-E ou mesmo aplicar o questionário em uma população sabidamente inadimplente.

## REFERÊNCIAS

ALÉM, A. C.; GIAMBIAGI, F. O aumento do investimento: o desafio de elevar a poupança privada no Brasil. In **Revista do BNDES**. 1997. Disponível em <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta\\_Expressa/Tipo/Textos\\_para\\_Discussao/199712\\_3.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Galerias/Convivencia/Publicacoes/Consulta_Expressa/Tipo/Textos_para_Discussao/199712_3.html)> Acesso em: 15 de maio de 2018.

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS**. Análise econômica dos benefícios advindos do uso de cartões de crédito e débito. 2011. Disponível em <<http://www.abecs.org.br/app/webroot/files/media/f/2/1/4a97bc8811e08c52cbff76272e4e0.pdf>> Acesso em: 07 de maio de 2018.

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS**. Mercado de meios eletrônicos de pagamento. 2013. Disponível em <<http://www.abecs.org.br/app/webroot/files/media/7/6/0/b22af92330e3c5e830f69bee3e064.pdf>> Acesso em: 13 de jun. de 2018.

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA – ABEP**. Critério Brasil 2018. Disponível em <<http://www.abep.org/>> Acesso em: 01 de abr. de 2018.

AUGUSTO, M. F. R. **A educação financeira e o sobre-endividamento**. 2016. Dissertação Mestrado – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. Lisboa. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10400.21/6576>> Acesso em: 17 de maio de 2018.

**BANCO CENTRAL DO BRASIL**. Relatório de inclusão financeira. 2015. Disponível em <<http://www.bcb.gov.br/Nor/reincfin/RIF2015.pdf>> Acesso em: 17 de maio de 2018.

BELK, R. W. *Materialism: Trait aspects of living in the material world*. In **Journal of Consumer Research**, v. 12, n. 3, 1985. Disponível em <<http://www.jstor.org/stable/254373>> Acesso em: 01 de maio de 2018.

CAMPARA, J. P. et al. O dilema dos inadimplentes: antecedentes e consequentes do “nome sujo”. In **Revista Brasileira de Marketing**, v. 15, n. 1, 2016. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/40583>> Acesso em: 10 de maio de 2018.

CHAUDHURI, H. R.; MAJUMDAR, S. *Of Diamonds and Desires: understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective*. In **Academy of Marketing Science Review**, v. 11, 2006. Disponível em <<https://www.researchgate.net/publication/228625099>> Acesso em: 25 de ago. de 2017.

**CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO**. Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor. 2017. Disponível em <[http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release\\_peic\\_novembro\\_2017.pdf](http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_novembro_2017.pdf)> Acesso em: 10 de jun. de 2018.

CONTO, S. M. et al. O comportamento de alunos do ensino médio do vale do Taquari em relação às finanças pessoais. In **Revista eletrônica de estratégia e negócios**, v. 8, n. 2, 2015. Disponível em <<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/2602/2504>> Acesso em: 01 de jun. de 2018.

FLORES, S. A. M. **Modelagem de equações estruturais aplicada à propensão ao endividamento**: uma análise de fatores comportamentais. 2012. Dissertação Mestrado – Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria. Disponível em <<http://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/4621/FLORES,%20SILVIA%20AMELIA%20MENDONCA.pdf>> Acesso em: 01 jun. 2018.

FLORES, S. A. M.; VIEIRA, K. M.; CORONEL, D. A. Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. In **Revista de Administração FACES**, v. 12, n. 2, 2013. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.21714/1984-6975FACES2013V12N2ART808>> Acesso em: 10 de jun. de 2017.

GONÇALVES, R. R. Identidade, consumo e sociabilidade: implicações éticas. In **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 9, n. 1, 2009. Disponível em <<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revispsi/article/view/9144/7519>> Acesso em: 14 de jun. de 2018.

GROHMAN, M. Z.; BATTISTELLA, L. F.; RADONS, D. L. O consumo de *status* e suas relações com o materialismo: análise de antecedentes. In **Revista Brasileira de Marketing**, n. 11, n. 3, 2012. Disponível em <<http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/viewArticle/2292>> Acesso em: 01 de jun. de 2018.

HERNANDEZ, L.; JONKER, N.; KOSSE, A. *Cash versus debit card: the role of budget control*. In **Journal of Consumer Affair**, v. 51, n. 1, 2017. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10.1111/joca.12112>> Acesso em: 01 de fev. de 2018.

KARABATI, S.; CEMALCILAR Z. *Values, materialism, and well-being: A study with Turkish university students*. In **Journal of Economic Psychology**, v. 31, n. 4, 2010. Disponível em <<https://doi.org/10.1016/j.joep.2010.04.007>> Acesso em: 11 de jun. de 2018.

KUNKEL, F. I. R.; VIEIRA, K. M.; POTRICH, A. C. G. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. In **Revista de administração**, v. 50, n. 2, 2015. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-21072015000200169&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-21072015000200169&lang=pt)> Acesso em 07 de maio de 2018.

MANCEBO, et al. Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas. In **Estudos de Psicologia**, v. 7, n. 2, 2002. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200013>> Acesso em: 14 de jun. de 2018.

MARONI NETO, R. **Manual de gestão de finanças pessoais**: um guia sobre planejamento financeiro, consumo, equacionamento de dívidas, formação de poupança e investimentos. São Paulo: Iglu, 2011.

MINELLA, et al. A influência do materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão de endividamento dos jovens. In **Gestão e Planejamento**, v. 18, 2017. Disponível em <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/view/4257>> Acesso em: 10 de jun. de 2018.

MORAIS, L. SAAD-FILHO, A. Da economia política à política econômica: o novo-desenvolvimentismo e o governo Lula. In **Revista de Economia Política**, v. 31, n. 4, 2011. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rep/v31n4/01.pdf>> Acesso em 26 de maio de 2018.

**OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES**. Endividamento e sobreendividamento das famílias: conceitos e estatísticas para a sua avaliação. 2002. Disponível em <[http://oec.ces.uc.pt/biblioteca/pdf/pdf\\_estudos\\_realizados/estudo\\_parte2%20cap\\_1.pdf](http://oec.ces.uc.pt/biblioteca/pdf/pdf_estudos_realizados/estudo_parte2%20cap_1.pdf)> Acesso em: 15 de maio de 2018.

PASDIORA, M. A.; BREI, V. A. A formação do hábito de consumo infantil: uma análise crítica da Teoria do Consumo de *status* aplicada às classes sociais altas e baixas no Brasil. In **Organizações e Sociedade**, v. 21, n. 68, 2014. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10183/104959>> Acesso em: 25 de ago. de 2017.

PICCINI, R. A. B; PINZETTA, G. Planejamento financeiro pessoal e familiar. In **UNOESC & Ciência ACSA**, v. 5, n. 1, 2014. Disponível em <<http://editora.unoesc.edu.br/index.php/acsa/article/view/4555>> Acesso em: 11 de jun. de 2018.

PONCHIO, M. C.; ARANHA, F. *Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements*. In **Journal of Consumer Behavior**, v. 7, n. 1, 2008. Disponível em <<https://doi.org/10.1002/cb.234>> Acesso em: 11 de jun. de 2018.

PONCHIO, M. C.; ARANHA, F.; TODD, S. Estudo exploratório do construto de materialismo no contexto de consumidores de baixa renda do Município de São Paulo. In **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 6, n. 1, 2007. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/26891/estudo-exploratorio-do-construto-de-materialismo-no-contexto-de-consumidores-de-baixa-renda-do-municipio-de-sao-paulo>> Acesso em: 11 de jun. de 2018.

PONTE, L. F.; MATTOSO, C. Q. Capital cultural e o consumo de produtos culturais: as estratégias de consumo por *status* entre mulheres da nova classe média. In **Revista Brasileira**

- de Marketing**, v. 13, n. 6, 2014. Disponível em <<http://www.redalyc.org/html/4717/471747344003/>> Acesso em: 01 de jun. de 2018.
- RIBEIRO, C. A. C. Classe, raça e mobilidade social no Brasil. In **DADOS - Revista de Ciências Sociais**, v. 49, n. 4, 2006. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0011-52582006000400006](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582006000400006)> Acesso em 25 de ago. de 2017.
- RICHINS, M. L. *Special possessions and the expression of material values*. In **Journal of Consumer Research**, v. 21, n. 2, 1994. Disponível em <<http://www.jstor.org/stable/2489690>> Acesso em: 11 de jun. de 2018
- ROCHA, E. Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa. In **Comunicação, mídia e consumo**, v. 2, n. 3, 2005. Disponível em <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/29/0>> Acesso em: 30 de maio de 2018.
- RODRIGUES, B. V. D. et al. A representação social do materialismo entre adolescente. In **Seminários em Administração**, 10, 2017. Disponível em <<http://login.semead.com.br/20semead/arquivos/2261.pdf>> Acesso em: 13 de jun. de 2018.
- SANTOS, A. C.; SILVA, M. Importância do planejamento financeiro no processo de controle do endividamento familiar: um estudo de caso nas regiões metropolitanas da Bahia e Sergipe. In **Revista Formadores**. 2014. Disponível em: <<http://www.seer-adventista.com.br/ojs/index.php/formadores/article/view/396>>. Acesso em: 01 jun. 2018.
- SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. In **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 1, 2011. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000100007>> Acesso em: 13 de jun. de 2018.
- SANTOS, J. H. A et al. Finanças pessoais: análise dos gastos e da propensão ao endividamento em estudantes de administração. In **Salão de Iniciação Científica**, Livro de Resumos UFRGS, 2009. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10183/44299>> Acesso em: 01 de jun. de 2018.
- SAVOIA, J. R. F.; SAITO, A. T.; SANTANA, F. A. Paradigmas da educação financeira no Brasil. In **Revista de Administração Pública**, v. 41, n. 6, 2007. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6620>> Acesso em: 07 de jun. de 2018.
- SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO**. Perfil do inadimplente e das dívidas no Brasil. 2017. Disponível em <[https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2017/08/Analise\\_perfil\\_inadimplente\\_2017.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2017/08/Analise_perfil_inadimplente_2017.pdf)> Acesso em: 19 de maio de 2018.
- SINGER, A. Raízes social e ideológicas do Lulismo. In **Novos Estudos CEBRAP**, n. 85, 2009. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-33002009000300004>> Acesso em 17 de ago. de 2017.
- SOUSA, A.F.; TORRALVO, C.F. **Aprenda a administrar o próprio dinheiro**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

STREHLAU, S.; ARANHA, F. Adaptação e validação da escala de consumo por status (SCS) para uso no contexto brasileiro. In **Revista de Administração FACES Journal**, v. 3, n. 1, 2004. Disponível em <<http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/28>> Acesso em: 01 de fev. de 2018.

TEIXEIRA, R. A.; PINTO, E. C. A economia política dos governos FHC, Lula e Dilma: dominância financeira, bloco no poder e desenvolvimento econômico. In **Economia e Sociedade**, v. 21, n. 4, 2012. Disponível em <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/ecos/article/view/8642267>> Acesso em 26 de ago. de 2017.

TOALDO, M. M. Sob o signo do consumo: *status*, necessidades e estilos. In **FAMECOS**, v. 4, n. 7, 1997. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.1997.7.2989>> Acesso em: 25 de ago. de 2017.

VIEIRA, A. L. B. D.; ROMA, C. M. S.; FERREIRA, B. P. O custo do crédito pessoal em relação ao nível de endividamento das famílias brasileiras e à taxa de juros Selic. In **Revista Economia & Gestão**, v. 14, n. 36, 2014. Disponível em <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/32793/o-custo-do-credito-pessoal-em-relacao-ao-nivel->> Acesso em: 30 de abr. de 2018.

VIEIRA, K. M. et al. Níveis de materialismo e endividamento: uma análise de fatores socioeconômicos na mesorregião central do estado no Rio Grande do Sul. In **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 5, n. 2, 2014. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.13059/racef.v5i2.68>> Acesso em: 10 de jun. de 2018.

VIEIRA, S. F. A.; BATAGLIA, R. T. M.; SEREIA, V. J. Educação financeira e decisões de consumo, investimento e poupança: uma análise dos alunos de uma universidade pública do norte do Paraná. In **Revista de Administração da UNIMEP**. 2011. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.15600/rau.v9i3.345>> Acesso em: 07 de jun. de 2018.

YACCOUB, H. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. In **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 36, 2011. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832011000200009](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832011000200009)> Acesso em: 05 de maio de 2018.

