

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DA DÍVIDA NO  
CARTÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE  
MULTIFATORES**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**Franciele Inês Reis Kunkel**

**Santa Maria, RS, Brasil**

**2014**



# **CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DA DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE MULTIFATORES**

**Franciele Inês Reis Kunkel**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós Graduação em Administração, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS) como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Mestre em Administração**

**Orientadora: Kelmara Mendes Vieira**

**Santa Maria, RS, Brasil**

**2014**

**Ficha catalográfica elaborada através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Central da UFSM, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).**

Reis Kunkel, Franciele Inês

Causas e conseqüências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores / Franciele Inês Reis Kunkel – 2014.

276 p.; 30cm

Orientadora: Kelmara Mendes Vieira

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Administração, RS, 2014

1. Dívida no cartão de crédito 2. Alfabetização financeira 3. Materialismo 4. Compras compulsivas 5. Bem-estar financeiro 6. Emoções I. Mendes Vieira, Kelmara II. Título.

---

©2014

Todos os direitos reservados a Franciele Inês Reis Kunkel. A reprodução de partes ou do todo deste trabalho só poderá ser feita mediante a citação da fonte.

Endereço: Rua Valentin Farias de Lima, 11, Bairro Camobi, Santa Maria, RS. CEP: 97105-170.

Fone: (055) 8133-7192; E-mail: [francikunkel@hotmail.com](mailto:francikunkel@hotmail.com)

---

**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Ciências Sociais e Humanas  
Programa de Pós-Graduação em Administração**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada aprova a  
Dissertação de Mestrado

**CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DA DÍVIDA NO CARTÃO DE  
CRÉDITO: UMA ANÁLISE MULTIFATORES**

elaborado por  
**Franciele Inês Reis Kunkel**

Como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Mestre em Administração**

**COMISSÃO EXAMINADORA:**

---

**Kelmara Mendes Vieira, Dra.**  
(Presidente/Orientadora)

---

**Marta Olívia Rovedder de Oliveira, Dra.** (UNIPAMPA)

---

**Daniel Arruda Coronel, Dr.** (UFSM)

Santa Maria, 31 de março de 2014.



*A minha família, Mirtes, Elton, Alex e Rudinei!*



## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer, em primeiro lugar, a Deus, por Ele ter me concedido a força e a sabedoria necessárias para a conclusão desta jornada e por me acompanhar em todos os momentos da vida.

Aos meus pais, Elton e Mirtes e ao meu irmão Alex que me incentivaram a seguir em frente em todos os momentos, souberam compreender minhas inúmeras ausências e, principalmente, não me deixaram desistir. Vocês são a razão por eu hoje estar aqui.

Ao meu namorado Rudinei, pelo apoio incondicional, pela ajuda na aplicação dos questionários, por estar sempre ao meu lado, por ter me consolado nas inúmeras vezes que as lágrimas teimaram em rolar pelos meus olhos, por acreditar desde o princípio que no fim tudo daria certo e por estar hoje comemorando comigo essa vitória. Seu apoio e seu amor foram crucial para essa conquista.

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Kelmara Mendes Vieira, pelos excelentes ensinamentos, pela paciência e pela amizade. Seu profissionalismo e competência certamente são um exemplo a ser seguido. Muito obrigada por tudo!

Aos colegas de mestrado, em especial a Carol, Isabel, Angélica e Daiane. Obrigada pelo companheirismo, pelas risadas e por escutar dezenas de vezes as minhas lamúrias e preocupações.

A todas as pessoas que contribuíram na aplicação dos questionários e tabulação dos dados: Mara, Juliane, Ani, Silvia, Jéssica, Ana, Tatiane, Jonas...com a ajuda de vocês foi muito mais fácil.

Meu muito obrigada também as 1.831 pessoas que se disponibilizaram a responder ao questionário. Sem a colaboração de vocês esta pesquisa não teria saído do papel.

À Universidade Federal de Santa Maria e ao Programa de Pós-Graduação em Administração pela estrutura.

Enfim agradeço de coração a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho.



## RESUMO

Dissertação de Mestrado  
Programa de Pós-Graduação em Administração  
Universidade Federal de Santa Maria

### CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DA DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE MULTIFATORES

Autora: Franciele Inês Reis Kunkel  
Orientador: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Kelmara Mendes Vieira  
Data e Local da defesa: Santa Maria, 31 de Março de 2014

O crescimento assustador do número de brasileiros usuários de cartão de crédito tem gerado preocupações quanto ao nível de responsabilidade financeira desses indivíduos no uso do cartão. Esse trabalho lida com essa questão ao buscar avaliar as causas e consequências da dívida no cartão de crédito a partir de fatores comportamentais. Para tanto, realizou-se uma pesquisa *survey* com 1.831 cidadãos usuários de cartão de crédito dos estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Maranhão. Como instrumento de coleta de dados adotou-se um questionário estruturado, composto por 114 questões, as quais abordaram variáveis demográficas, variáveis culturais, características de uso do cartão de crédito e sete fatores comportamentais – alfabetização financeira, compras compulsivas, materialismo, comportamento de uso do cartão de crédito, dívida no cartão de crédito, bem-estar financeiro e emoções. A análise do modelo principal foi realizada com base na Modelagem de Equações Estruturais. Já a avaliação da influência das variáveis demográficas e das características do cartão de crédito sobre a dívida foi feita a partir de testes de hipóteses paramétricos. Os principais resultados apontam que a presença de bons níveis de conhecimento financeiro, atitudes e comportamentos financeiros positivos e o uso responsável do cartão reduzem a probabilidade de o indivíduo incorrer em Dívidas. Por outro lado, a presença de comportamentos materialistas e de consumo compulsivo aumenta essa probabilidade de endividamento. Como consequências da dívida, relatou-se o menor nível de bem-estar e satisfação financeira e a presença de emoções e sentimentos negativos. A estatística descritiva demonstrou que os respondentes mantêm comportamentos responsáveis na hora de usar o crédito, não são materialistas e nem compradores compulsivos, o que contribuiu para os baixos índices de endividamento verificados no cartão de crédito. Os resultados do teste de hipótese trouxeram à tona que indivíduos do gênero masculino, jovens, com dependentes e filhos, baixo grau de escolaridade, baixa renda, que desconhecem o valor da taxa de juros paga em caso de uso do crédito rotativo e que detêm um maior número de cartões de crédito são mais propensos a apresentar dívidas no cartão. Os resultados auferidos são de interesse do setor financeiro e de órgãos com poder de decisão política. Esse trabalho aponta para a necessidade de prover os cidadãos de informações sobre o uso adequado das ferramentas de crédito e de desenvolver nos mesmos as habilidades financeiras necessárias para a tomada de decisões responsáveis tendo em mente as consequências negativas vivenciadas em decorrência da dívida.

**Palavras-chave:** Dívida no cartão de crédito. Alfabetização financeira. Materialismo. Compras compulsivas. Bem-estar financeiro. Emoções.



## **ABSTRACT**

Master Course Dissertation  
Post Graduation Program in Business Administration  
Federal University of Santa Maria

### **CAUSES AND CONSEQUENCES OF CREDIT CARD DEBT: A MULTIFACTOR ANALYSIS**

Autora: Franciele Inês Reis Kunkel  
Orientador: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Kelmara Mendes Vieira  
Data e Local da defesa: Santa Maria, 31 de Março de 2014

The frightening growth of the number of Brazilian credit card users has generated concerns about the level of financial responsibility of those individuals in the use of the card. This work deals with this issue by seeking to assess the causes and consequences of credit card debt from behavioral factors. For this, we carried out a survey with 1.831 citizens users of credit card in the states of Rio Grande do Sul, Minas Gerais and Maranhão. As an instrument for data collection was used a structured questionnaire consisting by 114 questions, that addressed demographic variables, cultural variables, usage characteristics of credit card and seven behavioral factors - financial literacy, compulsive shopping, materialism, behavior of using of credit card, credit card debt, financial well-being and emotions. The analysis of the main model was based in the Structural Equation Modeling. Already the evaluation of the influence of demographic variables and characteristics of the credit card about the debt were measured by parametric hypothesis tests. The main results show that the presence of high levels of financial knowledge, attitudes and positive financial behaviors and the responsible use of the card reduce the probability of an individual incurring in credit card debt. On the other hand, the presence of materialistic behavior and compulsive consumption increases the probability of debt. As consequences of the debt, it was reported the lowest level of well-being and financial satisfaction and the presence of negative emotions and feelings. The descriptive statistics showed that respondents maintain responsible behavior in time to use the credit, are neither materialistic nor compulsive shoppers, contributing to low levels of debt checked on the credit card. The results of hypothesis tests bring to light that male individuals, young people, with dependent and with children, low education level, low income, who are unaware of the value of the interest rate paid in the event of use of revolving credit and who hold a greater number of credit cards are more likely to have credit card debts. These results are of interest in the financial sector and bodies with policy-making power. The work points to the need to provide citizens with information about the proper use of credit tools and develop on them the necessary financial skills for making responsible decisions keeping in mind the negative consequences experienced as a result of the debt.

**Keywords:** Credit card debt. Financial literacy. Materialism. Compulsive buying. Financial well-being. Emotions.



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Perfil dos respondentes através das variáveis: gênero, estado civil, número de dependentes, número de filhos, nível de escolaridade, raça, ascendência, ocupação e renda .....	128
Tabela 2 – Aspectos relacionados ao cartão de crédito no que se refere ao número de cartões possuídos e utilizados, conhecimento da taxa de juros, valor do limite do cartão de crédito, percentual da renda e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito .....	130
Tabela 3 – Estatística descritiva da variável gastos/compras realizadas no cartão de crédito .....	133
Tabela 4 – Estatística descritiva do fator Comportamento de uso do cartão de crédito .....	134
Tabela 5 – Estatística descritiva do fator Atitude financeira .....	135
Tabela 6 – Estatística descritiva do fator Comportamento financeiro .....	136
Tabela 7 – Estatística descritiva do fator Conhecimento financeiro .....	139
Tabela 8 – Estatística descritiva para o fator Dívida no cartão de crédito .....	142
Tabela 9 – Estatística descritiva para a questão Valor da dívida no cartão de crédito .....	143
Tabela 10 – Estatística descritiva do fator Materialismo .....	144
Tabela 11 – Estatística descritiva do fator Valores do dinheiro .....	145
Tabela 12 – Estatística descritiva do fator Compras compulsivas .....	146
Tabela 13 – Estatística descritiva do fator Bem-estar financeiro .....	148
Tabela 14 – Estatística descritiva do fator Emoções .....	149
Tabela 15 – <i>Alpha de Cronbach</i> dos fatores: Comportamento financeiro, Atitude financeira, Comportamento de uso do cartão de crédito, Dívida no cartão de crédito, Materialismo, Valores do dinheiro, Compras compulsivas, Bem-estar financeiro e Emoções .....	150
Tabela 16 – Estatística descritivas dos fatores estudados .....	151
Tabela 17 – Teste de hipóteses para o fator Comportamento financeiro .....	153
Tabela 18 – Teste de hipóteses para o fator Atitude financeira .....	155
Tabela 19 – Teste de hipóteses para o fator Conhecimento financeiro .....	158
Tabela 20 – Teste de hipóteses para o fator Comportamento de uso do cartão de crédito ...	160
Tabela 21 – Teste de hipóteses para o fator Dívida no cartão de crédito .....	163
Tabela 22 – Teste de hipóteses para o fator Materialismo .....	167
Tabela 23 – Teste de hipóteses para o fator Compras Compulsivas .....	169
Tabela 24 – Teste de hipóteses para o fator Bem-estar financeiro .....	172
Tabela 25 – Teste de hipóteses para o fator Emoções .....	173
Tabela 26 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento financeiro–modelo inicial .....	178
Tabela 27 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	179
Tabela 28 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento financeiro–modelo final .....	180
Tabela 29 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	181
Tabela 30 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Atitude financeira – modelo inicial .....	183
Tabela 31 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	184
Tabela 32 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Atitude financeira – modelo final .....	185
Tabela 33 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	185

Tabela 34 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo inicial .....	187
Tabela 35 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	188
Tabela 36 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo final .....	189
Tabela 37 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	190
Tabela 38 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Dívida no cartão de crédito – modelo inicial .....	191
Tabela 39 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	192
Tabela 40 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Dívida no cartão de crédito – modelo final .....	193
Tabela 41 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	193
Tabela 42 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Materialismo – modelo inicial .....	195
Tabela 43 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	196
Tabela 44 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Materialismo – modelo final .....	197
Tabela 45 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	198
Tabela 46 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Valores do dinheiro – modelo inicial .....	199
Tabela 47 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	200
Tabela 48 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Valores do dinheiro – modelo final .....	201
Tabela 49 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	201
Tabela 50 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Compras compulsivas – modelo inicial .....	203
Tabela 51 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	203
Tabela 52 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Compras compulsivas – modelo final .....	205
Tabela 53 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	205
Tabela 54 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Bem- estar financeiro – modelo inicial .....	207
Tabela 55 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	207
Tabela 56 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Bem- estar financeiro – modelo final .....	209
Tabela 57 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	209
Tabela 58 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Emoções – modelo inicial .....	211
Tabela 59 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial .....	211
Tabela 60 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Emoções – modelo final .....	213
Tabela 61 – Índices de ajuste do construto – modelo final .....	213
Tabela 62 – Índices de ajuste iniciais do modelo integrado .....	216
Tabela 63 – Índices de ajuste finais do modelo integrado .....	219
Tabela 64 – Coeficientes padronizados e significância das relações do modelo final .....	220

## LISTA DE EQUAÇÕES

Equação 1 – Cálculo da amostra.....	102
Equação 2 – Índice Root Mean Square Residual (RMR) .....	121
Equação 3 – Índice <i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA) da população....	122
Equação 4 – Índice <i>Goodness-of-Fit Index</i> (GFI) .....	122
Equação 5 – Índice <i>Normed Fit Index</i> (NFI).....	122
Equação 6 – Índice <i>Comparative Fit Index</i> (CFI) .....	123
Equação 7 – Índice <i>Tucker-Lewis Index</i> (TLI).....	123



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Evolução dos gastos no cartão de crédito.....	28
Figura 2 – Evolução da inadimplência dos brasileiros no cartão de crédito .....	29
Figura 3 – Função hipotética de valor .....	40
Figura 4 – Modelo conceitual da alfabetização financeira .....	49
Figura 5 – Fatores associados à dívida no cartão de crédito.....	72
Figura 6 – Síntese das pressuposições acerca da relação existentes entre os fatores comportamentais .....	85
Figura 7 – Diagrama do modelo teórico com construtos e hipóteses .....	86
Figura 8 – Síntese das pressuposições acerca da relação existente entre os aspectos demográficos, aspectos culturais, características do cartão de crédito e a dívida no cartão de crédito .....	97
Figura 9 – Fases do processo de pesquisa .....	100
Figura 10 – Itens que congregam o bloco: aspectos do cartão de crédito .....	105
Figura 11 – Itens que congregam o bloco: Comportamento de uso do cartão de crédito.....	105
Figura 12 – Questões componentes do construto Atitude financeira .....	106
Figura 13 – Questões componentes do construto Comportamento financeiro .....	107
Figura 14 – Itens que integram o construto Conhecimento financeiro.....	108
Figura 15 – Itens que congregam o construto Dívida no cartão de crédito .....	109
Figura 16 – Variáveis integrantes do construto Materialismo.....	110
Figura 17 – Itens que compõem o construto Valores do Dinheiro .....	111
Figura 18 – Questões componentes do construto compras compulsivas.....	112
Figura 19 – Questões componentes do construto Bem-estar financeiro.....	112
Figura 20 – Questões integrantes do construto Emoções .....	113
Figura 21 – Questões integrantes da seção Perfil .....	113
Figura 22 – Síntese do instrumento de coleta de dados.....	114
Figura 23 – Definição de termos e variáveis .....	115
Figura 24 – Resumo das técnicas de análise dos fatores e finalidade de sua aplicação .....	126
Figura 25 – Relação entre as variáveis e resultado para o teste de hipóteses. ....	166
Figura 26 – Diagrama do construto Comportamento financeiro – modelo inicial.....	177
Figura 27 – Diagrama do construto Comportamento financeiro – modelo final .....	180
Figura 28 – Diagrama do construto Atitude financeira – modelo inicial.....	182
Figura 29 – Diagrama do construto Atitude financeira – modelo final.....	184
Figura 30 – Diagrama do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo inicial.....	186
Figura 31 – Diagrama do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo final.....	189
Figura 32 – Diagrama do construto Dívida no cartão de crédito – modelo inicial .....	190
Figura 33 – Diagrama do construto Dívida no cartão de crédito – modelo final .....	192
Figura 34 – Diagrama do construto Materialismo – modelo inicial.....	194
Figura 35 – Diagrama do construto Materialismo – modelo final .....	197
Figura 36 – Diagrama do construto Valores do dinheiro – modelo inicial .....	199
Figura 37 – Diagrama do construto Valores do dinheiro – modelo final.....	201
Figura 38 – Diagrama do construto Compras compulsivas – modelo inicial.....	202
Figura 39 – Diagrama do construto Compras compulsivas – modelo final .....	204
Figura 40 – Diagrama do construto Bem-estar financeiro – modelo inicial .....	206

Figura 41 – Diagrama do construto Bem-estar financeiro – modelo final .....	208
Figura 42 – Diagrama do construto Emoções – modelo inicial.....	210
Figura 43 – Diagrama do construto Emoções – modelo final .....	212
Figura 44 – Resultados iniciais do modelo proposto .....	215
Figura 45 – Resultado final do modelo integrado .....	218
Figura 46 – Resumo das hipóteses e dos resultados encontrados .....	227

## LISTA DE SIGLAS

ABECS	– Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito e Serviços
AFC	– Análise Fatorial Confirmatória
ANOVA	– Análise de Variância
CCSH	– Centro de Ciências Sociais e Humanas
CEP	– Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos
CFI	– <i>Comparative Fit Index</i>
CNC	– Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
CNJD	– Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas
CNS	– Conselho Nacional de Saúde
ESD	– Escala de Significado do Dinheiro
GAP	– Gabinete de Projetos
GFI	– <i>Goodness-of-Fit Index</i>
GL	– Graus de Liberdade
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MEE	– Modelagem de Equações Estruturais
NFI	– <i>Normed Fit Index</i>
OECD	– Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento
PIB	– Produto Interno Bruto
PPGA	– Programa de Pós Graduação em Administração
RMR	– <i>Root Mean Squares Residual</i>
RMSEA	– <i>Root Mean Square Error of Approximation</i>
SCF	– <i>Survey of Consumer Finance</i>
SIE	– Sistema de Informação para o Ensino
SPSS	– <i>Software Packages Social Science</i>
SISNEP	– Sistema Nacional de Informações sobre Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos
TLI	– <i>Tucker-Lewis Index</i>
UFSM	– Universidade Federal de Santa Maria



## LISTA DE APÊNDICES

Apêndice 1 – Termo de Confidencialidade .....	257
Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido .....	258
Apêndice 3 – Instrumento de coleta de dados .....	259
Apêndice 4 – Média dos grupos com diferença no fator Comportamento financeiro .....	264
Apêndice 5 – Média dos grupos com diferença para o fator Atitude financeira .....	265
Apêndice 6 – Média dos grupos com diferença para o fator Conhecimento financeiro.....	266
Apêndice 7 – Média dos grupos com diferença para o fator Comportamento de uso no cartão de crédito.....	268
Apêndice 8 – Média dos grupos com diferença para o fator Dívida no cartão de crédito..	270
Apêndice 9 – Média dos grupos com diferença para o fator Materialismo .....	272
Apêndice 10 – Média dos grupos com diferença para o fator Compras compulsivas .....	273
Apêndice 11 – Média dos grupos com diferença no fator Bem-estar financeiro.....	274
Apêndice 12 – Média dos grupos com diferença para o fator Emoções.....	275



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>27</b>
<b>1.1 Problemática .....</b>	<b>30</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>32</b>
1.2.1 Objetivo geral .....	32
1.2.2 Objetivos específicos.....	33
<b>1.3 Justificativa .....</b>	<b>33</b>
<b>1.4 Estrutura do trabalho .....</b>	<b>35</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>37</b>
<b>2.1 Finanças comportamentais .....</b>	<b>37</b>
<b>2.2 Dívida no cartão de crédito.....</b>	<b>43</b>
<b>2.3 Fatores comportamentais associados à dívida no cartão de crédito.....</b>	<b>47</b>
2.3.1 Alfabetização financeira – integrando conhecimentos, atitudes e comportamentos financeiros .....	48
2.3.2 Materialismo.....	51
2.3.3 Compras compulsivas.....	55
2.3.4 Valores do dinheiro .....	60
2.3.5 Comportamento de uso do cartão de crédito .....	63
2.3.6 Bem-estar financeiro.....	67
2.3.7 Emoções .....	69
<b>3 DESENVOLVIMENTO DO MODELO TEÓRICO .....</b>	<b>73</b>
<b>3.1 Modelo teórico.....</b>	<b>73</b>
3.1.1 Alfabetização financeira .....	73
3.1.2 Materialismo.....	77
3.1.3 Compras compulsivas.....	79
3.1.4 Valores do dinheiro .....	81
3.1.5 Comportamento de uso do cartão de crédito .....	82
3.1.6 Bem-estar financeiro.....	83
3.1.7 Emoções .....	84
<b>3.2 Influência dos aspectos demográficos, culturais e das características do cartão de crédito sobre a dívida no cartão de crédito .....</b>	<b>86</b>
3.2.1 Gênero .....	87
3.2.2 Idade .....	88
3.2.3 Estado civil .....	89
3.2.4 Composição familiar .....	89
3.2.5 Nível de escolaridade.....	90
3.2.6 Raça .....	91
3.2.7 Ocupação .....	92
3.2.8 Renda.....	93
3.2.9 Ascendência.....	94
3.2.10 Número de cartões de crédito .....	94
3.2.11 Conhecimento do valor da taxa de juros .....	95
3.2.12 Valor do limite do cartão de crédito .....	96
3.2.13 Percentual da renda e valor mensal gasto no cartão de crédito .....	96
<b>4 MÉTODO DE PESQUISA .....</b>	<b>99</b>
<b>4.1 Estratégia de pesquisa e método adotado.....</b>	<b>99</b>
<b>4.2 População e amostra.....</b>	<b>101</b>

<b>4.3 Aspectos éticos.....</b>	<b>103</b>
<b>4.4 Técnica de coleta de dados .....</b>	<b>104</b>
4.4.1 Aspectos relacionados ao cartão de crédito .....	104
4.4.2 Comportamento de uso do cartão de crédito.....	105
4.4.3 Alfabetização financeira – conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro .....	106
4.4.4 Dívida no cartão de crédito .....	109
4.4.5 Materialismo .....	110
4.4.6 Valores do dinheiro .....	110
4.4.7 Compras compulsivas .....	111
4.4.8 Bem-estar financeiro .....	112
4.4.9 Emoções .....	112
4.4.10 Perfil.....	113
<b>4.5 Definição de termos e variáveis.....</b>	<b>115</b>
<b>4.6 Técnicas de análise dos resultados.....</b>	<b>116</b>
<b>5 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>127</b>
<b>5.1 Perfil da amostra .....</b>	<b>127</b>
<b>5.2 Confiabilidade das escalas, formação dos fatores e estatística descritiva.....</b>	<b>149</b>
<b>5.3 Relação das variáveis demográficas e aspectos do cartão de crédito com os construtos.....</b>	<b>152</b>
<b>5.4 Validação individual dos construtos.....</b>	<b>175</b>
5.4.1 Validação do construto Comportamento financeiro .....	176
5.4.2 Validação do construto Atitude financeira.....	182
5.4.3 Validação do construto Comportamento de uso do cartão de crédito.....	186
5.4.4 Validação do construto Dívida no cartão de crédito .....	190
5.4.5 Validação do construto Materialismo .....	194
5.4.6 Validação do construto Valores do dinheiro .....	198
5.4.7 Validação do construto Compras compulsivas .....	202
5.4.8 Validação do construto Bem-estar financeiro .....	206
5.4.9 Validação do construto Emoções .....	210
<b>5.5 Análise do modelo integrado .....</b>	<b>214</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>229</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>235</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>255</b>

# 1 INTRODUÇÃO

A crescente disponibilidade e aceitabilidade do crédito nas economias mundiais tem estimulado o desenvolvimento econômico e facilitado o cotidiano dos indivíduos (SILVA, 2011). No âmbito brasileiro, não é diferente, visto que o crescimento e a estabilidade econômica têm levado o governo e as instituições financeiras a expandir a oferta de crédito e ampliar os prazos de pagamento possibilitando, dessa forma, a participação das classes sociais menos favorecidas no mercado consumidor provocando, conseqüentemente, o crescimento acelerado dos níveis de consumo (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). Segundo Bertaut e Haliassos (2005), o acesso do consumidor ao crédito, entre outros motivos, foi facilitado a partir da propagação dos cartões de crédito, os quais se tornaram, em pouco tempo, um dos principais instrumentos financeiros utilizados pelos indivíduos.

Em apenas um ano (2012-2013), o mercado brasileiro saltou de 628,015 milhões para 703,7 milhões de unidades de cartões de crédito, débito e de rede/loja. O mercado de cartões de crédito corresponde a 25,4% (178,8 milhões) do total de cartões em circulação e é responsável por 48,5% do volume de transações realizadas (4,4 bilhões de transações em 2013) gerando um faturamento de R\$ 537 bilhões (64,8% do faturamento total) para a indústria brasileira de cartões (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS - ABECS, 2014). Para o ano de 2014 projeta-se uma participação ainda maior do cartão de crédito, sendo realizadas em torno de 4,9 bilhões de transações (47,2% do total de transações) gerando um faturamento de R\$ 619 bilhões (63,1% do faturamento total). A evolução do número de transações e do valor transacionado com cartões de crédito pode ser visualizada na Figura 1. Segundo pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, 2013), aproximadamente, 77% dos brasileiros possui pelo menos um cartão de crédito/débito/loja, o que evidencia a grande difusão desse meio de pagamento.

A popularização dos cartões de crédito confunde-se com a própria evolução da sociedade do consumo e está diretamente atrelada à multifuncionalidade do cartão, posto que o mesmo atua como ferramenta de pagamento e recurso de crédito e, à ampliação da oferta de crédito, que é viabilizada pela estabilidade econômica e pelo aumento da renda das classes mais populares (KIM, DEVANEY, 2001; NUNESMAIA et al., 2008).

Cartão de crédito		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
	Transações – milhares	2.286.546	2.634.498	3.073.000	3.537.337	3.951.525	4.415.613	4.920.291
	Variação % ano anterior		15,2%	16,6%	15,1%	11,7%	11,7%	11,4%
	Valor transacionado - R\$ milhões	221.211	264.029	326.296	398.447	465.231	537.279,9	619.425
	Variação % ano anterior		19,4%	23,6%	22,1%	16,8%	15,5%	15,3%

\*projeção para o ano de 2014.

Figura 1 – Evolução dos gastos no cartão de crédito

Fonte: ABECS, 2014.

Para Cláudio Yamaguti, presidente da ABECS, o movimento de intensificação no uso de cartões e a ampliação do volume de transações são impulsionados pelo aumento do poder aquisitivo do brasileiro e pelo maior acesso das classes C, D e E aos serviços financeiros. Bertaut e Haliassos (2005) sugerem, por sua vez, que a facilidade, conveniência e segurança na realização das transações, a flexibilidade de pagamento e a possibilidade de continuar fazendo parte do mercado consumidor, mesmo em períodos de dificuldade financeira, estão entre os principais motivos que levaram à explosão do uso do cartão de crédito.

Esse tipo de cartão, se comparado ao dinheiro, pode tornar o indivíduo mais imprudente, tendo em vista que o valor envolvido na transação pode ser encarado como algo irreal ou intangível, estimulando a ampliação dos gastos (RICHINS, 2011). Para D’Astous (1990) e Roberts e Jones (2001), o cartão de crédito “promove” o aumento do endividamento pessoal e familiar devido à eliminação da necessidade imediata de dinheiro e a facilidade de pagamento. As próprias características do cartão conduzem a uma “ilusão de renda”, uma vez que não se sente o sacrifício de perder o dinheiro imediatamente o que acaba por facilitar o comportamento de dívida (BLOCK-LIEB, JANGER, 2006; WANG, LU, MALHOTRA, 2011). Dentro dessa perspectiva, Macgee (2012) argumenta que apesar das vantagens proporcionadas pelo cartão de crédito, o mau gerenciamento e o uso indiscriminado podem levar à acumulação de dívidas e ao comprometimento de parcela significativa da renda afetando, em diversos casos, a saúde financeira doméstica.

No mercado brasileiro, segundo levantamento realizado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2014), o cartão de crédito desponta como o maior vilão do endividamento familiar, sendo responsável por 75,2% dos débitos. O

percentual de famílias com dívidas no cartão de crédito no mês de fevereiro de 2014 (62,7%) mostrou-se superior tanto em relação ao mesmo período de 2013 (61,5%) quanto em relação ao mesmo período de 2012 (60,7%). Dessa parcela de endividados, 7,4% não possuem condições de honrar os compromissos financeiros assumidos sendo obrigados a utilizar o crédito rotativo do cartão ou a fazer o pagamento parcelado da fatura com juros (ABECS, 2014). A Figura 2 apresenta a evolução da inadimplência dos brasileiros no cartão de crédito ao longo dos últimos trimestres.

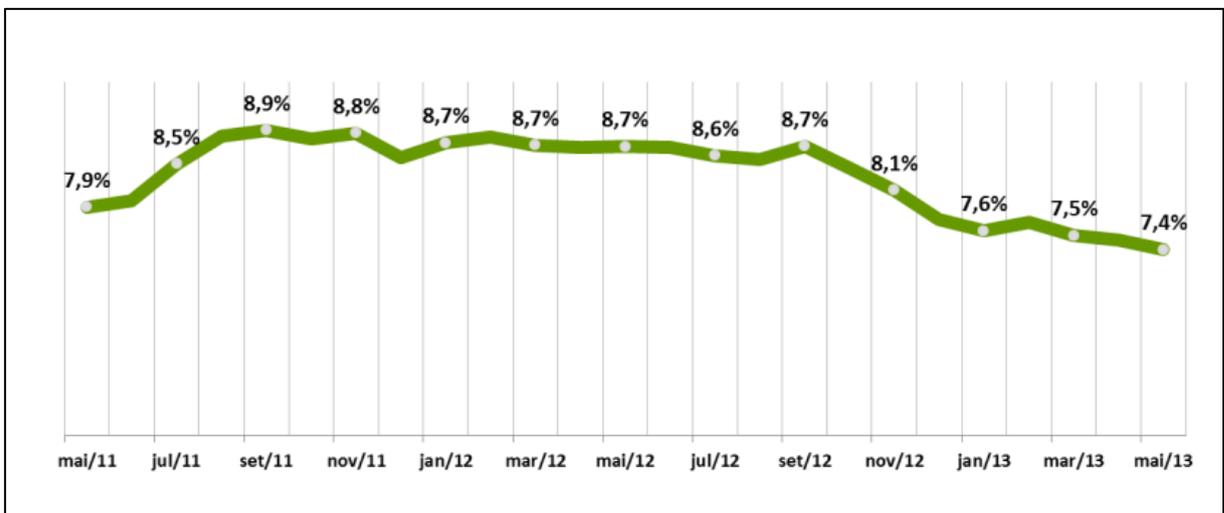


Figura 2 – Evolução da inadimplência dos brasileiros no cartão de crédito

Fonte: ABECS, 2014.

A partir dessa perspectiva, Bernthal, Crockett e Rose (2005, p. 130) sugerem que “o cartão de crédito é uma tecnologia essencial, mas que carrega consigo a capacidade paradoxal de impulsionar os consumidores para trajetórias de mercado de liberdade e restrição”. São caminhos contraditórios, porém, ambos são proporcionados a partir do uso do cartão (NUNESMAIA et al., 2008).

O advento da cultura do “dinheiro de plástico” possibilitou a democratização do crédito e do consumo, ou seja, a possibilidade de agregar, imediatamente, ao mercado consumidor pessoas de classes sociais menos favorecidas. Dentro dessa visão, o cartão atuaria como um propagador da participação dos indivíduos na cultura consumista contemporânea. Porém, além das facilidades encontradas em seu uso, existe o descontrole consumista que pode levar os usuários a uma situação de aprisionamento revelando-se, assim, a ambiguidade

do cartão de crédito. Se, por um lado, proporciona uma série de benefícios ligados ao consumo, por outro, estimula gastos impulsivos/compulsivos que podem levar à acumulação de dívidas (BERNTHAL, CROCKETT, ROSE, 2005; MACGEE, 2012). Conforme avaliação do Serasa Experian (2012) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDJ, 2012), a manutenção de níveis elevados de dívida é consequência de um cenário macroeconômico mais favorável ao consumo, o qual combina política fiscal expansionista com afrouxamento monetário, e mais desfavorável à manutenção da capacidade de pagamento do consumidor.

Uma das principais implicações econômicas negativas do endividamento no cartão de crédito é a probabilidade de insolvência financeira do consumidor (FERREIRA, 2006). Alguns autores destacam também a influência da dívida sobre aspectos sociais e psicológicos do indivíduo. Keese e Schmitz (2010) relacionam a dívida no cartão de crédito a problemas de saúde, ao stress, à angústia e à depressão. Ferreira (2006), por sua vez, afirma que o excesso de dívidas pode levar à exclusão e marginalização social. Dentro desta perspectiva, entende-se que a sociedade do consumo, simultaneamente, influencia e é influenciada pelo crescente uso do cartão como meio de pagamento e pelo crescente endividamento no cartão de crédito.

## **1.1 Problemática**

As explicações para o endividamento pessoal devem estar pautadas na interdisciplinaridade, ou seja, devem buscar suporte em várias disciplinas da área das ciências sociais, humanas e aplicadas a fim de melhor compreender os fatores associados à dívida (LIVINGSTONE; LUNT, 1992). Considerando que a economia busca estudar os efeitos da renda e do estágio do ciclo de vida, a demografia enfatiza as implicações de determinados eventos para o aumento/redução do nível de dívida; a sociologia considera o devedor no contexto dos grupos e normas sociais e a psicologia social reconhece a importância do conhecimento social das pessoas, locus de controle, atitudes e valores, Livingstone e Lunt (1992) afirmam que a análise conjunta de tais questões proporciona uma visão mais ampla e correta dos fatores que levam o sujeito a endividar-se, tendo em vista que apesar das questões econômicas prevalecerem na explicação do endividamento, as atitudes, os valores e o comportamento do indivíduo não devem ser negligenciados.

Compartilhando da mesma ideia, diversos pesquisadores tem afirmado que a dívida no cartão de crédito além de ser influenciada pelo ambiente socioeconômico (taxa de juros e

inflação) e pelas condições financeiras do indivíduo é afetada pelas características pessoais tais como: idade, estágio do ciclo de vida, ocupação, escolaridade e por fatores comportamentais e psicológicos como: as atitudes em relação ao dinheiro, à dívida e ao crédito, o senso de controle, o nível de autoestima e de otimismo, os valores e as expectativas pessoais (LEA, WEBLEY, LEVINE, 1993; DAVIES, LEA, 1995; KIM, DEVANEY, 2001; CHIEN, DEVANEY, 2001; NORVILITIS, SZABLICKI, WILSON, 2003; PONCHIO, 2006; KEESE, 2010; WANG, LU, MALHOTRA, 2011; RICHINS, 2011; TAN, YEN, LOKE, 2012).

Norvilitis et al. (2006) sugerem que o endividamento pessoal decorre tanto de fatores econômicos, como as políticas macroeconômicas e as políticas de crédito quanto de fatores comportamentais e psicológicos do indivíduo, como o consumismo exagerado, o nível de conhecimento financeiro, a autoestima e a própria atitude em relação ao crédito e à dívida. Para Ferreira (2006), a dívida está relacionada à incapacidade do indivíduo de gerenciar seus rendimentos e realizar um planejamento financeiro, podendo também estar associada a questões sociais e/ou psicológicas. Ainda no campo da orientação financeira, Lusardi e Tufano (2009) e Disney e Gathergood (2011) abordam a questão da alfabetização financeira. Em suas pesquisas os autores verificaram que aqueles indivíduos com menores níveis de alfabetização estão mais sujeitos a utilizar opções de crédito mais custosas e a tomar decisões financeiras irresponsáveis aumentando a probabilidade de contrair dívidas no cartão de crédito.

Tendo em mente o contexto de análise, o qual está fundamentado no crescente uso e endividamento no cartão, também se discute a problemática do materialismo e do comportamento de compra compulsiva. Para Moura (2005), o materialismo pode ser visualizado como uma faca de dois gumes: o positivo e o negativo. O lado positivo refere-se a uma maior motivação e disposição do indivíduo, a um melhor padrão de vida e a uma melhor saúde financeira dos países. Já o lado negativo, diz respeito a problemas de relacionamento pessoal e profissional, problemas financeiros como o endividamento e a redução do bem-estar financeiro. Dentro dessa perspectiva, Bernthal, Crockett e Rose (2005) afirmam que o enraizamento da cultura consumista na sociedade contemporânea tem contribuído fortemente para o maior endividamento pessoal.

Afora a problematização acerca dos comportamentos materialistas e de consumo compulsivo, pesquisadores têm considerado o impacto do valor do dinheiro sobre a dívida. Roberts e Jones (2001) sugerem que diferentes atitudes frente ao dinheiro conduzem a comportamentos distintos em relação ao nível de materialismo e compras compulsivas e, por

consequência, ao nível de endividamento. Por exemplo, indivíduos que percebem o dinheiro como uma ferramenta de poder e prestígio social tendem a apresentar maiores níveis de dívida, já indivíduos que se sentem mais receosos e inseguros ao lidar com dinheiro tendem a apresentar menor propensão à dívida. Além da atitude frente ao dinheiro, Livingstone e Lunt (1992) sugerem que a presença de atitudes favoráveis ao crédito e ao consumo e a presença de comportamentos irresponsáveis na hora de utilizar o cartão estão positivamente relacionados com as experiências de endividamento.

A fim de uma melhor compreensão acerca da dívida, deve-se verificar, além dos seus determinantes, as consequências econômicas, sociais e psicológicas decorrentes desse tipo de endividamento. Problemas financeiros, tais como a insolvência, problemas de saúde, como o stress e a angústia, menor percepção da capacidade de gerenciamento do dinheiro, menor sensação de bem-estar financeiro e emoções negativas são normalmente relatados por pessoas endividadas (NORVILITIS, SZABLICKI, WILSON, 2003; NORVILITS et al., 2006; KEESE, SCHMITZ, 2010).

Como poder ser percebido, apesar de vários estudos sobre a dívida no cartão de crédito já terem sido desenvolvidos, principalmente em âmbito internacional, e já ter sido comprovado que essa questão ultrapassa o universo econômico e social, ainda persiste muita incerteza sobre quais são efetivamente as causas e consequências da dívida pessoal no cartão de crédito. Nesse sentido, um dos desafios que se apresentam à academia e, especificamente, o foco desse estudo é buscar uma resposta para a seguinte questão:

*Quais são as causas e consequências da dívida no cartão de crédito?*

Para responder a esse questionamento, estabeleceram-se os seguintes objetivos.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo geral**

Desenvolver e validar um modelo para mensuração do endividamento pessoal no cartão de crédito.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar e validar os fatores comportamentais associados à dívida no cartão de crédito.
- b) Analisar a influência direta e indireta dos fatores na dívida no cartão de crédito.
- c) Construir e validar um modelo estrutural para as relações entre os fatores.
- d) Verificar a relação entre os aspectos demográficos, os aspectos culturais, as características do cartão de crédito e os construtos do modelo de mensuração.

### 1.3 Justificativa

Considerando que a dívida no cartão de crédito vem se caracterizando como a principal forma de dívida contraída pelos brasileiros (CNC, 2014; ABECS, 2014), correntes de pesquisa como as finanças comportamentais e a psicologia econômica vêm se interessando pelo estudo dos fatores econômicos, sociodemográficos, psicológicos e comportamentais que podem influenciar essa nova forma de endividamento do consumidor (LIVINGSTONE, LUNT, 1992; KEESE, SCHMITZ, 2010).

Segundo Anderloni e Vandone (2010), o crescente interesse pelo estudo da dívida no cartão de crédito, em especial, a avaliação da sua extensão, natureza e influência no bem-estar, está atrelado às consequências negativas trazidas por ela, tais como a exclusão financeira, que ocorre quando o indivíduo fica isolado do ambiente financeiro sem conseguir acesso ao crédito e, a exclusão social, onde o indivíduo por estar sem acesso à realização de movimentações financeira sente-se inferior aos demais.

Além dessas questões, o cenário atual de constante elevação do nível de dívida no cartão de crédito, acelera a necessidade de conhecer mais profundamente a realidade das variáveis comportamentais associadas ao endividamento de modo que se possa propor um modelo para identificar não apenas o grau de influência de tais fatores sobre a dívida, mas também as consequências trazidas por ela. Assim, este estudo buscou desenvolver um modelo para identificar, simultaneamente, a influência de fatores comportamentais sobre a dívida no cartão de crédito e a influência desse tipo de dívida sobre o bem-estar financeiro e as emoções.

Conforme afirmado por Wang, Lu e Malhotra (2011), apesar de diversos fatores terem sido propostos para a explicação do endividamento não houve até hoje a consolidação de um modelo que integrasse fatores econômicos, sociais, comportamentais e psicológicos em um único estudo para a explicação das causas e consequências da dívida no cartão de crédito. A importância do estudo também está em seu caráter inovador, dado que, em âmbito brasileiro, não se tem registros de pesquisas que buscam compreender os determinantes da dívida e suas implicações. Ademais, raras são as pesquisas, tanto em contexto internacional quanto nacional, que se dedicam ao estudo dos fatores comportamentais associados à dívida em uma população heterogênea composta por indivíduos de diferentes idades, rendas e ocupações. A maior parte das pesquisas já realizadas sobre o assunto enfatiza o público universitário, o qual representa somente uma fatia dos usuários de cartão de crédito (NORVILITIS, SZABLICKI, WILSON, 2003; NORVILITS et al., 2006; MENDES-DA-SILVA, NAKAMURA, MORAES, 2012; NORVILITIS, MENDES-DA-SILVA, 2013).

Este trabalho contribui também para a ampliação do acervo de pesquisas empíricas acerca do uso e endividamento no cartão de crédito ao propor a construção e validação de um modelo que possibilite observar as principais causas e consequências do endividamento pessoal no cartão de crédito gerando um conhecimento mais aprofundado sobre o assunto que ainda é incipiente em âmbito brasileiro. Através dos resultados auferidos poderão ser desenvolvidas ações que tenham por finalidade auxiliar os indivíduos endividados e usuários do crédito rotativo do cartão a melhor gerenciar o uso do crédito, uma vez que o seu perfil será analisado de forma mais completa e compreensível.

Além disso, os resultados da pesquisa poderão fornecer alguma direção para a criação de cursos de alfabetização financeira. Caso os mesmos sugiram que a alfabetização pessoal é um componente importante para o processo de tomada de decisões a respeito do uso do cartão de crédito, a ênfase nesse assunto pode ser útil ao promover a educação financeira pessoal e melhorar as atitudes, comportamentos e habilidades financeiras entre os usuários de cartão de crédito.

Destaca-se ainda que o tema é extremamente atual e faz parte da pauta de discussões dos meios governamental, empresarial e acadêmico. Do ponto de vista governamental, existe o interesse de desenvolver o mercado de crédito como meio de inserção social, “democratização do crédito e do consumo” e fortalecimento da economia. Do ponto de vista empresarial, conhecer as relações desejo/necessidade/ endividamento se torna de grande valia ao traçar as estratégias de concessão de crédito, uma vez que tal questão afeta o ciclo operacional e financeiro e pode, inclusive, provocar desequilíbrio na liquidez e aumentar o

nível de risco caso o crédito seja concedido para pessoas com alta propensão a endividar-se. Da perspectiva acadêmica, o estudo do endividamento é enfatizado pelas áreas de Finanças, Psicologia Econômica e Marketing, as quais consideram que o conhecimento de variáveis que podem delinear o perfil psicológico e comportamental, é fundamental para identificar indivíduos mais propensos à dívida no cartão de crédito. Em suma, a realização dessa pesquisa oferecerá subsídios aos organizadores das políticas de crédito e aos educadores financeiros para auxiliar os consumidores a evitar as armadilhas embutidas no uso indevido e exagerado do cartão de crédito.

#### **1.4 Estrutura do trabalho**

O presente estudo está estruturado em seis capítulos. No primeiro capítulo é apresentada uma visão geral do tema a ser estudado, a definição do problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa para a realização da pesquisa.

No segundo capítulo expõem-se a fundamentação teórica, a qual oferece embasamento para o estudo. O referencial está dividido em três tópicos: finanças comportamentais, dívida no cartão de crédito e fatores comportamentais associados à dívida no cartão de crédito. O terceiro capítulo compreende o desenvolvimento do modelo teórico, sendo dividido em duas partes: o modelo teórico propriamente dito e a relação dos fatores sociodemográficos, culturais e características do cartão de crédito com o construto dívida no cartão de crédito.

O quarto capítulo descreve os procedimentos metodológicos que orientaram o estudo, apresentando o delineamento do estudo e a definição de termos e variáveis, o cenário de pesquisa, a população e amostra, o instrumento de coleta de dados e as técnicas de análise de dados. Na sequência são expostos os resultados e, por fim, no capítulo seis as considerações finais, as principais limitações e as sugestões para realização de pesquisas futuras.



## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Este capítulo apresenta as teorias de base que fundamentam o estudo e está dividido em 3 blocos. O primeiro bloco faz uma retomada da evolução das finanças comportamentais, seu campo de estudo e perspectivas. Na sequência, apresenta-se a questão da dívida no cartão de crédito e, por fim, destacam-se os fatores comportamentais associados a esse tipo de dívida.

### **2.1 Finanças comportamentais**

Embora todos os indivíduos sejam afetados por fraquezas cognitivas e emocionais, as finanças tradicionais têm ignorado a presença de tais vieses por assumir como pressuposto base a racionalidade ilimitada dos investidores (BAKER; NOFSINGER, 2002). Tal abordagem considera que os agentes possuem plena capacidade para analisar e processar objetivamente toda a informação disponível de modo a ponderar cada uma das opções e optar por aquela que maximizará a utilidade esperada (BARBERIS; THALER, 2002). Apesar de ainda predominante, o pressuposto da racionalidade ilimitada, defendido pela abordagem tradicional, vem apresentando sinais de desgaste, oriundos da constatação científica de que os agentes econômicos nem sempre são totalmente racionais em seu processo decisório (TORRALVO, 2010) devido à influência das emoções (MACEDO, 2003). Essas constatações têm levado ao questionamento da capacidade dos modelos produzidos pelo paradigma tradicional de explicar fenômenos observados no mercado.

As primeiras críticas à hipótese da racionalidade ilimitada foram feitas por Simon (1997) ao sugerir que os indivíduos não possuem uma racionalidade ilimitada, mas sim uma racionalidade restrita, atuando, desse modo, dentro de suas limitações de processamento (BAZERMAN, 2004). Em outras palavras, apesar de os indivíduos buscarem decisões racionais, a limitação em suas capacidades e habilidades para analisar situações complexas e processar informações acaba por impedir a tomada de decisões ótimas. Os agentes econômicos procuram soluções limitadas para seus problemas e aceitam decisões que são meramente satisfatórias e não necessariamente ótimas (SIMON, 1997). Essa visão complexa

do comportamento do ser humano, o qual não é plenamente racional e tem suas decisões fortemente influenciadas por motivações internas e externas, é foco de investigação de um novo campo de estudos: as finanças comportamentais (MACEDO, 2003; BAZERMAN, 2004; MOSCA, 2009).

As finanças comportamentais, segundo Kimura (2003), representam uma das mais importantes e surpreendentes inovações na teoria de finanças ao buscar, a partir da convergência interdisciplinar de conhecimentos das áreas da psicologia, sociologia, economia e finanças, desenvolver um modelo detalhado do comportamento humano a fim de obter uma melhor explicação de como as emoções, o humor e os erros cognitivos podem influenciar no processo decisório e como esses padrões de comportamento podem determinar mudanças no mercado (HALFELD, TORRES, 2001; MOSCA, 2009). Conforme Thaler (1980), o campo de estudos das finanças comportamentais visa verificar como os indivíduos interpretam, agem e reagem às informações para a tomada de decisão e, além disso, busca entender e prever quais os fatores que interferem no processo decisório (MOSCA, 2009). Para Basso, Kimura e Krauter (2003), de forma contrária à teoria financeira moderna, fundamentada na maximização da utilidade esperada, as finanças comportamentais guiam-se pelo pressuposto de que determinadas variáveis econômicas não podem ser descritas pelas condições estabelecidas pela teoria moderna, haja visto que os agentes econômicos agem, em muitas ocasiões, irracionalmente. Apesar de embasadas em outros pressupostos, as finanças comportamentais, não almejam substituir as suposições firmadas pela teoria financeira clássica, mas sim incluir aspectos psicológicos a fim de explicar situações não consideradas pelas finanças tradicionais (FERREIRA, 2008).

Um dos trabalhos seminais no campo das finanças comportamentais foi desenvolvido por Kahneman e Tversky (1979), no qual os autores lançaram as bases da Teoria do Prospecto (*Prospect Theory*) também denominada Teoria da Perspectiva, considerada, por muitos, a mais importante teoria do campo comportamental. Através da realização de experimentos, que visaram investigar o comportamento dos investidores em situações de risco, os autores identificaram diversas situações nas quais os agentes são afetados por vícios emocionais e fatores cognitivos e tendem a utilizar atalhos mentais para simplificar o processo decisório. Tais situações acabam por colocar em xeque alguns dos principais axiomas que sustentam a teoria da racionalidade plena do decisor.

De forma mais específica, Kahneman e Tversky (1979) evidenciaram que os indivíduos tomam decisões visando seu bem-estar, sendo que, nas situações de ganho, valorizam a certeza em detrimento de resultados meramente prováveis e nas situações de

perda valorizam a incerteza em detrimento de resultados certos o que contribui para a aversão ao risco em situações de ganho e à propensão ao risco em situações de perda. Segundo a hipótese da aversão ao risco, o indivíduo, dadas duas possibilidades de ganhos com a mesma utilidade esperada, terá preferência pela opção que oferece certeza de ganho, devido ao receio da perda. Quando a situação se apresenta como de perdas potenciais, o comportamento do indivíduo será inverso, uma vez que o mesmo terá preferência por um nível superior de risco, desde que haja possibilidade de não ocorrência de perdas (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979; MACEDO, 2003).

Essa propensão ao risco no campo das perdas é inconsistente ao postulado de aversão ao risco tanto no campo dos ganhos quanto das perdas defendido pela teoria da racionalidade ilimitada. Kahneman e Tversky (1979) verificaram ainda, que a fim de simplificar a escolha entre alternativas, os indivíduos normalmente menosprezam as informações comuns centralizando sua análise sobre os componentes que distinguem uma opção da outra. Em decorrência dessa forma de avaliação, os agentes tendem a exibir preferências inconsistentes quando um mesmo problema é apresentado de formas distintas. Tal processo de escolha viola o princípio defendido pela Teoria da Utilidade Esperada, a qual afirma que as escolhas são unicamente determinadas pela probabilidade dos estados finais.

Para melhor explicar os efeitos detectados, a teoria dos prospectos distingue duas fases no processo de tomada de decisão sob condições de incerteza: uma fase inicial, onde as ações, resultados e contingências são editados resultando na percepção do tomador de decisão acerca de seu problema e, uma fase subsequente de avaliação (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979).

A função de edição cumpre a tarefa de organizar e reformular o problema mediante a aplicação de uma série de operações com vistas a reduzir sua complexidade. Em um primeiro momento, os agentes expressam os resultados como desvios positivos (ganhos) ou negativos (perdas) em relação a um ponto de referência neutro (TVERSKY; KAHNEMAN, 1981). Depois de editados, os ganhos ou perdas, ponderados ao ponto de referência, são avaliados segundo seu “valor subjetivo” denominado utilidade. A avaliação da magnitude dos desvios e da utilidade esperada mostra que os indivíduos são mais sensíveis a diferenças de resultados próximos ao ponto de referência o que pode ser explicado, segundo Kahneman e Tversky (1979), pelo fato de as dimensões sensoriais e perceptivas partilharem a propriedade de que a resposta psicológica é uma função côncava da magnitude da mudança física. Por esse motivo a diferença, em valores subjetivos, entre ganhos de R\$ 100,00 e R\$ 200,00 é avaliada como superior a diferença entre ganhos de R\$ 1.100,00 e R\$ 1.200,00. Outra propriedade da função valor, denominada aversão a perda, mostra que a intensidade de resposta a perdas é mais

extrema que a intensidade de resposta a ganhos de mesmo valor. Para Tversky e Kahneman (1986), a maior relutância do indivíduo para aceitar perdas sugere que o desprazer da perda de certa quantia monetária é superior ao prazer do ganho dessa mesma quantia. Essa ideia contradiz a teoria da utilidade esperada, que pressupõe que a avaliação do risco de um investimento é realizada com base na mudança por ele gerada no nível de riqueza do investidor (LIMA, 2003). A Figura 3 apresenta a função hipotética de valor proposta por Kahneman e Tversky (1979).

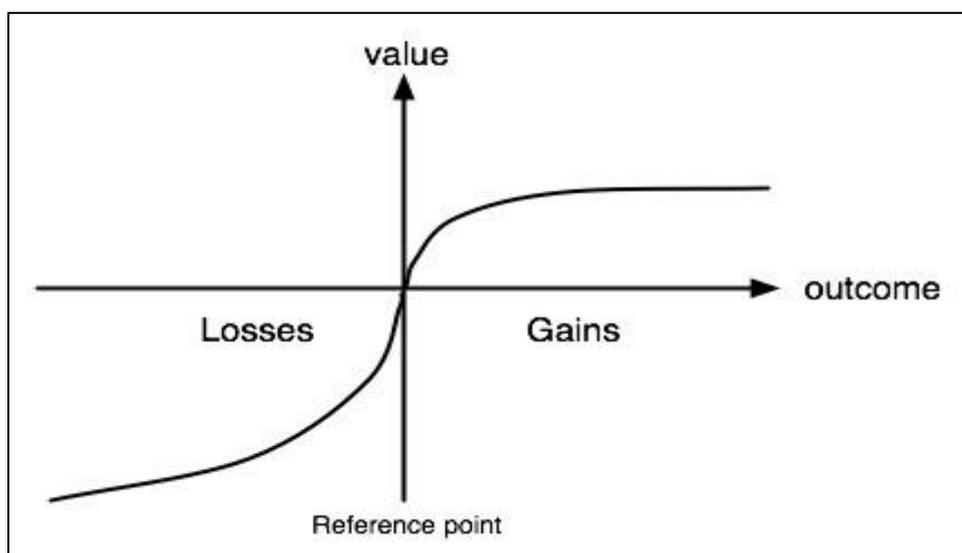


Figura 3 – Função hipotética de valor

Fonte: Kahneman e Tversky (1979).

A função indica, no eixo horizontal, os resultados do processo decisório ponderados pelo ponto de referência e, no eixo vertical, o valor subjetivo auferido a partir de cada resultado. O formato em “S” faz com que a curva seja côncava para ganhos e convexa para perdas advertindo que, em ambos os casos, o valor marginal diminui com a magnitude, ou seja, o efeito da mudança marginal na utilidade esperada decresce à medida que aumenta a distância do ponto de referência em ambas as dimensões.

A Teoria do Prospecto foi testada e confirmada por diversas pesquisas como as de Basso, Kimura e Krauter (2003), Rogers et al. (2007), Silva et al. (2009) e Torralvo (2010), as quais confirmam que os agentes econômicos tomam decisões incompatíveis com os pressupostos da plena racionalidade ao evidenciar a ocorrência dos conceitos fundamentais

propostos por essa teoria, quais sejam: o efeito certeza, ou seja, a sobrevalorização de resultados certos em detrimento de resultados meramente prováveis, o efeito reflexão, isto é, a tendência dos indivíduos reagirem de forma divergente em situações opostas (aversão ao risco em situações de ganho certo e propensão ao risco em situações de perdas certas) e o efeito isolamento, entendido como a desconsideração de parte das informações comuns às alternativas visando a simplificação do processo de tomada de decisão. Resumidamente, a Teoria do Prospecto busca demonstrar as várias influências comportamentais a que o indivíduo é submetido em situações de tomada de decisão sob incerteza.

Além dos trabalhos de Kahneman e Tversky (1979), diversas outras pesquisas (SHEFRIN, STATMAN, 1985; ODEAN, 1988; BARBERIS, THALER, 2002; BAKER, NOFSINGER, 2002; MACEDO, 2003; DEAVES, LÜDERS, LUO, 2004; POMPIAN, 2006) vêm levantando questionamentos acerca da validade dos princípios da racionalidade ilimitada, tendo em vista a comprovação do impacto das emoções e dos vieses cognitivos sobre o comportamento de tomada de decisão. Entre os vieses que vem sendo investigados citam-se: efeito disposição, representatividade, excesso de confiança, ancoragem e dissonância cognitiva.

Partindo do pressuposto de que os indivíduos são avessos a perdas, princípio confirmado por Kahneman e Tversky (1979), Shefrin e Statman (1985), a partir de dados coletados no mercado financeiro, verificaram que os investidores tendem a manter em sua carteira de investimentos ações com baixo desempenho (ações perdedoras) e tendem a vender rapidamente ações com bom desempenho (ações ganhadoras). Tal viés cognitivo foi denominado efeito disposição. De acordo com Shefrin e Statman (1985), os investidores tendem a vender muito cedo ações em alta para poder realizar um ganho certo e costumam manter ações com performance ruim na expectativa de reversão de situação para não incorrer em perdas. A ocorrência desse viés está atrelada à dificuldade dos indivíduos em reconhecer seus erros fazendo com os mesmos mantenham em sua carteira ações perdedoras (ODEAN, 1998). No âmbito brasileiro, o efeito disposição foi estudado por Macedo (2003), através de uma simulação do mercado financeiro realizada com 226 indivíduos. O autor confirmou a presença do viés, ao evidenciar o maior número de negócios realizados com ações ganhadoras, se comparado às ações perdedoras.

No processo de tomada de decisões, os indivíduos tendem a analisar objetos e eventos baseando-se em estereótipos previamente formados. Ao utilizar tal viés, conhecido como viés de representatividade, o indivíduo tende a visualizar padrões em sequências aleatórias (BARBERIS; SHLEIFER; VISHNY, 1998). Esse tipo de comportamento pode ser

evidenciado no mercado financeiro quando da ocorrência de reações exageradas (*overreaction*) a algum evento. Barberis, Shleifer e Vishny (1998) comprovaram a utilização da representatividade no processo de tomada de decisão de investimentos ao constatar que os investidores avaliam positivamente o potencial de uma ação se a empresa proprietária tiver apresentado resultados positivos em períodos passados, confirmando o fato de os indivíduos buscarem padrões que justifiquem suas decisões.

O viés excesso de confiança, compreendido como a tendência de os indivíduos superestimarem suas próprias habilidades e conhecimentos, vem sendo apontado como o elemento de maior influência sobre o processo decisório (MOSCA, 2009). Com relação aos efeitos do excesso de confiança, evidências empíricas têm sugerido seu impacto sobre o mercado financeiro. Deaves, Lüders e Luo (2004) apontam o excesso de confiança como fator determinante do excesso de negócios, dado que quanto maior o nível de confiança do investidor individual ou institucional maior o volume de negociações no mercado. A presença de excesso de confiança gera consequências negativas sobre o processo de tomada de decisões de investimento à medida que “estimula” o investidor a manter posições perdedoras, negociar excessivamente, subestimar os riscos e subdiversificar seus investimentos, fatos esses provocados pela crença errônea do investidor sobre sua vantagem comparativa sobre o mercado na análise e avaliação de ativos e na sua capacidade, superior a média, para avaliar o potencial de geração de riqueza de uma empresa (KIMURA, 2003; POMPIAN, 2006).

Além da influência sobre o comportamento do indivíduo na tomada de decisões de investimento, pesquisas no campo das finanças comportamentais têm documentado o impacto dos vieses cognitivos sobre o uso do cartão de crédito e a obtenção de dívidas no cartão. A constatação de que os indivíduos são predispostos a gastar quantias maiores quando pagam as contas com cartão de crédito, se comparado a situações quando pagam com dinheiro pode ser explicada, segundo Block-Lieb e Janger (2006), devido à dissonância cognitiva que o uso desse meio magnético causa nos consumidores. Para os autores, quando do uso do dinheiro para pagamento de contas, os consumidores são tangivelmente limitados pela quantia de moeda disponível no momento da compra, já no uso do cartão de crédito tal fato não se verifica, tendo em vista que a compra pode ser realizada sem qualquer desembolso financeiro, o qual somente ocorrerá no futuro. Ausubel (1991) sugere que muitos consumidores, ao utilizar o cartão, subestimam a extensão de seus gastos o que resulta em decisões subótimas quanto ao nível de gastos possível e a superestimação do poder de compra atual.

Block-Lieb e Jaeger (2006) confirmaram ainda o viés da ancoragem como decorrente do uso do cartão de crédito. Para os autores, os usuários de cartão consideram como âncora<sup>1</sup> o valor mínimo da fatura e a partir do conhecimento desse valor julgam se as obrigações mensais com o cartão cabem no orçamento. A utilização de tal âncora leva os indivíduos a ignorarem informações relevantes como o custo total do crédito e o prazo de pagamento fazendo com que os mesmos incorram em dívidas.

As pesquisas realizadas até o momento no campo das finanças comportamentais comprovam que os desvios em relação ao comportamento racional são intrínsecos à natureza humana e seus resultados têm implicações financeiras e econômicas, enfatizando a necessidade de incorporação das questões comportamentais nos modelos econômicos tradicionais (BARBERIS; THALER, 2002). Dentro dessa perspectiva, os estudos comportamentais, através da combinação de aspectos psicológicos e econômicos, vêm se caracterizando como uma importante alternativa teórica para a melhor explicação e compreensão de determinadas propriedades do mercado financeiro e das bases psicológicas responsáveis pelos comportamentos falhos dos investidores (BAKER; NOFSINGER, 2002).

## **2.2 Dívida no cartão de crédito**

A importância do cartão de crédito como ferramenta de pagamento e financiamento de curto prazo é indiscutível (LEE, KWON, 2002; BERNTHAL, CROCKETT, ROSE, 2005). Para Kim e DeVaney (2001), são as próprias características do cartão de crédito que lhe atribuem tamanha popularidade. Nesse sentido, Bertaut e Haliassos (2005) e Lee e Kwon (2002) sugerem que esta popularidade está relacionada à conveniência, segurança na realização das transações e a flexibilidade de pagamento.

Durkin (2000) afirma que além do uso do cartão de crédito como meio de pagamento, verifica-se sua crescente utilização como fonte de crédito, ou seja, como um instrumento de financiamento. Nesse caso, o cartão atua como substituto do empréstimo bancário e de outras formas de financiamento (BRITO, HARTLEY, 1995 apud DURKIN, 2000), possibilitando ao consumidor “pegar um empréstimo” dentro do limite de seu cartão sem incorrer em custos de

---

<sup>1</sup> Ponto de referência inicial utilizado pelos indivíduos para a formação de expectativas ou tomada de decisão (TVERSKY, KAHNEMAN, 1974).

transação, os quais abrangem o tempo e o esforço envolvidos com a obtenção de um empréstimo em uma instituição financeira. Mesmo sem a utilização da opção de crédito rotativo (possibilidade de pagar somente a fatura mínima deixando o saldo devedor restante para o próximo mês), o uso do cartão como meio de pagamento atende à demanda dos consumidores por dinheiro, tendo em vista a possibilidade de realização de compras sem o desembolso automático de recursos financeiros o que acaba aumentando o saldo momentâneo em conta corrente (ROCHA, 2007).

Estas conveniências e facilidades acabam por atrair os consumidores à crescente utilização do cartão como fonte de financiamento sem que os mesmos levem em consideração o valor vultoso das taxas de juros embutidas no cartão. Como resultado, os cartões de crédito representam uma parcela substancial do endividamento do consumidor (DURKIN, 2000; LEE, KWON, 2002). Dentro dessa concepção, Scott (2007) afirma que o rápido crescimento do uso do cartão como uma ferramenta de financiamento tem levado a um aumento exponencial do uso do crédito rotativo tanto em economias desenvolvidas quanto subdesenvolvidas. Para exemplificar, o autor destaca que no final do ano de 2007, o endividamento com cartão de crédito dos norte-americanos era de U\$ 91,5 bilhões de dólares. Já na Coreia do Sul, no mesmo período, o endividamento com cartão representava 14% do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Em âmbito brasileiro, a crescente participação da dívida no cartão de crédito na composição do endividamento pessoal é comprovada por um levantamento realizado pela CNC (2014), o qual aponta que o cartão é responsável por 75,2% do endividamento familiar.

O endividamento no cartão de crédito pode ser entendido como um tipo de passivo a descoberto, constituído mediante um empréstimo rotativo de curto prazo (DICIONÁRIO DE NEGÓCIOS, 2012). Tecnicamente, todas as compras realizadas no cartão de crédito criam dívida para o usuário, no entanto, sobre tais dívidas não há incidência de juros, caso o pagamento seja realizado até a data de tolerância máxima. Dessa forma, os usuários que pagam devidamente as faturas mensais não são considerados endividados. Já os usuários que mantêm um saldo devedor sobre o qual passa a incidir juros após o encerramento do prazo de tolerância são considerados detentores de dívida no cartão de crédito. Nesse sentido, endividamento no cartão de crédito pode ser compreendido como o saldo devedor remanescente após o pagamento da fatura mensal (BIRD, HAGSTROM, WILD, 1997 apud KIM, DEVANEY, 2001).

Dependendo do nível da dívida, os indivíduos podem comprometer uma parcela significativa de sua renda, tornando-se incapazes de honrar os compromissos financeiros

assumidos. Nesse caso, tem-se uma situação de sobre-endividamento, o qual pode ser ativo ou passivo. No primeiro caso, o indivíduo contribui ativamente para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento, já no segundo caso, essa impossibilidade de pagamento resulta de circunstâncias não controláveis (ZERRENNER, 2007). Segundo a autora, o sobre-endividamento tem efeitos negativos não apenas sobre as finanças do indivíduo ou de sua família, mas também sobre a economia, dado que a proliferação dos casos de incapacidade de realização dos compromissos financeiros afeta o volume de crédito o que, por sua vez, acaba por influenciar o crescimento econômico.

O crescimento do nível de dívida no cartão de crédito tem suscitado na academia o questionamento acerca do modo mais fidedigno de mensuração da sua intensidade. Pesquisadores têm se dividido na utilização de medidas objetivas e subjetivas, não havendo, até o presente momento, um consenso sobre qual é a melhor forma de mensuração. No que se refere às medidas objetivas, Livingstone e Lunt (1992), Tokunaga (1993), Pinto e Mansfield (2006) e Stone e Maury (2006) consideram o montante absoluto de dívida (toda a dívida possuída pelo indivíduo), Tan, Yen e Loke (2011), por sua vez, consideram a média do saldo devedor do cartão de crédito dos últimos 12 meses e Xiao et al. (2011) consideram a dívida no cartão de crédito mantida mensalmente. Tendo em vista que o valor absoluto da dívida é cumulativo e não representa a intensidade da dívida sobre a renda pessoal e/ou familiar, Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003), Norvilitis et al. (2006) e Norvilitis e MacLean (2010) utilizaram como medida a razão dívida-renda, a qual indica quanto da renda está comprometida com o pagamento do cartão de crédito.

Considerando a dificuldade de obtenção de respostas confiáveis quanto ao nível de renda e, principalmente, quanto ao nível de dívida, alguns pesquisadores têm optado por utilizar medidas subjetivas como *proxy* da dívida. Por exemplo, Wang, Lu e Malhotra (2011) mensuraram a propensão à dívida no cartão de crédito através de dois comportamentos de pagamento específicos: uso do crédito rotativo e pouca utilização do crédito. Para tanto, utilizaram uma escala de frequência, a qual variou de “nunca acontece” até “acontece quase sempre”. Quanto maior a frequência de respostas “acontece quase sempre”, maior a propensão do indivíduo a manter dívidas no cartão de crédito.

Levando em conta essa ascensão do número de indivíduos endividados, estudos vêm sendo desenvolvidos, tanto pela academia quanto pelo governo e pelo mercado financeiro, para avaliar o nível de propensão à dívida e seus fatores determinantes (KIM; DEVANEY, 2001).

Bricker et al. (2012) buscaram avaliar as mudanças ocorridas no nível de renda e nas finanças das famílias americanas entre os anos 2007 e 2010 tendo por base a *Survey of Consumer Finance* (SCF) realizada pelo *Federal Reserve Board's*. A pesquisa mostra uma redução da proporção de famílias com dívidas no cartão de crédito, passando de 39,4% em 2007 para 32,7% em 2010. Apesar da redução em níveis gerais, houve uma elevação dos níveis de dívida entre famílias chefiadas por pessoas com idade superior a 75 anos, famílias cujo chefe possui baixo grau de escolaridade (ensino médio incompleto), famílias com menor nível de renda e pais solteiros com filhos. A pesquisa também mostrou que houve redução no número de cartões de crédito. Enquanto que em 2007, 35% das famílias possuíam quatro ou mais cartões, em 2010 esse número caiu para 32,7%. Embora a dívida tenha diminuído a quantidade de famílias endividadas e o saldo devedor médio (\$ 2.600,00) continuam apresentando valores preocupantes.

Segundo Davies e Lea (1995), a investigação sobre os aspectos que impulsionam o endividamento obteve destaque a partir do estudo de Katona (1975). Para este autor, existem três razões básicas que levam um indivíduo a gastar mais do que seus rendimentos: i) baixa renda, a qual impossibilita inclusive o pagamento das despesas básicas; ii) alta renda, combinada com um forte desejo de gastar e, iii) falta de vontade para economizar (independentemente da renda). A importância do estudo de Katona está na avaliação da origem dos problemas de crédito, os quais são avaliados não apenas pelo viés econômico, mas também por meio de fatores psicológicos e comportamentais.

A maioria das pesquisas sobre a psicologia da dívida tem se concentrado em traçar o perfil demográfico e social daqueles indivíduos que, por circunstâncias gerais, atributos psicológicos ou devido a comportamentos específicos são mais propensos a contrair dívidas (LEA, WEBLEY, LEVINE, 1993; LEA, WEBLEY, WALKER, 1995; STONE, MAURY, 2006). Segundo Mewse, Lea e Wrapson (2010) tal fato explica a crescente realização de estudos com o público universitário. Dando ênfase a esse público e tendo por objetivo explorar as causas e consequências da dívida no cartão de crédito, Norvilitis et al. (2006) verificaram que os estudantes comprometem parcela significativa de sua renda (31%) com o pagamento do cartão de crédito. Ademais, tendo por base a realização de uma regressão múltipla, os autores constataram que estudantes detentores de baixos níveis de educação financeira, maior número de cartões de crédito e atitudes favoráveis ao crédito são mais propensos a contrair dívidas.

No contexto brasileiro, Mendes-da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) investigaram o perfil dos estudantes com risco de má gestão ou mau uso do cartão de crédito. Tendo por base

o modelo de risco de má gestão do cartão de crédito proposto por Lyons (2004) e a realização de uma regressão logística, os autores verificaram que do total de universitários que possuem pelo menos um cartão de crédito (552), 35,3% apresentam pelo menos um comportamento de risco, sendo que o comportamento caracterizado pela posse de um nível de dívida com cartão superior a R\$ 1.000,00 foi o mais relatado pelos universitários (53,8% apresentaram esse comportamento de risco). Quanto ao perfil, indivíduos do sexo masculino, em um relacionamento, financeiramente independentes e que possuem 3 ou mais cartões de crédito apresentam maior risco de má gestão do cartão de crédito se comparado aos demais. Os autores ainda constataram que maiores níveis de alfabetização financeira podem contribuir para a formação de comportamentos financeiros mais responsáveis.

Além da investigação das causas da dívida, muitos estudos tem lançado alguma luz acerca de suas implicações financeiras e psicológicas. Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003) realizaram uma pesquisa com 227 estudantes universitários visando identificar os fatores que influenciam o nível de dívida no cartão de crédito desses indivíduos. Valendo-se de uma pesquisa quantitativa realizada com base na aplicação de questionários e na análise de regressão, os autores verificaram que altos níveis de dívida relacionam-se positivamente a uma menor confiança na capacidade de gerenciar o dinheiro, a uma redução na autoestima e no bem-estar financeiro e a uma elevação do nível de stress. Visando propor um modelo acerca das principais causas e consequências do bem-estar financeiro de jovens adultos, Shim et al. (2009) investigaram 781 estudantes de graduação e pós-graduação em uma pesquisa de cunho quantitativo realizada durante os meses de novembro e dezembro de 2006. Os dados coletados nos questionários estruturados e analisados via modelagem de equações estruturais permitiram aos autores concluir que a presença de dívidas, além de minimizar a sensação de satisfação geral com a vida e satisfação com as finanças, reduz a sensação de bem-estar físico e aumenta a percepção de sentimentos negativos como a depressão.

### **2.3 Fatores comportamentais associados à dívida no cartão de crédito**

Nesta seção serão apresentados os fatores comportamentais apontados como causas e consequências da dívida no cartão de crédito. Dessa forma serão feitas breves considerações acerca da alfabetização financeira, materialismo, compras compulsivas, valores do dinheiro, comportamento de uso do cartão de crédito, bem-estar financeiro e emoções.

### 2.3.1 Alfabetização financeira – integrando conhecimentos, atitudes e comportamentos financeiros

A evolução dos mercados demográficos e econômicos, atrelada à crescente complexidade e proliferação dos produtos financeiros e instrumentos de crédito tem reforçado, tanto a nível individual quanto social, a necessidade da alfabetização financeira (ANSONG, 2011). A grande oferta de produtos financeiros, segundo Amadeu (2009), exige dos indivíduos a habilidade de compreender as características de cada opção, de calcular os custos embutidos nas diferentes ofertas de crédito e de administrar a capacidade de pagamento e, por consequência, a capacidade de endividamento. Segundo Remund (2010), a plena participação dos consumidores nas atividades econômicas e financeiras requer conhecimento, competência e capacidade financeira. É dentro desse contexto que pode ser verificada a importância da alfabetização financeira, uma vez que a mesma auxilia os consumidores, mediante o fornecimento de informações e instruções, a melhorar seu entendimento acerca dos conceitos e produtos financeiros, a desenvolver habilidades e aumentar a autoconfiança tornando-os mais conscientes dos riscos e das oportunidades financeiras (OECD, 2013).

Huston (2010) define alfabetização financeira como sendo tanto o conhecimento quanto a aplicação de capital humano às finanças pessoais, resultando em um comportamento capaz de promover responsabilidade financeira pessoal, bem-estar financeiro e qualidade de vida. Segundo o autor, além de possuir conhecimento financeiro, o indivíduo, para ser considerado alfabetizado financeiramente, deve possuir a habilidade e a confiança necessárias para aplicar esse conhecimento na tomada de decisões. A alfabetização financeira é tratada por Lusardi e Tufano (2009) como a capacidade de tomar decisões simples sobre os contratos de dívida, mais especificamente, refere-se à aplicação dos conhecimentos básicos sobre juros no contexto das escolhas financeiras. Em diferentes países desenvolvidos e em desenvolvimento, a alfabetização é visualizada como um fator chave na tomada de decisões financeiras por proporcionar investimentos sábios, controle adequado do orçamento e incentivo ao ato de poupar. Essa preocupação quanto ao nível de alfabetização é necessária, à medida que o analfabetismo financeiro leva os indivíduos a um gerenciamento inadequado das finanças pessoais e ao uso irresponsável do crédito aumentando a exposição ao endividamento (MATTA, 2007).

Remund (2010), por sua vez, compreende a alfabetização financeira como uma medida do grau em que um indivíduo entende conceitos financeiros chave e possui habilidade e

confiança para gerir adequadamente suas finanças pessoais, mediante a tomada de decisões de curto prazo e a realização de um planejamento financeiro de longo prazo, enquanto permanece atento aos eventos de sua vida e as mudanças das condições econômicas. Indivíduos com maior nível de alfabetização são bem informados e educados acerca de questões relacionadas ao gerenciamento de ativos, investimentos, poupança, crédito, entendem os conceitos básicos subjacentes à gestão dos recursos e utilizam, adequadamente, o conhecimento adquirido para planejar e implementar decisões financeiras (HOGARTH, 2002).

Embora existam variações na forma como os pesquisadores definem e mensuram a alfabetização financeira, a maioria dessas definições converge para o entendimento da alfabetização como a capacidade dos indivíduos de obter, compreender e avaliar as informações financeiras, as quais são necessárias para a tomada de decisão eficaz. Tendo isso em mente, uma definição que abrange de forma eficiente esta ideia é a proposta pela OECD, a qual se refere à alfabetização financeira como sendo o conhecimento e a compreensão de conceitos financeiros; as habilidades, a motivação e a confiança para aplicar esse conhecimento na tomada de decisões financeiras com vistas a permitir a plena participação dos indivíduos na vida econômica e melhorar o bem-estar financeiro (OECD, 2013). Portanto, a OECD define a alfabetização financeira em três dimensões: o conhecimento financeiro, a atitude financeira e o comportamento financeiro, conforme exposto na Figura 4.

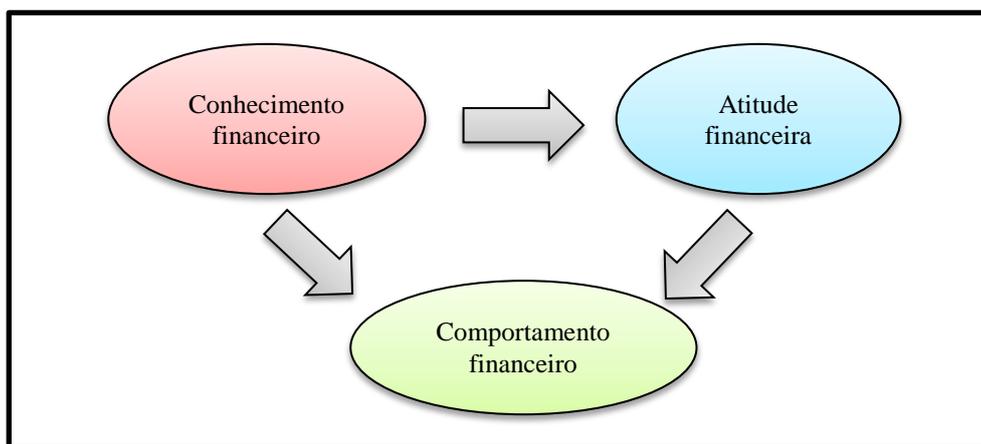


Figura 4 – Modelo conceitual da alfabetização financeira

Fonte: Adaptado da Organização para a Cooperação Econômica e Desenvolvimento (2013).

A dimensão do conhecimento financeiro refere-se a um tipo particular de capital humano adquirido ao longo da vida mediante a aprendizagem de assuntos que influenciam na capacidade de gerenciamento das finanças pessoais (DELAVANDE; ROHWEDDER; WILLIS, 2008). O conhecimento prévio de um problema representa uma das variáveis mais importantes no processo de tomada de decisões financeiras (ROBB, 2011). Segundo Atkinson e Messy (2012), o conhecimento financeiro, por avaliar o quanto de domínio o indivíduo possui acerca de diferentes assuntos financeiros, torna-se essencial para determinar se o mesmo é ou não é financeiramente alfabetizado.

A dimensão da atitude financeira, por sua vez, diz respeito a um conjunto de conceitos, informações e emoções responsáveis pela reação favorável ou desfavorável de um indivíduo acerca de uma determinada situação (SHOCKEY, 2002). Para Ajzen (1991), as atitudes são desenvolvidas com base em crenças econômicas e não econômicas a respeito do resultado de um determinado comportamento sendo, portanto, fundamentais no processo de tomada de decisão e determinantes para a escolha dos comportamentos mantidos no curto e no longo prazo.

O comportamento financeiro assim como as demais dimensões propostas desempenha um papel essencial para a obtenção de bons níveis de alfabetização financeira (OECD, 2013). Segundo Atkinson e Messy (2012), são os comportamentos financeiros que determinam os resultados positivos de ser financeiramente alfabetizado, tais como o planejamento das despesas e a construção da segurança financeira e, ao mesmo tempo, são os comportamentos que determinam os resultados negativos da ausência de alfabetização financeira, como o uso excessivo do crédito e o consumo exagerado.

Segundo Vitt et al. (2000), a alfabetização financeira somente é capaz de auxiliar no desenvolvimento das capacidades necessárias para fazer escolhas bem informadas ao inter-relacionar conhecimentos, atitudes e comportamentos financeiros. É no esforço sistemático e contínuo de desenvolvimento e aprimoramento dos conhecimentos, atitudes e comportamentos que a alfabetização financeira desempenha papel chave para a tomada de decisões responsáveis (XIAO et al., 2011).

Os estudos sobre o assunto tem buscado elencar os diferentes efeitos adversos provocados pelo analfabetismo financeiro sobre a gestão das finanças (CHEN, VOLPE, 1998; MOORE, 2003; LUSARDI, MITCHEL, 2007; LUSARDI, TUFANO, 2009; HUSTON, 2010; SHIM et al., 2010; DISNEY, GATHERGOOD, 2011; ROBB, 2011). Norvilitis et al. (2006) em pesquisa realizada com 448 estudantes e Lyons (2007) em estudo desenvolvido com 835 universitários verificaram que aqueles indivíduos financeiramente inexperientes ou com

conhecimentos financeiros limitados apresentam maior dificuldade para entender conceitos financeiros básicos como, por exemplo, o efeito cumulativo da taxa de juros sobre a dívida no cartão de crédito subestimando, desse modo, o risco de problemas financeiros como o endividamento e a falência.

Chen e Volpe (1998), em estudo realizado com 924 estudantes universitários, mapearam o nível de educação financeira com base em um conjunto de perguntas de múltipla escolha. Para avaliar o nível de educação os autores estabeleceram um ranking percentual variando de 0 a 100% (0 a 60% = conhecimento insuficiente, 60 a 80% = conhecimento mediano e acima de 80% = conhecimento satisfatório). Os resultados mensurados via análise descritiva indicaram que o nível de educação dos estudantes é insuficiente o que pode ser parcialmente explicado, segundo os próprios autores, pela ausência de disciplinas de finanças pessoais na grade curricular dos cursos de ensino superior. Tendo por base a realização de testes de diferença entre grupos (Teste *t* e Teste Anova) foi possível observar ainda que a presença de menores níveis de alfabetização financeira está mais relacionada a determinados grupos sendo, particularmente, mais acentuada entre as mulheres, os negros, as pessoas de baixo nível de escolaridade e renda, menor faixa etária e com pouca experiência profissional. Em termos de decisões financeiras, aqueles com escores mais elevados foram mais propensos a utilizar os recursos financeiros de forma cautelosa, tomar decisões corretas em situações de gastos e visualizar o planejamento e a implementação de um programa de investimento como importantes ferramentas de controle financeiro.

Outros estudos sobre o tema buscam relacionar à alfabetização com a dívida. Por exemplo, Lusardi e Tufano (2009), em pesquisa realizada com 1.000 cidadãos americanos a fim de investigar o nível de alfabetização para a dívida, a experiência financeira e o sobreendividamento, verificaram que aqueles indivíduos com níveis insatisfatórios de alfabetização são mais propensos a realizar transações de alto custo ao contratar empréstimos, utilizar o crédito rotativo do cartão mais frequentemente e contrair dívidas excessivas, muito em função de sua ignorância financeira.

### 2.3.2 Materialismo

Na atual sociedade de consumo, os valores e objetivos materialistas têm se mostrado cada vez mais dominantes (GARÐARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012). Através da “ética do

consumo”, que equaciona a satisfação das necessidades ao consumo e as posses materiais à felicidade, os consumidores são induzidos a comprar cada vez mais e a organizar suas vidas em torno do consumo de bens materiais (WATSON, 2003; HETRICK, 1989 apud SANTOS, FERNANDES, 2011). Como resultado dessa ideologia consumista cada vez mais pessoas colocam a aquisição de bens materiais como propósito central de suas vidas, dedicam tempo considerável para planejar compras futuras e ficam imaginando os resultados positivos oriundos dessa compra (RICHINS, 2011).

Para Burroughs e Rindfleisch (2002), uma das tendências mais marcantes do último século refere-se à evolução do consumo como um meio culturalmente aceito para se buscar felicidade, sucesso e bem-estar subjetivo. Dentro dessa perspectiva, Watson (2003) afirma que os indivíduos adquirem bens não somente para satisfazer suas necessidades de sobrevivência, mas também para obter poder e prestígio social e compensar deficiências individuais como, por exemplo, a baixa autoestima.

Na concepção de Mick (1996), o materialismo representa um valor para o indivíduo através do qual ele define o grau de importância da posse de bens materiais na sua vida. Belk (1985), por sua vez, compreende o materialismo como a importância conferida a posses mundanas. Segundo o autor, à medida que o indivíduo torna-se mais materialista, as posses passam a assumir papel central, tornando-se fonte provedora de satisfação e insatisfação. Richins e Dawson (1992) definiram o materialismo como um valor pessoal de importância à posse e à aquisição de bens materiais no alcance de objetivos de vida ou estados desejados e o dividiram em três partes: centralidade (a posse desempenha um papel central na vida), felicidade (a posse está ligada a sentimentos de bem-estar) e sucesso (a posse determina o grau de sucesso).

Apesar de essas definições divergirem quanto ao fato de o materialismo ser um valor pessoal (MICK, 1996; RICHINS, DAWSON, 1992) ou um traço de personalidade (BELK, 1985), todas refletem o fato de os indivíduos utilizarem o consumo como forma de adquirir mais do que o valor instrumental ou funcional da compra (KILBOURNE; GRÜNHAGEN; FOLEY, 2005). Coletivamente, as definições sugerem que o indivíduo se sente mais capaz pela posse de objetos (SANTOS; FERNANDES, 2011).

A característica que define pessoas altamente materialistas é a crença de que o bem-estar pode ser melhorado através da aquisição e consumo de bens materiais (BURROUGHS; RINDFLEISCH, 2002). Consumidores materialistas, independente de sua condição financeira, valorizam a posse e a consideram um importante instrumento para nortear suas atitudes e ações (RICHINS; DAWSON, 1992). Segundo Santos e Fernandes (2011), as

peças materialistas são identificadas por consumirem mais e por perseguirem em suas compras a aquisição de status. Richins (2011), ao considerar que indivíduos materialistas tendem a julgar a si próprios e aos outros com base nas posses e a estabelecer forte correlação entre o ser e o ter, pressupõe que a aquisição de bens irá transformar o modo como os indivíduos percebem a si próprios e aos outros. Nesse contexto, o materialismo é visualizado como algo negativo, uma vez que sua orientação está voltada ao consumo conspícuo, às posses, à impulsividade, à inveja e a uma relação pouco saudável do consumidor com o mercado (SANTOS; FERNANDES, 2011).

Apesar de boa parte dos estudos não ver o materialismo com bons olhos, enfatizando, dessa forma, seu aspecto negativo, Csikszentmihalyi e Rochberg-Halton (1981) apud Santos e Fernandes (2011) definiram o materialismo sob duas óticas: a instrumental visualizada como o “bom materialismo” e a terminal vista como o “mau materialismo”. Para os autores, o caráter assumido pelo materialismo (positivo ou negativo) está exclusivamente relacionado ao propósito de consumo. Quando a razão é única e exclusivamente a posse em si com a intenção de despertar inveja e servir como símbolo de status, o materialismo é “mau”. Já quando o consumo atua como meio de descoberta e sustentação de valores pessoais e objetivos de vida e como meio de desenvolvimento de laços familiares mais fortes, o materialismo não causa danos e é visto positivamente (SANTOS; FERNANDES, 2011).

Levando em consideração suas consequências, Garðarsdóttir e Dittmar (2012) entendem que junto ao materialismo estão embutidas implicações positivas e negativas percebidas tanto a nível individual quanto a nível social. As implicações positivas pessoais estão atreladas a maior motivação para o trabalho, maior renda e habilidade de aumentar o capital com vistas a melhorar o padrão de vida. Já as implicações negativas estão ligadas ao enfraquecimento das relações interpessoais, redução do bem-estar e da autoestima (GARÐARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012). Do ponto de vista social, as implicações positivas dizem respeito ao crescimento econômico das nações via consumo e os efeitos negativos estão atrelados aos danos ocasionados aos recursos naturais, à poluição e à degradação ambiental (RICHINS; RUDMIN, 1994).

Diversos esforços foram realizados visando desenvolver escalas que pudessem mensurar adequadamente a atitude materialista dos consumidores. Entre as escalas propostas, obtiveram maior respaldo as de Belk (1985) e de Richins e Dawson (1992), sendo que essa última, por sua validade e confiabilidade, vem sendo mais utilizada em trabalhos empíricos.

Entendendo o materialismo como um traço de personalidade, Belk (1985) propôs uma escala multidimensional composta pelos fatores: i) possessividade – tendência do indivíduo

para manter o controle ou a propriedade sobre suas posses – ii) não generosidade – má vontade para emprestar os bens materiais – e, iii) inveja – trabalhada a partir de uma dimensão positiva, associada à motivação para adquirir bens materiais desejados, e uma dimensão negativa, atrelada ao sentimento de desprazer dada a superioridade alheia na obtenção de posses, felicidade e sucesso.

O modelo proposto por Richins e Dawson (1992), o qual está fundamentado em conceitos tanto teóricos quanto populares do termo materialismo, descreve o materialismo como um valor pessoal que guia as escolhas e condutas dos indivíduos em uma variedade de situações, incluindo o consumo. A escala de atitudes materialistas é representada por um construto tridimensional, relacionado aos fatores centralidade, felicidade e sucesso. A centralidade é a indicação da importância que o indivíduo atribui às posses e aquisições, ou seja, o quão central os bens materiais são na vida de uma pessoa. Já a felicidade refere-se ao grau de esperança de que as posses e aquisições trarão satisfação, bem-estar e felicidade. O sucesso, por sua vez, é a tendência dos indivíduos de julgar aos outros e a si próprios pela quantidade e qualidade de suas posses. O valor dos bens deriva de sua capacidade para conferir status e projetar a autoimagem desejada. “Materialistas veem a si próprios e aos outros como bem sucedidos, à medida que possuem bens que projetam a imagem desejada” (RICHINS, RUDMIN, 1994, p. 219).

O estudo de Richins e Dawson (1992), elaborado com a finalidade de rever a construção e mensuração do construto materialismo mediante a realização de análises fatoriais confirmatórias e testes de estatística descritiva, demonstrou que os indivíduos materialistas, se comparados aos não materialistas, desejam maiores níveis de renda, são menos envolvidos com comportamentos altruístas, preferem gastar mais consigo que com os outros, são mais propensos a serem gastadores do que poupadores e apresentam maior disposição para a aquisição de dívidas (RICHINS; RUDMIN, 1994). Buscando explicar o relacionamento entre materialismo e mau uso do crédito, Richins (2011) desenvolveu uma pesquisa qualitativa embasada em entrevistas realizadas com 28 pessoas e em questionários aplicados a 80 indivíduos. O autor verificou que indivíduos materialistas, a fim de adquirir bens, se dispõem a realizar sacrifícios financeiros e a incorrer em dívidas. Além disso, observou-se que os materialistas têm maior probabilidade de apresentar atitudes favoráveis à realização de empréstimos e de realizar uma má gestão ou má utilização do crédito.

Garðarsdóttir e Dittmar (2012) em estudo desenvolvido com vistas a identificar o relacionamento entre o materialismo, a dívida e o bem-estar financeiro observaram, através da aplicação da técnica de modelagem de equações estruturais, que a presença de atitudes

materialistas contribui para o comportamento de consumo compulsivo, reduz as habilidades de gestão dos recursos financeiros e amplia a propensão aos gastos. Em âmbito brasileiro, temos como exemplo o estudo de Ponchio e Aranha (2007) realizado com o objetivo de analisar a influência do materialismo sobre o endividamento. Analisando os dados coletados em uma amostra composta por 450 consumidores de baixa renda da cidade de São Paulo, via modelo de regressão logística, os autores observaram que indivíduos materialistas são mais propensos a utilizar o crédito para adquirir bens materiais. Para Garðarsdóttir e Dittmar (2012), a importância do estudo de Ponchio e Aranha (2007) está em mostrar que indivíduos materialistas, mesmo sendo de baixa renda, dispõem-se a utilizar contratos de crédito caros a fim de obter bens materiais e se aproximar do padrão de vida de indivíduos de classes sociais mais elevadas. Este resultado está em linha com o pensamento defendido por Tatzel (2003). Para o autor, indivíduos materialistas, independente de sua condição econômica, estão interessados em adquirir bens materiais a fim de impressionar os outros e obter poder e prestígio social.

### 2.3.3 Compras compulsivas

A aquisição de bens materiais é um processo normal e rotineiro. Entretanto, em situações específicas, a compra pode ser repentina, não planejada e associada a um forte desejo e sentimento de prazer e excitação. Nesses casos, tem-se um tipo especial de comportamento de compra, denominado compra compulsiva (LEJOYEUX; WEINSTEIN, 2010). Para compradores compulsivos, a falta de controle e a irresistível vontade de comprar faz com que o processo de compra desempenhe papel central levando os indivíduos a dedicar tempo e atenção em demasia para o planejamento de compras futuras, imaginar os resultados dessas compras e realizar, de bom grado, sacrifícios financeiros para adquirir os objetos desejados (O'GUINN, FABER, 1989; RICHINS, 2011).

Embora os estudos seminais sobre esse comportamento remontem ao início do século XX, foi somente no final dos anos de 1980 e na década de 1990 (VALENCE, D'ASTOUS, FORTIER, 1988; O'GUINN, FABER, 1989, FABER, O'GUINN, 1992; EDWARDS, 1993; FABER, CHRISTENSON, 1996) que o interesse pelo seu estudo foi reavivado (BLACK, 2007). Atualmente os estudos envolvendo a temática, caracterizam-se como um fenômeno global, sendo assunto de pesquisa das áreas da psicologia, psicologia econômica e

administração (VELUDO-DE-OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS, 2004). Um comportamento será considerado compulsivo quando resultar de impulsos compelidos e impelidos que ocorrerão repetidas vezes trazendo diversas consequências prejudiciais ao indivíduo (O'GUINN, FABER, 1989; VELUDO-DE-OLIVEIRA, IKEDA, SANTOS, 2004).

A compra compulsiva pode ser compreendida como a tendência do consumidor de preocupar-se com o processo de compra, o que é revelado mediante a realização de compras repetidas e a total ausência de controle sobre o impulso de realizar compras (RIDGWAY; KUKAR-KINNEY; MONROE, 2008). Esta definição está ancorada em uma fundação teórica emergente denominada transtorno do espectro obsessivo-compulsivo, a qual considera que a compra compulsiva apresenta, simultaneamente, distúrbios de controle de impulso e distúrbios de ordem obsessivo-compulsivo (KUKAR-KINNEY; RIDGWAY; MONROE, 2012).

O'Guinn e Faber (1989), por sua vez, compreendem a compra compulsiva como uma resposta a desejos incontroláveis para obter, usar, ou experienciar um sentimento, matéria ou atividade que conduza os indivíduos a se engajarem, repetidamente, em comportamentos que acabarão causando danos a ele próprio e aos outros. Os autores ainda acrescentam que a compra compulsiva refere-se à tendência de comprar de forma repetida e crônica, sendo essa compra visualizada como uma resposta a eventos ou sentimentos negativos. De forma similar, Edwards (1993), conceitua compra compulsiva como uma forma crônica e anormal de obter objetos, caracterizada, no extremo, por um desejo incomensurável, incontrolável e repetitivo de comprar, independente das consequências. O autor afirma, assim como O'Guinn e Faber (1989), que o processo de compra atua como ferramenta para aliviar sentimentos negativos como o stress e a ansiedade.

A compra compulsiva pode ser caracterizada pela preocupação constante com a realização de compras, pela frequente perda de controle sobre o processo de compra e pela aquisição excessiva de itens sem necessidade e utilidade (MULLER et al., 2011). Para Dittmar, Long e Bond (2007), os consumidores compulsivos possuem uma vontade irresistível de comprar sob a qual não têm domínio, levando a continuidade do consumo mesmo após o conhecimento das consequências adversas sobre sua vida pessoal e social e sobre sua situação financeira. Dentro desse escopo, Koram et al. (2006) afirmam que, uma vez que os consumidores tenham perdido sua capacidade para controlar o processo de compra, eles irão comprar coisas que talvez não utilizem, em quantidade superior ao necessário e superior ao permitido por seus recursos financeiros, ocasionando consequências adversas como sofrimento e problemas financeiros.

O comportamento de compra compulsiva, segundo Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004), se manifesta em diferentes níveis de intensidade, o que sugere a existência de uma ampla lacuna entre o comportamento de compra normal, em um extremo e, o comportamento de compra compulsiva, caracterizado pelo excesso e descontrole, em outro extremo (DITTMAR; LONG; BOND, 2007). Sob essa perspectiva, Edwards (1993) afirma que a caracterização do comportamento de compra e gastos pode ser realizada através de um *continuum* com intervalos variando de um comportamento de compra normal (não-compulsivo), avançando para comportamentos de média (recreacional e intermediário) e alta compulsividade (compulsivo clássico) até atingir um estado de consumo doentio (gastadores viciados), no qual a compra é realizada visando benefícios psicológicos.

Valence, D'Astous e Fortier (1988), por sua vez, classificam o comportamento de compra dos consumidores em quatro tipologias: i) reativo emocional, o qual valoriza a simbologia do produto e considera questões emocionais no processo de compra, ii) impulsivo, apresenta desejos súbitos e espontâneos para comprar e encontra-se em um estado de desequilíbrio emocional levando a não consideração das consequências psicológicas e financeiras desse comportamento, iii) fanático, demonstra interesse por um único produto e, iv) comprador compulsivo, utiliza a compra para minimizar a tensão psicológica e as emoções negativas. Para os autores, os compradores compulsivos, muitas vezes, não buscam a posse do bem em si, mas sim, a redução do estado de tensão obtida mediante o processo de compra.

Ainda de acordo com Valence, D'Astous e Fortier (1988), o comportamento de compra compulsiva surge como resultado de um agregado de 3 elementos: uma forte ativação emocional, um alto controle cognitivo e uma alta reatividade. Buscando compreender as motivações para o desencadeamento desse comportamento, os pesquisadores têm estabelecido modelos biopsicossociais que consideram fatores físicos, genéticos, psicológicos, sociais e culturais como determinantes da compra compulsiva (O'GUINN; FABER, 1989). Valence, D'Astous e Fortier (1988) verificaram que o sentimento de ansiedade é fator crítico do surgimento dessa conduta, haja visto que o mesmo provoca ações espontâneas, empurrando o consumidor para a tomada de atitudes que minimizem a tensão e os sentimentos negativos. Além da ansiedade, os autores apontam o ambiente familiar, fatores genéticos, variáveis situacionais, disfunções biológicas e o ambiente sociocultural, composto pela cultura, ambiente comercial e propaganda como responsáveis por engajar os indivíduos em comportamentos de compulsão.

Para Faber e Christenson (1996), o comportamento de compra compulsiva pode tornar-se uma reposta repetitiva para a frequente reincidência de estados emocionais

negativos. Nesse sentido, os autores relatam que a vivência de emoções positivas e a melhora da autoestima durante ou imediatamente após o processo de compra, reforçam o estímulo para os consumidores compulsivos repetirem essa conduta. Similarmente, O'Guinn e Faber (1989) apontam que os benefícios psicológicos derivados do processo de compra em si são o primeiro motivador para o desenvolvimento do comportamento de compra compulsiva. Endossando tal afirmação, Jacobs (1986) apud O'Guinn e Faber (1989) sugere que a fuga temporária dos sentimentos negativos mediante a criação de fantasias de sucesso pessoal e aceitação social oriundas do processo de compra leva o indivíduo a se engajar em comportamentos de compra compulsiva.

Ao investigar as causas e consequências da compra compulsiva em um público de 300 universitários tendo por base a escala de Comportamento de Compra Compulsiva proposta por Faber e O'Guinn (1992) e a realização de análises de correlação e regressão múltipla, Roberts (1998) encontrou quatro fatores como determinantes desse tipo de comportamento: i) influências familiares como a herança genética, a estrutura familiar e a presença de algum comprador compulsivo na família; ii) influências psicológicas, incluindo a baixa autoestima, a percepção de status social e a criação de fantasias de sucesso e aceitação social decorrentes do processo de compra; iii) influências sociológicas, as quais abrangem a propaganda televisiva, a pressão dos colegas/familiares, a frequência de visitas ao shopping, a facilidade de acesso ao cartão de crédito e ao uso desse meio magnético e, por fim, iv) influências demográficas como o gênero, a idade e a condição socioeconômica. O autor verificou ainda que dentre esses fatores, o uso do cartão de crédito e o gênero são os principais determinantes da compra compulsiva.

A constatação da influência do cartão de crédito sobre a compulsividade está em consonância com os resultados obtidos por Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004). Enfatizando o segmento juvenil, os autores conduziram uma investigação com o objetivo de analisar a relação entre compras compulsivas e cartão de crédito. Baseando-se nas escalas propostas por Faber e O'Guinn (1992) e Roberts e Jones (2001), aplicaram um questionário estruturado a uma amostra não probabilística composta por 248 estudantes da cidade de São Paulo e concluíram que aqueles jovens com propensão à compulsividade usam o cartão de crédito de forma mais intensa e possuem maior número de cartões. Muller et al. (2011), por sua vez, investigaram a diferença de compra compulsiva entre estudantes do sexo masculino e do sexo feminino e verificaram, a partir da análise de 410 questionários, que as mulheres são mais propensas a comprar por impulso e a utilizar o processo de compra para regular as emoções e aliviar sensações negativas.

Além das motivações para se engajar em comportamentos de compra compulsiva, os estudos tem buscado relatar as principais consequências decorrentes desse comportamento. Sentimentos de baixa autoestima e baixo autocontrole, depressão, ansiedade e frustração vêm sendo apontados como consequências frequentes (O'GUINN, FABER, 1989; FABER, O'GUINN, 1992, EDWARDS, 1993). O alívio pela redução das emoções negativas, em um primeiro momento, e a elevação da ansiedade e da frustração em um segundo momento são as consequências psicológicas mais comuns relatadas por compradores compulsivos (LEJOYEUX; WEINSTEIN, 2010). De acordo com Kyrius, McQueen e Moulding (2013), a compra compulsiva opera em um ciclo negativo com a depressão. Nesse sentido, o consumo, no curto prazo, tende a aliviar emoções negativas, no entanto, no longo prazo, a falta de satisfação com os objetos adquiridos e as consequências negativas decorrentes da compra compulsiva servem para perpetuar a depressão e a baixa autoestima. Portanto, a compra compulsiva pode ser entendida como uma atividade que produz recompensas de curto prazo e consequências negativas no longo prazo.

Além de consequências psicológicas, problemas financeiros, como o descontrole de gastos e o alto nível de endividamento, e problemas de gestão do crédito, como o uso intenso e irracional do cartão de crédito são relatados como decorrentes da compra compulsiva (O'GUINN, FABER, 1989; ROBERTS, 1998; VELUDO-DE-OLIVEIRA, IKEDA E SANTOS, 2004). O estudo de Roberts e Jones (2001) ratifica a constatação de que o uso do cartão de crédito agrava o problema da compra compulsiva. Destacando o público universitário, os autores conduziram uma investigação com 406 estudantes a fim de avaliar a influência das atitudes frente ao dinheiro sobre a compra compulsiva, utilizando a variável uso do cartão de crédito como moderadora. A partir da realização de uma modelagem de equações estruturais, verificou-se que os consumidores compulsivos tendem a gastar mais, ter algum tipo de dívida e a tomar decisões referentes a compras mais rapidamente quando munidos de um cartão de crédito. Roberts (1998) acrescenta que a presença de comportamentos compulsivos pode conduzir a problemas financeiros, os quais, por sua vez, contribuem para o surgimento de emoções negativas.

#### 2.3.4 Valores do dinheiro

O dinheiro, sendo um meio para obter bens e facilidades e reforçar sentimentos de autoestima, felicidade e bem-estar (ZHANG, 2009), assume papel central na vida moderna, pois abre para o homem a chance de satisfazer suas necessidades físicas e psicológicas (MONTEIRO, PEÑALOZA, PINHEIRO, 2011; TANEJA, 2012). Conforme Moreira (2000), o dinheiro não representa apenas o que ele pode comprar, mas também deriva seu significado das fontes através das quais é obtido e das formas pelas quais é utilizado. Nesse sentido, ele pode ser compreendido como “o mecanismo facilitador que se interpõe entre o homem e seus desejos” (MONTEIRO; PEÑALOZA; PINHEIRO, 2011, p. 6).

Segundo Tang (2010), o dinheiro pode ser visualizado tanto como uma ferramenta quanto como uma droga. As pessoas desejam ter dinheiro, pois o visualizam como uma ferramenta para obter recompensas biológicas que satisfaçam suas necessidades, mas também estão interessados no que o dinheiro pode comprar. Segundo o autor, a utilidade do dinheiro é, metaforicamente, como a utilidade de uma droga. Viciados em drogas exigem continuamente dosagens maiores para manter os níveis em equilíbrio. Seguindo o mesmo raciocínio, indivíduos “viciados” em dinheiro querem possuí-lo cada vez mais com o objetivo de elevar o padrão de vida, consumir mais, adquirir maiores e melhores produtos/serviços de modo a manter o mesmo nível de utilidade do dinheiro (TANG, 2010). Compartilhando da mesma ideia, Macedo, Kolinsky e De Moraes (2011) afirmam que o homem nunca está satisfeito com a quantia de dinheiro que possui, ele continuamente ambiciona quantias maiores. Ainda nesse contexto, Zhang (2009) acrescenta que o dinheiro passou a ser visualizado como uma ferramenta para comprar artigos de luxo a fim de impressionar os outros, ganhar respeito e status, melhorar a reputação e aumentar a autoestima.

Em decorrência da importância ímpar adquirida pelo dinheiro, o qual passou a ser visualizado como “vital” e a interferir nos valores, representações mentais e comportamentos dos indivíduos (FURNHAM, 1984), diversas pesquisas empíricas e teóricas foram desenvolvidas no campo da psicologia, da administração, da economia e da sociologia (TANG, 2010), visando investigar as atitudes, comportamentos e hábitos frente ao dinheiro e, delimitar a estrutura cognitiva desse construto e as variáveis a ele relacionadas (MOREIRA, 2002). Um dos estudos pioneiros acerca das atitudes frente ao dinheiro foi realizado por Yamauchi e Templer (1982). Como principal resultado, os autores identificaram, a partir da aplicação de questionários a 300 voluntários, a presença de 5 atitudes: i) poder-prestígio

ligado ao uso do dinheiro como meio para impressionar e influenciar os outros e como símbolo de sucesso; ii) tempo-de-retenção, refere-se à atitude de planejar cuidadosamente o futuro financeiro; iii) desconfiança, diz respeito à manutenção de atitudes hesitantes e duvidosas quanto ao uso do dinheiro; iv) qualidade, importância atribuída à qualidade dos produtos e, v) ansiedade, visão do dinheiro como fonte de ansiedade e, ao mesmo tempo, como fonte de proteção contra a ansiedade.

Considerando as distintas percepções em torno do dinheiro, Furnham (1984) desenvolveu um instrumento para mensuração das crenças e comportamentos frente ao dinheiro. Tendo por base a aplicação de questionários a 250 indivíduos e a aplicação da técnica de análise fatorial, o autor encontrou 6 crenças: obsessão (indica que os indivíduos são obcecados por dinheiro), poder/gastos (visualização do dinheiro como meio de poder), retenção (atitude de cuidado para com o dinheiro), segurança/conservador (presença de atitudes conservadoras), inadequação (sentimentos como não possuir dinheiro em quantidade suficiente) e, esforço/habilidade (modo como o indivíduo adquire o dinheiro). As habilidades e atitudes monetárias são determinadas, em parte, pelo processo precoce de socialização o que indica, segundo Furnham (1984), a importância das primeiras experiências de aprendizagem monetária e crenças relacionadas.

Uma das pesquisas de maior respaldo acadêmico acerca dos valores e significados do dinheiro foi desenvolvida, em âmbito brasileiro, por Moreira (2000). A autora, partindo de hipóteses fundamentadas pela Teoria dos Valores de Schwartz (1992), avaliou a influência das prioridades individuais de valores sobre o significado que indivíduos de diferentes contextos culturais atribuem ao dinheiro (MOREIRA, 2002). Valores podem ser compreendidos como crenças que expressam as metas ou estados finais desejáveis, transcendendo situações específicas e, indicam os meios apropriados para atingir tais metas, desempenhando, dessa forma, importante papel na realização de avaliações e escolhas (SCHWARTZ, 1992). Sob a perspectiva de Rokeach (1973), valores são crenças duradouras que guiam e determinam atitudes em relação a objetos e situações, ideologias, avaliações, julgamentos e tentativas de influenciar os outros. Ainda segundo Schwartz (1992), os valores são produto tanto de questões culturais quanto de aspectos particulares, os quais refletem diferenças de personalidade, histórico de vida e processo de inserção social.

Moreira (2000), a partir de um rigoroso processo de pesquisa, o qual abrangeu a realização de entrevistas com grupos heterogêneos para definição das categorias de pesquisa, o desenvolvimento, com base na teoria, de um esquema fatorial hipotético e a validação do instrumento, por meio da aplicação de questionários a 1.485 respondentes espalhados pelas 5

regiões geográficas brasileiras, desenvolveu e validou a Escala de Significado do Dinheiro (ESD). O esquema fatorial hipotético, construído com base nas dimensões macro e micro social e nas perspectivas estrutural (encara, racionalmente, o dinheiro dentro das estruturas sociais) e cultural (ênfase nas interpretações simbólicas e não-rationais do dinheiro) identificou duas dimensões opostas: uma dimensão positiva, formada pelos fatores: desenvolvimento sociocultural, prestígio, utilitarismo, estabilidade e prazer e, uma dimensão negativa composta pelos fatores: desigualdade social, dominação, desapego, conflito e preocupação. Tendo por base essas duas dimensões, a autora realizou o processo de validação dos construtos confirmando 9 fatores na Escala de Significado do Dinheiro.

1. Prazer: visão positiva do dinheiro, relacionado às ideias de felicidade e bem-estar psicológico, evidenciando a satisfação e a realização em possuir esse recurso.

2. Poder: dinheiro como fonte de autoridade, prestígio e reconhecimento social, assegurando certos privilégios a quem o possui.

3. Conflito: significado negativo do dinheiro dentro das relações interpessoais, sendo o mesmo visto como causador de desavenças, desconfiança, conflitos e falsidade.

4. Desapego: percepção negativa do dinheiro, que é compensada por comportamentos altruístas, envolvendo tanto pessoas próximas quanto desconhecidas. Necessidade de priorizar valores como a generosidade e a solidariedade em oposição a bens materiais.

5. Sofrimento: visão negativa do dinheiro avaliado em âmbito subjetivo, a qual envolve aspectos de desequilíbrio emocional tais como: angústia, depressão, frustração e impotência.

6. Progresso: concepção positiva do dinheiro como fonte de progresso, confirmando a crença de que ele garante, a nível social, prosperidade e é capaz de construir um mundo melhor.

7. Desigualdade: avaliado em âmbito macroestrutural, o dinheiro é visto como fonte de desigualdade, segregação social e preconceito. O dinheiro como demarcador social, dificultando o acesso de quem não o possui a lugares e pessoas.

8. Cultura: visão positiva do dinheiro como promotor do desenvolvimento cultural, implicando na disposição das pessoas em investir nesse tipo de atividade a fim de favorecer a coletividade.

9. Estabilidade: percepção positiva do dinheiro como fonte de estabilidade e segurança, envolvendo a importância de ter as necessidades básicas asseguradas.

Os resultados da análise fatorial apontaram o valor “poder” como o de maior representatividade, indicando que os indivíduos visualizam o dinheiro como fonte de autoridade, status e prestígio social.

Trindade (2009), tendo por base a Escala de Significado do Dinheiro proposta por Moreira (2000), desenvolveu um estudo com 2.500 mulheres da Mesorregião Centro Ocidental do Rio Grande do Sul e identificou o valor orçamento como o mais significativo, sugerindo que as respondentes associam o dinheiro mais fortemente a aspectos de controle de uso. O fator menos significativo foi preocupação, indicando que as participantes não associam esse valor negativo ao dinheiro.

Visando mensurar os possíveis significados emocionais do dinheiro – segurança, liberdade, poder e amor – Furnham, Wilson e Telford (2012) realizaram uma pesquisa com 409 pessoas de diferentes etnias. Fundamentados na aplicação de um questionário estruturado e na realização de uma análise fatorial, os autores observaram que o dinheiro está mais fortemente associado à questão da segurança e da liberdade, indicando sua atuação como provedor de estabilidade financeira e minimizador da ansiedade e da dependência financeira.

A constatação da existência de distintos significados do dinheiro adverte, segundo Wernimont e Fitzpatrick (1972), que o dinheiro significa diferentes coisas para as pessoas, sendo seu valor diretamente relacionado às experiências de vida e às características sociodemográficas. Dentro dessa perspectiva, Tang (2010) afirma que o dinheiro, embora seja um instrumento homogêneo, neutro e objetivo, é profundamente influenciado pela estrutura cultural e social dos indivíduos.

### 2.3.5 Comportamento de uso do cartão de crédito

O significativo aumento do número de indivíduos usuários do cartão de crédito, só no mercado brasileiro, aproximadamente 146 milhões de pessoas (o que equivale a 77% da população) possuem e utilizam cartão de crédito e, a crescente importância do cartão, seja como meio de pagamento ou ferramenta de crédito, têm contribuído para intensificar a preocupação do mercado e da academia quanto aos comportamentos mantidos pelo indivíduo no uso dessa nova ferramenta (LEE, KWON, 2002; PARK, BURNS, 2005). Na esfera do comportamento do consumidor, o uso do cartão de crédito, se comparado ao uso do dinheiro, estimula os gastos, leva a maior imprudência pelo fato de não exigir o desembolso imediato

de recursos e reforça o problema do comportamento de compra compulsiva (ROBERTS; JONES, 2001). O uso responsável do cartão de crédito, por sua vez, proporciona ao indivíduo um meio conveniente de pagamento, uma ferramenta útil para gestão dos recursos financeiros, obtenção de recursos em situações de emergência e um meio de estabelecer um bom histórico de crédito (KIM, DEVANEY, 2001; BERTAUT, HALIASSOS, 2005; TAN, YEN, LOKE, 2011).

Fundamentados na principal funcionalidade do cartão e nos benefícios pretendidos, Lee e Kwon (2002), sugerem que os usuários de cartão de crédito podem ser segmentados em dois grupos: usuários de conveniência e usuários do rotativo. Enquanto os primeiros tendem a utilizar o cartão como um meio de pagamento, quitando o valor integral da fatura no vencimento e evitando, dessa forma, os encargos financeiros, os segundos utilizam o cartão como um meio de financiamento optando, normalmente, por não quitar o valor integral da fatura e, por esse motivo, incorrendo nos juros sobre o saldo devedor. Compreendendo o uso do cartão de crédito como o nível de responsabilidade na gestão do cartão (ROBERTS; JONES, 2001), pressupõem-se que usuários de conveniência adotem comportamentos mais saudáveis que os usuários do rotativo. Nesse sentido, Robb (2007) sugere que os consumidores devem ser continuamente incentivados a utilizar o cartão de crédito como meio de pagamento, quitando mensalmente o valor integral da fatura. Esse incentivo, segundo o autor, deve ocorrer principalmente por questões econômicas, uma vez que usuários de conveniência, ao manter comportamentos de crédito responsáveis, irão pagar menos do que o custo marginal do crédito para fazer uso do cartão.

Diferentes fatores têm sido apontados pela literatura como determinantes do uso do cartão de crédito. A presença de atitudes favoráveis ao uso do crédito (KIM, DEVANEY, 2001; CHIEN, DEVANEY, 2001; JOO; GRABLE; BAGWELL, 2003), valores materialistas (NORVILITIS et al., 2006), comportamentos de compra compulsiva (VELUDO-DE-OLIVEIRA, IKEDA, SANTOS, 2004; BLACK, 2007), comportamentos financeiros irresponsáveis e baixo nível de conhecimento financeiro (ROBB, 2011; XIAO et al., 2011) estão entre as principais causas para o uso irresponsável do cartão de crédito.

Objetivando analisar se a propensão dos jovens em gastar altas quantias em seus cartões de crédito pode ser considerada uma função das atitudes, da autoeficácia e das normas sociais, Sotiropoulos e D'Astous (2013) desenvolveram uma pesquisa quantitativa junto a 225 jovens adultos. Tendo por base a realização de uma modelagem de equações estruturais, os autores verificaram que a autoeficácia exerce um efeito negativo sobre a propensão dos jovens utilizar o cartão de forma irresponsável, dando a entender que o grau em que se acredita que é

possível resistir à vontade de realizar gastos excessivo, conduz a uma redução da propensão em fazê-lo. As normas sociais, por sua vez, exercem um efeito positivo, dando a entender que se o jovem perceber que pessoas de seu círculo social mantêm atitudes e comportamentos consistentes com o uso irresponsável do cartão de crédito, ele também estará mais propenso ao uso irresponsável do cartão (SOTIROPOULOS; D'ASTOUS, 2013).

Enfatizando o público de média idade, Lee e Kwon (2002) investigaram, por meio da realização de entrevistas, 4.309 cidadãos americanos com o objetivo de identificar as características sociodemográficas determinantes do uso do cartão de crédito. Fundamentados na classificação proposta por Lee e Hogarth (1999) e na análise de regressão logística multinomial, os autores observaram que indivíduos negros, com menor nível de renda e escolaridade, maior faixa etária, baixo limite de crédito na conta bancária, maior nível de endividamento, histórico de crédito ruim e atitudes favoráveis frente ao uso do cartão são mais propensos a ser usuários do rotativo, ou seja, utilizar o cartão como instrumento de financiamento.

Tan, Yen e Loke (2011) buscaram avaliar o perfil sociodemográfico dos usuários de cartão de crédito. Em uma pesquisa de caráter quantitativo baseada na aplicação de questionários, os autores investigaram 938 cidadãos da Malásia e observaram, a partir da realização de uma regressão *Tobit*, que indivíduos mais velhos, com nível de renda variando de médio a alto, bom nível de escolaridade e que já possuem algum tipo de empréstimo são mais propensos a possuir pelo menos um cartão de crédito. Como o cartão provê facilidades de obtenção de crédito, os sujeitos que já possuem algum compromisso financeiro utilizam esse meio magnético para minimizar suas necessidades financeiras (TAN; YEN; LOKE, 2011). Investigando, igualmente, a população da Malásia, os pesquisadores Teoh, Chong e Yong (2013) visaram explorar os fatores que afetam o comportamento de gasto de usuários de cartão de crédito. Através da realização de uma pesquisa *cross-section* administrada com 150 usuários de cartão, concluiu-se que indivíduos mais velhos, casados e com maior nível de renda tendem a gastar de forma mais descontrolada no cartão de crédito. Além disso, observou-se que indivíduos com atitudes positivas frente ao dinheiro, mais especificamente, vontade para pagar as contas e conscientização sobre o valor das dívidas tendem a apresentar comportamentos mais responsáveis na hora de utilizar o cartão.

Shefrin e Nicols (2014) desenvolveram duas pesquisas *survey*, uma em maio de 2009 com um público de 1.047 norte-americanos e outra em junho de 2009 com a participação de 4.026 norte-americanos, objetivando elucidar características e padrões de comportamento de portadores de cartão de crédito no que se refere aos objetivos financeiros, à espontaneidade do

comportamento de compra, ao controle dos impulsos e a confiança demonstrada na gestão das finanças pessoais e domésticas. De modo geral, os autores observaram que os indivíduos pesquisados mantêm bons comportamentos de gestão financeira e creditícia, além de demonstrarem autocontrole e habilidade de gerenciar a vida financeira. Especificamente, em relação ao uso do cartão de crédito, verificou-se que a maior parcela dos pesquisados costuma i) ter somente 1 (um) cartão de crédito, ii) pagar sempre ou frequentemente o valor integral da fatura e, iii) utilizar o cartão somente para despesas emergenciais ou a realização de grandes compras. Utilizando testes de diferença de média, os autores ainda verificaram que indivíduos idosos (65 anos ou mais), de classe social média e com alto nível de escolaridade apresentam melhores comportamentos de gerenciamento do uso do cartão de crédito.

Além de seus determinantes, os estudos tem buscado relatar as principais consequências decorrentes da má utilização ou má gestão do cartão. Problemas de ordem financeira, como a maior propensão ao endividamento (LEE, KWON, 2002; NORVILITIS, SZABLICKI, WILSON, 2003) e o risco de falência (ROBERTS; JONES, 2001), problemas de ordem comportamental, como o agravamento do comportamento de compra compulsiva (ROBERTS, JONES 2001; PARK, BURNS, 2005; JOJI, RAVEENDRAN, 2008; NORUM, 2008) e problemas de ordem psicológica, como a redução do nível de bem-estar e a depressão (NORVILITIS et al., 2006) vem sendo apontados como consequências diretas da má gestão do cartão de crédito.

Segundo Lie et al. (2010), a experiência pessoal com o cartão de crédito cria associações positivas com o consumo de bens extinguindo possíveis associações negativas preexistentes e levando ao aumento dos gastos. Além disso, se considerado o efeito orçamento, os titulares de cartão de crédito tendem a esquecer ou subestimar o preço dos bens, o valor total gasto durante as atividades de compra, levando ao problema do consumo excessivo (DURKIN, 2000), ao aumento das despesas e, provavelmente, ao endividamento (TEOH, HONG, YONG, 2013). Para Pirog e Roberts (2007), usuários de cartão de crédito irresponsáveis são mais propensos a apresentar comportamentos de compulsividade, materialismo, instabilidade e introversão.

### 2.3.6 Bem-estar financeiro

O crédito ao consumidor é considerado um recurso de gerenciamento financeiro que pode contribuir para o desenvolvimento de sentimentos de bem-estar financeiro, se o mesmo for conscientemente utilizado (LOWN; JU, 1992). Segundo os autores, a habilidade dos indivíduos em gerenciar efetivamente seus recursos é fator crítico para a satisfação financeira, a qual, por sua vez, atua como fator determinante da satisfação do indivíduo com a vida de modo geral (PLAGNOL, 2011). O bem-estar financeiro pessoal é um conceito complexo com múltiplas dimensões distribuídas ao longo de um *continuum* (PRAWITZ et al., 2006; RUTHERFORD, FOX, 2010). Para Joo (2008), o bem-estar financeiro refere-se a um estado financeiro saudável, feliz e livre de preocupações fundamentado em uma avaliação subjetiva a respeito da situação financeira. Seguindo o mesmo raciocínio, Joo e Grable (2003), definem o bem-estar financeiro como um estado ativo da saúde financeira evidenciado pelo baixo nível de endividamento e pela presença de um bom planejamento de gastos e de investimentos. Ainda segundo Xiao, Sorhaindo e Garman (2006), o bem-estar financeiro refere-se ao grau de segurança e adequação financeira apresentado pelos indivíduos. Baseando-se em uma perspectiva distinta, Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003) o entendem como o grau de preocupação do indivíduo com sua situação financeira atual e futura.

O bem-estar financeiro pode ser mensurado tanto por medidas objetivas como a renda quanto por medidas subjetivas como a avaliação a respeito da situação das finanças pessoais (XIAO; SORHAINDO; GARMAN, 2006). Muitos estudos tem utilizado a satisfação geral com a situação financeira como *proxy* para a mensuração do nível de bem-estar financeiro (MALONE et al., 2010).

Valendo-se de um índice de satisfação financeira, Lown e Ju (1992) encontraram três grupos de fatores como determinantes do bem-estar financeiro, i) características socioeconômicas, as quais abrangeram faixa etária, nível de escolaridade, renda e poupança, ii) atitudes em relação ao crédito, englobando o sentimento de conforto perante as obrigações creditícias e, iii) práticas em relação ao crédito, que envolveu o nível de preocupação com o cumprimento das obrigações e a porcentagem da renda mensal gasta com o pagamento do cartão de crédito. Dos fatores encontrados, o nível de preocupação com o cumprimento das obrigações creditícias destacou-se como o de maior relevância para a explicação da satisfação financeira, o que demonstra a importância da avaliação das atitudes subjetivas quanto ao uso do crédito para uma compreensão mais fidedigna do bem-estar financeiro. Além disso, os

autores verificaram que indivíduos mais velhos, poupadores ativos, com maior nível de escolaridade e renda são mais satisfeitos financeiramente, se comparados aos demais.

Visando investigar os fatores determinantes do bem-estar financeiro, Sumarwan (1990) realizou uma pesquisa com 297 indivíduos utilizando como base um questionário estruturado. Os resultados auferidos através da análise de dados univariada, bivariada e multivariada sugerem que os indivíduos financeiramente satisfeitos tendem a ser mais velhos, possuir maior nível de renda, maior número de cartões de crédito, receber proventos de diferentes fontes, ser poupador ativo, possuir baixo nível de endividamento e saber gerenciar os recursos e planejar os gastos adequadamente.

Buscando desenvolver um modelo conceitual para o bem-estar financeiro de jovens adultos, Shim et al. (2009), em pesquisa realizada com 781 universitários, verificaram, a partir da efetivação de uma modelagem de equações estruturais, que as variáveis controle financeiro percebido, importância dos pais para a socialização financeira e endividamento atuam como determinantes do bem-estar financeiro, enquanto que os sentimentos de satisfação geral com a vida, sucesso acadêmico e bem-estar físico e psicológico são suas consequências diretas. Nesse sentido, O'Neill et al. (2005) sugerem que as pessoas financeiramente seguras sentem-se mais felizes e satisfeitas.

Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003) e Norvilitis et al. (2006) investigando os fatores associados à dívida no cartão de crédito de estudantes universitários observaram que o nível de endividamento exerce influência direta sobre o bem-estar financeiro, o que reporta a necessidade de os indivíduos planejarem adequadamente o uso do crédito de modo a não contraírem dívidas, dado que as mesmas diminuem a sensação de satisfação com as finanças pessoais. Plagnol (2011) afirma que a satisfação financeira está associada a circunstâncias financeiras objetivas, tais como a renda e a riqueza e, a circunstâncias financeiras subjetivas, como a percepção das necessidades financeiras, a qual irá refletir no nível de endividamento contraído para sanar tais necessidades. Considerando que o endividamento ocasiona problemas emocionais, quanto mais o indivíduo se endividar, menor será a percepção de bem-estar financeiro (PLAGNOL, 2011).

O bem-estar financeiro, segundo Kim, Garman e Sorhaindo (2003) é uma função das características individuais, do comportamento financeiro e dos eventos financeiros estressores. Xiao, Sorhaindo e Garman (2006), em pesquisa desenvolvida com 3.121 indivíduos em dificuldade financeira com vistas a analisar os fatores associados ao comportamento financeiro corroboraram tal constatação. A aplicação de um instrumento de pesquisa composto por 32 questões de finanças pessoais ponderadas mediante a análise de

regressão múltipla permitiu aos autores constatar que o nível de bem-estar financeiro pode ser melhorado se forem adotados comportamentos financeiros positivos tais como o ingresso em um programa de poupança, o desenvolvimento de um planejamento financeiro e a redução do nível de endividamento. Legitimando tais achados, Chan, Chan e Chau (2012), em estudo que buscou examinar o relacionamento entre as atitudes em relação ao dinheiro, as práticas de gestão financeira e o bem-estar financeiro em um público formado por 802 estudantes universitários, verificaram que a adoção de boas práticas financeiras amplia a sensação de bem-estar financeiro.

### 2.3.7 Emoções

As emoções são encaradas como um elemento essencial na vida e experiência humana, sendo consideradas fundamentais para a compreensão do comportamento e funcionamento dos seres humanos, uma vez que preparam respostas comportamentais necessárias, harmonizam a tomada de decisões e facilitam as relações interpessoais (DIAS; CRUZ; FONSECA, 2010). Inclusive no campo das finanças, a importância e a influência das emoções para o processo de tomada de decisões financeiras já foi confirmada ao ser constatado que os indivíduos possuem uma racionalidade limitada, tendo suas escolhas fortemente influenciadas por aspectos cognitivos e por motivações externas (MACEDO, 2003; BAZERMAN, 2004; MOSCA, 2009).

Segundo Roazzi et al. (2011), as emoções devem ser compreendidas como um fenômeno complexo e multifacetado que envolvem o organismo como um todo e implicam recursos psicológicos, interpessoais, sociais e culturais. Segundo os autores, tal complexidade ocorre devido às mudanças no modo como as emoções são expressas à medida que o indivíduo avança no seu processo de desenvolvimento, a existência de diferentes contextos sócio-culturais, ao momento histórico no qual o indivíduo está inserido, as diferentes significações atribuídas pelo sujeito às emoções e ao modo como as mesmas são vivenciadas. As emoções são modos episódicos de engajamento avaliativo a respeito do mundo social e prático (PARKINSON, 2008). Para o autor, agir emocionalmente implica tomar uma postura afetiva em relação a algum objeto social, físico ou abstrato.

Tendo isso em mente, Harris (1996) apud Roazzi et al. (2011) classifica as emoções em simples e complexas tomando por base a existência ou não de expressões faciais

facilmente reconhecíveis. As emoções simples seriam aquelas como a raiva, o medo, a tristeza e a alegria facilmente reconhecidos nas expressões faciais. As emoções complexas, por sua vez, seriam aquelas como a vergonha, o orgulho e a culpa que não possuem uma figura facial ou expressão corporal facilmente identificável. Ainda segundo o autor, tanto as emoções simples quanto as complexas podem ser i) positivas, oriundas de situações agradáveis, ii) negativas, provenientes de circunstâncias desagradáveis e, iii) mistas, oriundas de situações geradoras de sentimentos ambivalentes (sentimentos positivos e negativos simultaneamente).

Damasio (2004) apud Roazzi et al. (2011), por sua vez, classifica as emoções em três categorias: emoções de fundo, emoções primárias e emoções sociais. As emoções de fundo são aquelas facilmente reconhecidas em diferentes contextos, como, por exemplo, a apatia. As emoções primárias ou universais, por sua vez, referem-se aquelas facilmente identificáveis como a raiva, a tristeza, a surpresa, a felicidade. Já as emoções sociais ou secundárias são aquelas influenciadas pela sociedade e pela cultura como, por exemplo, a vergonha, a culpa, a simpatia.

Compreendidos os principais tipos de emoções, torna-se necessário conhecer as diferentes reações emocionais apresentadas pelos indivíduos. Para Lewis (2004) tais reações são desencadeadas por estímulos externos e internos capazes de provocar mudanças no estado do organismo. É a influência desses estímulos que faz com que os indivíduos, em muitas ocasiões, tenham reações emocionais que divergem da razão e da lógica. Para Baker e Nofsinger (2002), quanto mais complexa e incerta a situação, mais as emoções irão influenciar no processo decisório e mais incertas serão as reações emocionais oriundas dessa situação. Quelch e Jocz (2007) verificaram que o consumo de bens materiais afeta emocional e fisicamente os indivíduos podendo provocar emoções positivas como a alegria e a satisfação ou emoções negativas como a tristeza. A reação emocional desencadeada pela vivência dessa situação está condicionada a questões internas do indivíduo e também ao tipo de influência exercido pelo ambiente.

Após conhecer mais detalhadamente alguns dos determinantes da propensão à dívida no cartão de crédito, apresenta-se uma figura resumo (Figura 5) considerando os aspectos demográficos, econômicos e comportamentais elucidados pela literatura como antecedentes do endividamento.

<b>Aspectos variáveis</b>	<b>Referência</b>
Gênero	Lyons (2004), Baek e Hong (2004), Lyons (2007), Keese (2010), Berg et al. (2010), Wang, Lu e Malhotra (2011), Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012)
Idade	Livingstone e Lunt (1992), Chien e Devaney (2001), Norvilitis et al. (2006), Berg et al. (2010), Keese (2010), Worthy, Jonkman e Blinn-Pike (2010), Tan, Yen e Loke (2011)
Renda	Kim e DeVaney (2001), Lyons (2007), Shim et al. (2009), Keese (2010), Tan, Yen e Loke (2011)
Escolaridade	Baek e Hong (2004), Kim e DeVaney (2001), Chien e Devaney (2001), Keese (2010), Tan, Yen e Loke (2011)
Estado civil	Chien e Devaney (2001), Lyons (2004), Lyons (2007), Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012)
Composição familiar	Chien e Devaney (2001), Baek e Hong (2004), Bertaut e Haliassos (2005), Keese (2010), Tan, Yen e Loke (2011)
Ocupação	Chien e Devaney (2001), Baek e Hong (2004), Keese (2010)
Raça	Lyons (2004), Baek e Hong (2004), Bertaut e Haliassos (2005), Lyons (2007)
Ascendência	Lyons (2007), Tan, Yen e Loke (2011)
Padrões de gastos	Baek e Hong (2004)
Número de cartões de crédito	Kim e DeVaney (2001), Baek e Hong (2004), Norvilitis et al. (2006), Dynan e Kohn (2007), Wang, Lu e Malhotra (2011), Tan, Yen e Loke (2011), Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012), Hancock, Jorgensen e Swanson (2013)
Limite do cartão de crédito	Kim e DeVaney (2001), Wang, Lu e Malhotra (2011)
Taxa de juros do cartão de crédito	Kim e DeVaney (2001)
Conhecimento da taxa de juros	Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012)
Materialismo	Watson (2003), Bernthal, Crockett e Rose (2005), Phau e Woo (2008), Richins (2011), Pirog e Roberts (2007), Garðarsdóttir e Dittmar (2012)
Atitude frente ao crédito	Roberts e Jones (2001), Livingstone e Lunt (1992)
Alfabetização financeira	Wang, Lu e Malhotra (2011), Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012), Norvilitis et al. (2006), Lusardi e Tufano (2009) e Disney e Gathergood (2011), Anderloni e Vandone (2010), Shim et al. (2009), Hilgert et al. (2003), Hung et al. (2009), Robb e Woodyard (2011), Xiao et al. (2011), Robb (2011), Sohn et al. (2012)
Valores do dinheiro	Roberts e Jones (2001), Livingstone e Lunt (1992), Karabati e Cemalcilar (2010)
Uso do cartão de crédito	Lyons (2004), Roberts e Jones (2001), Norvilitis et al. (2006), Grable e Joo (2006), Norvilitis e Maclean (2010), Xiao et al. (2011), Teoh, Chong e Yong (2013), Sotiropoulos e D'Astous (2013), Shefrin e Nicols (2014)
Risco de má gestão do cartão de crédito	Xiao et al. (2011)
Consumo compulsivo	Norvilitis et al. (2006), Wang e Xiao (2009), Black (2007), Veludo-De-Oliveira, Ikeda e Santos (2004), Roberts e Jones (2001), Kyrius, McQueen e Moulding (2013),
Status socioeconômico dos pais	Xiao et al. (2011)
Autoestima	Norvilitis et al. (2006)
Influências dos pais	Norvilitis e Maclean (2010)
Endividamento prévio	Baek e Hong (2004), Tan, Yen e Loke (2011)

continua

Stress financeiro	Grable e Joo (2006), Keese e Schmitz (2010)
Stress em geral	Keese e Schmitz (2010)
Emoções	Nelson et al. (2008), Berg et al. (2010), Sevim, Temizel e Sayilir (2012), Berg et al. (2010)
Angústia	Keese e Schmitz (2010)
Bem-estar financeiro	Norvilits, Szablicki e Wilson (2003), Norvilits et al (2006), Keese, Schmitz (2010), Sevim, Temizel e Sayilir (2012)
Depressão	Keese e Schmitz (2010)
Exclusão financeira e marginalização social	Ferreira (2006)

Figura 5 – Fatores associados à dívida no cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelo autor.

## **3 DESENVOLVIMENTO DO MODELO TEÓRICO**

Inicialmente procedeu-se à construção do modelo teórico apresentando os construtos e as hipóteses referentes aos aspectos comportamentais. Nesse sentido, o estudo apresenta nove construtos: conhecimento financeiro, atitude financeira, comportamento financeiro (fatores estes utilizados na mensuração da alfabetização financeira), comportamento de uso do cartão de crédito, materialismo, compras compulsivas, valores do dinheiro, bem-estar financeiro e emoções os quais foram relacionados ao construto dívida no cartão de crédito e, dezanove hipóteses elaboradas com base na literatura financeira e comportamental. Na sequência abordou-se a influência dos aspectos demográficos, culturais e das características do cartão de crédito sobre a dívida no cartão de crédito.

### **3.1 Modelo teórico**

#### **3.1.1 Alfabetização financeira**

O primeiro construto a ser investigado refere-se à alfabetização financeira, a qual pode ser entendida como uma combinação de conhecimentos, habilidades, atitudes e comportamentos necessários para a tomada de decisão e o alcance do bem-estar financeiro (OECD, 2011). Nesse estudo, seguindo modelo adotado por Jorgensen e Savla (2010), a alfabetização financeira é a relação entre os conceitos de conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro.

Chen e Volpe (1998), em pesquisa desenvolvida com estudantes universitários visando investigar seu nível de conhecimento financeiro mediante a realização de análises descritivas, constataram que aqueles estudantes com menor conhecimento tendem a apresentar uma opinião negativa sobre as finanças e a tomar decisões menos acertadas e equilibradas. Os autores ainda descobriram que ter um nível baixo de conhecimento financeiro limita a capacidade de tomar decisões informadas. Segundo Shim et al. (2009), indivíduos que demonstram atitudes financeiras responsáveis em relação à gestão financeira, são mais

predispostos a estabelecer e cumprir um plano de gastos mensal e a se envolver em comportamentos financeiros positivos.

Hilgert et al. (2003) ratificam a relação positiva entre conhecimento financeiro e atitude financeira e entre conhecimento e comportamento financeiro. Embasados na realização de uma entrevista focada no questionamento de experiências, comportamentos e conhecimentos financeiros, os autores investigaram, aleatoriamente, 1.004 chefes de família e descobriram mediante a aplicação de testes de estatística descritiva que indivíduos com maiores níveis de conhecimento e experiência financeira são mais propensos a se engajar em uma série de práticas financeiras recomendadas. A fim de se tornar um cidadão financeiro melhor os indivíduos tem a necessidade de acesso a instrumentos e serviços financeiros tanto quanto a necessidade de desenvolver conhecimentos e habilidades financeiras (SOHN et al., 2012).

Robb e Woodyard (2011) desenvolveram uma pesquisa com o objetivo de examinar o relacionamento entre o conhecimento financeiro pessoal e a satisfação financeira. Tomando por base os dados coletados pela *Financial Industry Regulatory Authority's (FINRA)* em uma amostra de 1.488 indivíduos, os autores verificaram, utilizando uma análise de regressão múltipla, que a presença de fortes correlações entre o conhecimento objetivo e subjetivo e o comportamento financeiro global, indicando que o envolvimento em comportamentos responsáveis está positivamente associado ao conhecimento financeiro. Ainda nesse contexto, Xiao et al. (2011) desenvolveram um estudo objetivando conhecer as causas e consequências do comportamento de risco de crédito em um público de 1.248 estudantes universitários. Ancorados na aplicação de um questionário estruturado e na realização de uma modelagem de equações estruturais, os autores concluíram que o conhecimento tende a influenciar positivamente o comportamento de crédito, sobretudo, quando esse conhecimento é internalizado e incorporado via atitudes financeiras positivas e desenvolvimento de um maior senso de controle. Tomando por base esses estudos, elaboraram-se as hipóteses abaixo elencadas.

HIPÓTESE 1: O CONHECIMENTO FINANCEIRO impacta positivamente no COMPORTAMENTO FINANCEIRO.

HIPÓTESE 2: A ATITUDE FINANCEIRA impacta positivamente no COMPORTAMENTO FINANCEIRO.

HIPÓTESE 3: O CONHECIMENTO FINANCEIRO impacta positivamente na ATITUDE FINANCEIRA.

Para Lyons (2007), indivíduos inexperientes ou com conhecimentos financeiros limitados podem não entender conceitos financeiros básicos como, por exemplo, o efeito cumulativo da taxa de juros sobre a dívida no cartão de crédito, aumentando o risco de problemas financeiros.

Lea, Webley e Walker (1995), em pesquisa realizada com 583 indivíduos na Inglaterra, concluíram, a partir da aplicação de questionários e da realização de testes descritivos e de análise multivariada, que pessoas endividadas apresentam menor habilidade de gerenciamento dos recursos e um horizonte de planejamento mais curto se comparado a pessoas não endividadas. Robb (2011) desenvolveu um estudo com 1.354 estudantes de universidades do sudoeste norte-americano com vistas a investigar a relação entre conhecimento financeiro e comportamento de uso do cartão de crédito. Mediante a realização de testes de estatística descritiva e de análise de regressão múltipla, o autor observou que indivíduos com bom nível de conhecimento apresentam comportamentos mais responsáveis no uso do cartão de crédito. Mais especificamente, indivíduos com tais características tendem a utilizar, com menor frequência, o limite máximo do cartão, são menos propensos a pagar apenas a fatura mínima e pedir um adiantamento de crédito e ainda revelam-se menos propensos a endividar-se, se comparados a indivíduos com menor grau de conhecimento.

Nesse sentido, Lusardi e Tufano (2009), Shim et al. (2010) e Disney e Gahtergood (2011) afirmam que o conhecimento financeiro desempenha um importante papel na redução de problemas de gestão financeira no uso do cartão de crédito. Fundamentados em tais estudos, espera-se que maiores níveis de conhecimento financeiro propiciem comportamentos responsáveis no uso do cartão e, por consequência, levem a um menor risco de endividamento.

**HIPÓTESE 4: O CONHECIMENTO FINANCEIRO impacta positivamente no USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO.**

**HIPÓTESE 5: O CONHECIMENTO FINANCEIRO impacta negativamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.**

Além da importância do conhecimento para o melhor gerenciamento das finanças pessoais, pesquisadores tem concordado que a presença de atitudes e comportamentos financeiros positivos propicia uma melhor gestão do dinheiro e do crédito levando a redução da probabilidade de contrair dívidas no cartão de crédito. Em uma pesquisa quali-quantitativa realizada com o objetivo de mensurar a oferta e a demanda de informações sobre finanças

personais mediante a aplicação de questionários a 590 estudantes, Matta (2007) concluiu que indivíduos com bons comportamentos financeiros apresentam um melhor controle dos gastos, estabelecem e cumprem metas financeiras, gerenciam adequadamente o crédito e possuem planos de investimento e poupança. Práticas saudáveis de gestão financeira, como a elaboração de orçamentos, o pagamento em dia dos compromissos financeiros, o ato de poupar e a gestão do gasto no cartão de crédito ajudam os indivíduos a manter o controle sobre suas receitas e despesas a fim de melhorar a situação das finanças pessoais (PHAM; YAP; DOWLING, 2012).

Em um estudo realizado com 1.242 estudantes universitários visando investigar as causas e as consequências do comportamento de risco de crédito, Xiao et al. (2011), encontraram, a partir da realização de uma modelagem de equações estruturais, que a presença de atitudes e comportamentos financeiros satisfatórios influencia negativamente o comportamento de risco de má gestão do cartão de crédito. Dito de outra maneira, a adoção de uma boa conduta financeira leva ao uso responsável do cartão minimizando possíveis problemas de má administração. Boas práticas de gestão financeira são recomendadas, por consultores financeiros, como um caminho para romper, definitivamente, o ciclo de gastos excessivos e a consequente dívida (PHAM; YAP; DOWLING, 2012). A partir dessa breve revisão de literatura, espera-se que a presença de atitudes e comportamentos financeiros saudáveis conduza a comportamentos responsáveis no uso do cartão de crédito e reduza, conseqüentemente, a probabilidade de endividamento, conforme hipóteses apresentadas a seguir:

HIPÓTESE 6: A ATITUDE FINANCEIRA impacta positivamente no USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO.

HIPÓTESE 7: A ATITUDE FINANCEIRA impacta negativamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.

HIPÓTESE 8: O COMPORTAMENTO FINANCEIRO impacta positivamente no USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO.

HIPÓTESE 9: O COMPORTAMENTO FINANCEIRO impacta negativamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.

### 3.1.2 Materialismo

O segundo construto a ser considerado no modelo foi o materialismo, o qual é definido por Richins e Dawson (1992) como a importância atribuída pelo indivíduo à posse e à aquisição de bens materiais no alcance dos principais objetivos da vida. Indivíduos altamente materialistas acreditam que a aquisição e a posse de bens materiais representam o objetivo central da vida, são um indicador de sucesso e status social e a chave para a felicidade (RICHINS, 2004).

Diferentes estudos têm buscado avaliar como o materialismo impacta no uso do cartão de crédito e no nível de dívida. Segundo Phau e Woo (2008), a capacidade do cartão de crédito de possibilitar a aquisição de prestígio e status atrelada ao benefício de “comprar agora, pagar depois” alardeada pela indústria de cartões tem gerado nos consumidores uma percepção de conveniência, aceitação social e facilidade de acesso, os quais têm estimulado o gasto através do aumento da demanda por cartões de crédito. A acessibilidade do cartão de crédito, conforme Richins (2011), pode ser prejudicial aos materialistas, uma vez que o mesmo oferece-lhes um meio para alcançar seus objetivos de consumo, no entanto, não um meio real e sim um meio artificial, porque não é suportado com recursos auferidos pelo indivíduo. Portanto, o desejo de alcançar status social através de bens materiais atrelado à facilidade de obtenção de recursos, via cartão de crédito, pode facilmente fascinar o indivíduo pela compra, levando-o a gastar mais e, provavelmente, a utilizar indevidamente o cartão de crédito incorrendo em dívidas (PIROG; ROBERTS, 2007). Ainda segundo Richins (2011), o crescente uso do cartão se dá em virtude da relação significativa entre o materialismo e a atitude positiva em relação a empréstimos e o uso excessivo do crédito.

Ao investigar a relação entre materialismo, tendências de gasto e dívida de 322 indivíduos norte-americanos, via teste de hipóteses, Watson (2003) encontrou como resultado que quanto mais materialista for o indivíduo maior a tendência de ele se auto classificar como gastador, utilizar o crediário, manter atitudes positivas frente à dívida e realizar empréstimos para comprar produtos de luxo. Resultado similar foi encontrado por Garðarsdóttir e Dittmar (2012) em estudo desenvolvido com vistas a investigar a relação existente entre o materialismo, a dívida e o bem-estar financeiro. Tendo por base a Escala dos Valores Materialistas desenvolvida por Richins e Dawson (1992) e a técnica de Modelagem de Equações Estruturais, os autores constataram que o materialismo atua como determinante da propensão ao endividamento e que indivíduos mais materialistas tendem a ter uma atitude

mais positiva em relação à dívida que indivíduos não materialistas. No contexto brasileiro, destacam-se os estudos de Ponchio (2006) e Trindade (2009). Ambos concluíram que pessoas materialistas apresentam atitudes mais favoráveis ao uso do crédito e maior propensão ao endividamento.

Indivíduos altamente materialistas, conforme Richins e Dawson (1992), tomam como referência indivíduos de nível socioeconômico superior fazendo com que os mesmos, a fim de acompanhar as demandas de consumo, sejam mais propensos a exibir comportamentos favoráveis à contratação de dívidas. Averiguando, especificamente, a dívida no cartão de crédito, Norvilits et al. (2006), em estudo realizado com 448 estudantes embasado em um questionário estruturado e na análise de regressão múltipla, constataram que indivíduos materialistas tendem a apresentar um maior índice de utilização do cartão de crédito, o qual pode, por sua vez, elevar a propensão ao endividamento. Com base em tais estudos, espera-se que o materialismo esteja negativamente relacionado ao uso responsável do cartão e positivamente relacionado à dívida no cartão de crédito. Em outras palavras, espera-se que quanto maior o nível de materialismo, menos responsáveis serão os indivíduos na hora de utilizar o cartão e maior a propensão à dívida. A partir dessa perspectiva têm-se as hipóteses 10 e 11 do estudo:

**HIPÓTESE 10: O MATERIALISMO impacta negativamente no USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO.**

**HIPÓTESE 11: O MATERIALISMO impacta positivamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.**

O materialismo também vem sendo relacionado com o fator compras compulsivas que é entendido como um transtorno psiquiátrico no qual os indivíduos perdem o controle sobre seu comportamento de compra continuando a comprar excessivamente apesar das consequências adversas (DITTMAR, 2004). Os compradores compulsivos, considerados mais emotivos e, particularmente, mais propensos a experimentar emoções negativas, tendem a subscrever valores materialistas de tal forma que a sua identidade e autoestima tornam-se dependentes da quantidade e do tipo de bens materiais possuídos. Dentro dessa perspectiva, os indivíduos materialistas que acreditam possuir baixa autoestima e não ter encontrado sua identidade pessoal ideal, seriam mais propensos a exibir comportamentos de compra compulsiva, como forma de minimizar os sentimentos negativos e encontrar maior bem-estar pessoal (DITTMAR, 2004).

Consistente com a teoria de Dittmar (2004), diversos estudos (DITTMAR, 2005; ROSE, 2007; JOJI, RAVEENDRAN, 2008; GARÐARSDÓTTIR, DITTMAR, 2012) tem verificado a existência de uma relação entre materialismo e compras compulsivas. Por exemplo, Rose (2007), em pesquisa realizada com o objetivo de verificar o relacionamento entre o comportamento materialista e o comportamento de compra compulsiva, verificou, por meio da aplicação de questionários a 238 estudantes e da realização de testes de estatística descritiva, que o materialismo é responsável por explicar 29% da variância do comportamento de compra compulsiva. Da mesma forma, Dittmar (2005), Joji e Raveendran (2008), Garðarsdóttir e Dittmar (2012) constataram que o materialismo está positivamente relacionado ao comportamento de compra compulsiva, dando a entender que quanto maior o nível de materialismo, maior a chance de o indivíduo ser um comprador compulsivo. A associação entre materialismo e compras compulsivas foi ainda apoiada por pesquisas que mostraram que a maior frequência de atitudes favoráveis ao gasto e ao consumo é encontrada em indivíduos com fortes valores materialistas (RICHINS, 1994; RINDFLEISCH, BURROUGHS, WATSON, 2003). Nesse sentido, espera-se encontrar uma relação positiva entre materialismo e compras compulsivas.

**HIPÓTESE 12: O MATERIALISMO impacta positivamente nas COMPRAS COMPULSIVAS.**

### 3.1.3 Compras compulsivas

O terceiro construto inserido no modelo corresponde às compras compulsivas. Como já definido anteriormente, as compras compulsivas referem-se a uma vontade crônica de comprar diferentes itens visando minimizar eventos ou sentimentos negativos (LEITE et al., 2011). Compradores compulsivos, segundo Wang e Xiao (2009), tendem, rotineiramente, a comprar coisas para aliviar sentimentos negativos e melhorar sua autoestima, utilizando, muitas vezes, nesse processo de compra, o cartão de crédito como instrumento de pagamento. Para os autores, esses indivíduos podem, temporariamente, elevar sua autoestima com os gastos. No entanto, a realização de compras em demasia vai, conseqüentemente, deteriorando sua saúde financeira. Os compradores compulsivos podem até perceber as conseqüências

negativas do uso descontrolado do cartão de crédito, mas os mesmos não têm a capacidade de estabelecer e manter disciplina para restringir a sua compra (WANG; XIAO, 2009).

Dentro dessa perspectiva, Black (2007), mediante a realização de estudo bibliográfico, concluiu que os compradores compulsivos possuem menor probabilidade de utilizar dinheiro para efetuar pagamentos e tendem a possuir maior número de cartões de crédito e utilizá-los com maior frequência que indivíduos não classificados como compradores compulsivos. Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004), em estudo realizado com 248 estudantes universitários da cidade de São Paulo ratificaram tal constatação. Objetivando investigar a influência do cartão de crédito sobre o comportamento de compra compulsiva a partir da realização de uma pesquisa de cunho quantitativo ancorada na aplicação de questionários estruturados e na realização de testes de estatística descritiva, os autores averiguaram que indivíduos com comportamento mais próximo à compulsividade tendem a apresentar um maior número de cartões e utilizá-los de forma mais intensa e menos regrada.

Estudos recentes têm documentado além da relação positiva entre compras compulsivas e uso irresponsável do cartão de crédito, a associação entre compras e dívida. Em pesquisa desenvolvida com o objetivo de compreender a influência das atitudes frente ao dinheiro e do uso do cartão de crédito sobre as compras compulsivas, Roberts e Jones (2001) concluíram, mediante a aplicação de questionários e a realização de testes de estatística univariada e multivariada, que entre as principais consequências negativas geradas pelo comportamento de compra compulsiva está o maior endividamento. Faber e O'Guinn (1992), por sua vez, argumentam que indivíduos com comportamentos de compra compulsiva, quando questionados sobre o uso do cartão de crédito, o relacionam a gastos superiores ao valor que poderiam honrar. Dentro desse escopo e tomando por base as pesquisas mencionadas espera-se encontrar uma relação negativa entre compras compulsivas e comportamento responsável de uso do cartão de crédito e, uma associação positiva entre compras compulsivas e dívida no cartão de crédito. Dito de outra forma espera-se que compradores compulsivos utilizem o cartão de crédito em demasia e de forma menos responsável e equilibrada e apresentem maior probabilidade de utilizar o crédito rotativo do cartão.

**HIPÓTESE 13:** As COMPRAS COMPULSIVAS impactam negativamente no USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO.

**HIPÓTESE 14:** As COMPRAS COMPULSIVAS impactam positivamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.

### 3.1.4 Valores do dinheiro

O quarto construto inserido no modelo refere-se aos valores do dinheiro. Segundo Ferreira (2006), cada indivíduo atribui um significado próprio ao dinheiro a partir de uma representação psíquica e social. Para Macedo Jr, Kolinski e De Moraes (2011), nenhuma pessoa é indiferente ao dinheiro, cada qual atribui ao dinheiro um significado de acordo com o esforço e a satisfação que o mesmo lhes proporciona.

Mudanças na atitude em relação ao dinheiro são um importante catalisador por trás da propagação da cultura consumista, a qual é definida como a cultura na qual os indivíduos desejam comprar e consumir bens buscando felicidade, prazer e prestígio social (ROBERTS; JONES, 2001). Como afirmam Roberts e Sepulveda (1999) apud Roberts e Jones (2001), a cultura consumista transformou-se em uma das forças mais poderosas para moldar o comportamento dos indivíduos, fazendo com que os mesmos gastem cada vez mais na aquisição de bens materiais, com vistas à satisfação dos desejos e à obtenção de status e prestígio social.

Transpondo a teoria para a prática, Karabati e Cemalcilar (2010), em estudo realizado com 948 estudantes universitários da Turquia visando testar hipóteses acerca dos efeitos diretos e indiretos dos valores sobre o materialismo e dos valores sobre o bem-estar, verificaram que, de modo geral, os valores do dinheiro predizem parcela significativa do materialismo. De forma específica, observou-se através da realização de testes estatísticos o valor “poder” como o maior preditor do materialismo como um todo e de cada uma de suas subescalas em separado (centralidade, felicidade e sucesso).

Além do materialismo, o fator valores do dinheiro está relacionado com o comportamento de compra compulsiva (ROBERTS; JONES, 2001). Indivíduos classificados como compradores compulsivos tendem a atribuir maior importância ao dinheiro, visualizando-o como um símbolo de status social e poder. A valorização do dinheiro como uma ferramenta de poder e prestígio social tem o potencial de conduzir a comportamentos materialistas e de compra compulsiva. Roberts e Jones (2001) acrescentam que indivíduos que se sentem inseguros e hesitantes em situações que envolvem dinheiro, tendem a ser menos propensos à compra compulsiva.

A partir de tais estudos, constata-se que o fator valores do dinheiro influencia o materialismo e as compras compulsivas de maneira distinta dependendo do significado que o indivíduo atribui ao dinheiro. Caso haja a predominância de valores relacionados ao poder,

prestígio social e autoafirmação haverá uma influência positiva sobre o nível de materialismo e compras compulsivas. Por outro lado, caso prevaleçam os valores negativos, insegurança e agonia, haverá uma influência negativa sobre o nível de materialismo e compras compulsivas. Nesse sentido, busca-se verificar, inicialmente, se o fator valores do dinheiro exerce impacto sobre os fatores mencionados. Se o impacto for comprovado, sua direção irá depender do significado que o indivíduo atribuir ao dinheiro. As hipóteses 15 e 16 são apresentadas a seguir.

**HIPÓTESE 15:** O VALOR DO DINHEIRO impacta nas COMPRAS COMPULSIVAS.

**HIPÓTESE 16:** O VALOR DO DINHEIRO impacta no MATERIALISMO.

### 3.1.5 Comportamento de uso do cartão de crédito

O quinto construto refere-se ao comportamento de uso do cartão de crédito, o qual pode ser entendido como o comportamento mantido pelo indivíduo no uso e na gestão do cartão de crédito (NORVILITIS; MACLEAN, 2010). Diferentes estudos têm verificado o impacto positivo da má gestão ou do uso indiscriminado do cartão sobre a dívida no cartão de crédito.

Lyons (2004), em um estudo realizado com 835 estudantes de graduação e pós-graduação a fim de investigar quais características estão associadas ao risco de crédito foi uma das pesquisadoras a comprovar a influência do comportamento de uso do cartão de crédito sobre a dívida. Valendo-se de uma pesquisa quantitativa baseada na aplicação de questionários e na realização de testes de regressão logística, verificou que os estudantes classificados como financeiramente em risco apresentam maiores níveis de dívida se comparados aos estudantes financeiramente “saudáveis”. Grable e Joo (2006), Norvilitis et al. (2006) e Norvilitis e MacLean (2010) corroboram tal resultado ao verificar que o uso indiscriminado ou o mau gerenciamento do cartão aumenta a probabilidade de o indivíduo incorrer em dívidas no cartão de crédito. Xiao et al. (2011), em um estudo realizado com 1.242 estudantes, observaram que o comportamento de risco de crédito está positivamente associado ao nível de dívida no cartão de crédito. Tendo por base tais estudos, espera-se que o uso responsável do cartão de crédito influencie de forma negativa a probabilidade de contrair dívidas no cartão de crédito.

**HIPÓTESE 17: O USO RESPONSÁVEL DO CARTÃO DE CRÉDITO impacta negativamente na DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO.**

### 3.1.6 Bem-estar financeiro

O próximo construto investigado diz respeito ao bem-estar financeiro, entendido como a percepção do indivíduo sobre sua situação financeira atual e futura (NORVILITIS; SZABLICKI; WILSON, 2003). Conforme destacado por Sevim, Temizel e Sayilir (2012), a tomada de decisões de empréstimo incorreta pode conduzir a um excesso de endividamento o qual pode ser, por sua vez, prejudicial à credibilidade do consumidor perante o mercado, bem como ser prejudicial ao bem-estar financeiro e ao bem-estar psicológico e social tanto no curto quanto no longo prazo. Conforme Norvilitis et al. (2006), indivíduos com maior grau de dívida no cartão de crédito tendem a apresentar elevado nível de stress e menor sensação de bem-estar financeiro. A posse de um número elevado de cartões, atrelado ao seu uso indiscriminado, a frequente utilização do limite máximo e o não pagamento da fatura integral reduzem, significativamente, a sensação de bem-estar financeiro (NORVILITIS; MACLEAN, 2010).

Ainda segundo Shim et al. (2009), a presença de dívidas, além de minimizar a sensação de satisfação geral com a vida e satisfação com as finanças, reduz a sensação de bem-estar físico e aumenta a percepção de sentimentos negativos como a depressão. Considerando tais estudos, espera-se encontrar uma relação negativa entre dívida no cartão de crédito e bem-estar financeiro, ou seja, quanto maior o endividamento menor será a sensação de bem-estar financeiro.

**HIPÓTESE 18: A DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO impacta negativamente o BEM-ESTAR FINANCEIRO.**

### 3.1.7 Emoções

A última hipótese do modelo teórico buscou mensurar a relação entre dívida no cartão de crédito e emoções. Diversos estudos (QUELCH, JOCZ, 2007; NELSON et al., 2008; BERG et al., 2010; SEVIM, TEMIZEL, SAYILIR, 2012) tem documentado que indivíduos endividados e sobre-endividados são mais propensos a vivenciar problemas físicos, sintomas de depressão, sentimentos de incapacidade e impotência. Por exemplo, Berg et al. (2010) visando investigar o relacionamento entre fumar, beber, praticar exercícios e ter dívidas no cartão de crédito concluíram, com base na aplicação de questionários a 9.931 estudantes universitários e na realização de testes de estatística bivariada (Anova) e multivariada (regressão logística binária) que aqueles indivíduos que possuem dívidas no cartão de crédito relataram, com maior frequência, que fumaram e ingeriram bebidas alcoólicas nos últimos 30 dias e que sua saúde mental está enfraquecida. De forma similar, Nelson et al. (2005) objetivando estudar a associação entre dívida no cartão de crédito, stress e comportamentos de risco à saúde em um público de 3.206 estudantes de graduação e pós-graduação constataram, mediante a realização de testes de diferença de média, a associação positiva entre altos níveis de dívida no cartão de crédito e excesso de peso, atividade física insuficiente, hábitos alimentares incorretos, consumo excessivo de álcool, pensamento suicida, sentimentos de desamparo, desempenho profissional insatisfatório e stress.

O sobre-endividamento pode produzir um padrão de vida mais baixo para o agregado familiar, reduzir as possibilidades de o indivíduo encontrar emprego, caso esteja desemprego, levar a perda de produtividade devido ao stress e pode ainda levar à exclusão social (PERSSON, 2007 apud SEVIM, TEMIZEL, SAYILIR, 2012). Fundamentados nessa perspectiva, espera-se encontrar uma relação negativa entre dívida no cartão de crédito e emoções, conforme exposto na hipótese a seguir.

**HIPÓTESE 19: A DÍVIDA NO CARTÃO DE CRÉDITO impacta negativamente nas EMOÇÕES.**

Uma vez definidos os construtos e as hipóteses, elaborou-se um quadro-resumo (Figura 6) acerca do impacto esperado (positivo, negativo ou indefinido) em cada uma das relações estabelecidas entre os fatores comportamentais e construiu-se um diagrama, a fim de representar cada uma das relações (Figura 7).

<b>Hipótese</b>	<b>Relação</b>	<b>Pressuposição</b>
H1	Comportamento financeiro < --- Conhecimento financeiro	Relação positiva
H2	Comportamento financeiro < --- Atitude financeira	Relação positiva
H3	Atitude financeira < --- Conhecimento financeiro	Relação positiva
H4	Uso responsável do cartão de crédito < --- Conhecimento financeiro	Relação positiva
H5	Dívida no cartão de crédito < --- Conhecimento financeiro	Relação negativa
H6	Uso responsável do cartão de crédito < --- Atitude financeira	Relação positiva
H7	Dívida no cartão de crédito < --- Atitude financeira	Relação negativa
H8	Uso responsável do cartão de crédito < --- Comportamento financeiro	Relação positiva
H9	Dívida no cartão de crédito < --- Comportamento financeiro	Relação negativa
H10	Uso responsável do cartão de crédito < --- Materialismo	Relação negativa
H11	Dívida no cartão de crédito < --- Materialismo	Relação positiva
H12	Compras compulsivas < --- Materialismo	Relação positiva
H13	Uso responsável do cartão de crédito < --- Compras compulsivas	Relação negativa
H14	Dívida no cartão de crédito < --- Compras compulsivas	Relação positiva
H15	Compras compulsivas < --- Valor do dinheiro	Relação indefinida
H16	Materialismo < --- Valor do dinheiro	Relação indefinida
H17	Dívida no cartão de crédito < --- Uso responsável do cartão de crédito	Relação negativa
H18	Bem-estar financeiro < --- Dívida no cartão de crédito	Relação negativa
H19	Bem-estar financeiro < --- Emoções	Relação negativa

Figura 6 – Síntese das pressuposições acerca da relação existentes entre os fatores comportamentais

Fonte: Elaborado pelo autor.

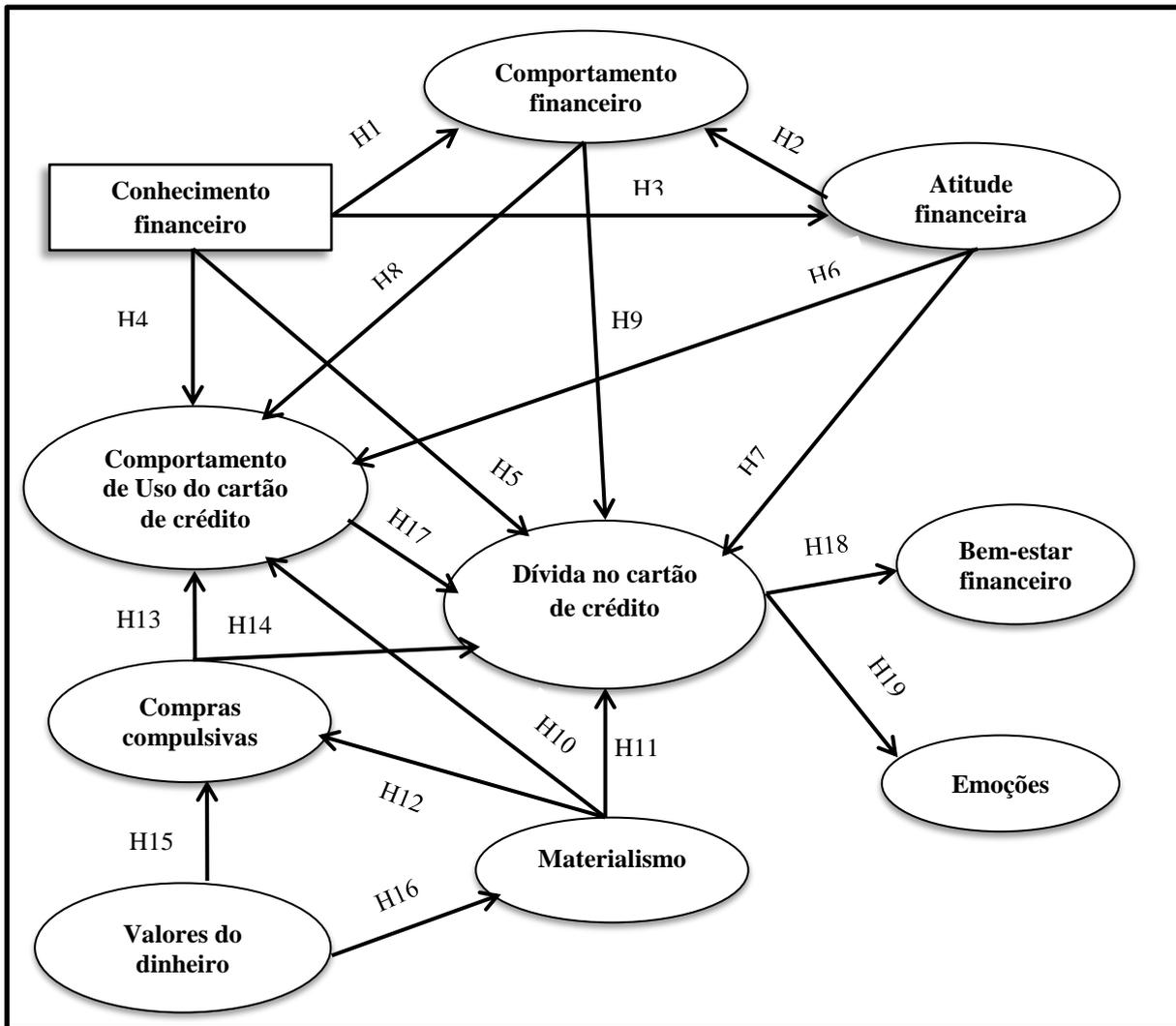


Figura 7 – Diagrama do modelo teórico com construtos e hipóteses

Fonte: Elaborado pelo autor.

### 3.2 Influência dos aspectos demográficos, culturais e das características do cartão de crédito sobre a dívida no cartão de crédito

Os aspectos demográficos relacionados ao endividamento são representados por oito variáveis: gênero, idade, estado civil, composição familiar (dependentes e filhos), nível de escolaridade, raça, ocupação e renda. O aspecto cultural é representado pela variável ascendência. As características do cartão de crédito, por sua vez, são representadas por cinco variáveis: número de cartões de crédito, conhecimento do valor da taxa de juros, limite do

cartão de crédito, percentual da renda gasta e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito. Na sequência é realizada uma breve revisão teórica sobre a influência de cada uma das variáveis sobre a dívida no cartão de crédito.

### 3.2.1 Gênero

Analisando a variável demográfica gênero, constata-se que apesar de ela ter já ter sido investigada em diversos trabalhos sua relação com o endividamento ainda é incerta. Davies e Lea (1995), Norvilitis, Szablicky e Wilson (2003), Norvilitis et al. (2006) e Hancock, Jorgensen e Swanson (2013) não encontraram diferença significativa quanto ao endividamento entre homens e mulheres. Wang, Lu e Malhotra (2011) em estudo realizado com a população chinesa visando identificar as variáveis demográficas, atitudinais, de personalidade e as características do cartão de crédito que influenciam na dívida no cartão de crédito, verificaram, por meio de uma análise de regressão múltipla que, os homens tendem a endividar-se com maior frequência que as mulheres. Segundo os autores, tal circunstância pode ser explicada pelo fato de as mulheres serem mais prudentes em suas decisões financeiras, apresentarem melhor organização e planejamento do orçamento financeiro (BAEK; HONG, 2004) e serem mais avessas ao risco (KEESE, 2010). Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012), em estudo realizado com 769 estudantes universitários da cidade de São Paulo a fim de identificar e caracterizar os estudantes com maior propensão à má gestão ou mau uso do cartão de crédito corroboraram os achados de Wang, Lu e Malhotra (2011). Ancorados na realização de uma regressão logística, os autores observaram que os homens tendem a ser mais propensos a apresentar algum comportamento de risco de má gestão do cartão de crédito.

Resultado oposto foi encontrado por Lyons (2004, 2007) e Berg et al. (2010). Lyons (2004), em pesquisa desenvolvida com 835 universitários visando identificar as características associadas ao comportamento de risco financeiro, verificou, mediante a realização de uma pesquisa quantitativa ancorada na aplicação de questionários e na realização de uma regressão logística, que as mulheres são mais predispostas a deixar de pagar a fatura integral do cartão por um período igual ou superior a dois meses. Em outro estudo realizado pela pesquisadora com 26.896 estudantes de 10 universidades norte-americanas com o objetivo de descrever o uso do cartão de crédito, identificar os estudantes mais propensos à má gestão do cartão e,

ainda, identificar as principais consequências advindas do uso irresponsável do cartão, verificou-se que as mulheres são mais propensas a i) ter dívidas no cartão de crédito superiores a \$ 1.000,00 dólares, ii) não pagar a fatura integral por um período igual ou superior a 2 meses e, iii) estourar o limite do cartão de crédito (LYONS, 2007). Para Faber e O'Guinn (1992) e D'Astous, Maltais e Roberge (1990), as mulheres tendem a endividar-se com mais facilidade que os homens devido a maior predisposição a incorrer em comportamentos de compra compulsiva.

### 3.2.2 Idade

Quanto à variável demográfica idade, verifica-se que representativa parcela das pesquisas aponta para a maior probabilidade de indivíduos jovens utilizarem o cartão de crédito de forma indevida e contraírem dívidas. Livingstone e Lunt (1992) em estudo realizado com 279 cidadãos do Reino Unido objetivando identificar os fatores sociais, econômicos e psicológicos relacionados à dívida concluíram, através da análise de uma função discriminante e de uma regressão múltipla que as pessoas endividadas tendem a ser mais jovens que aquelas que não possuem dívidas o que se explica pelo estágio do ciclo de vida na qual o indivíduo se encontra. De acordo com os autores, pessoas mais jovens têm expectativa de obter rendimentos superiores no futuro, enquanto que pessoas de mais idade tendem a ser mais cautelosas com os gastos de modo a ter maior segurança financeira após a aposentadoria. Explicação similar foi dada por Norvilitis et al. (2006) em pesquisa desenvolvida com o propósito de explorar as causas e consequências da dívida no cartão de crédito em um público formado por 448 estudantes de cinco universidades. Através da realização de uma análise de regressão, verificou-se que pessoas mais jovens tendem a apresentar maior taxa de endividamento em relação a pessoas mais velhas, devido à expectativa positiva de renda futura. Para os autores, jovens que acreditam que no futuro terão um alto padrão de renda são mais favoráveis ao crédito e tolerantes ao endividamento.

Além da hipótese do ciclo de vida, este resultado pode, igualmente, ser motivado pelo efeito geração, no qual jovens-adultos sentem-se mais confortáveis com o ato de emprestar dinheiro, se comparados à geração de mais idade, levando à conclusão que indivíduos mais novos são mais propensos a incorrer em dívidas no cartão de crédito (KIM; DEVANEY, 2001). Para Worthy, Jonkman e Blinn-Pike (2010), adultos emergentes (18-25 anos) são mais

predispostos a assumir riscos maiores e apresentar menor estabilidade financeira o que pode explicar a maior propensão ao risco de má gestão do cartão de crédito e o maior nível de endividamento. Chien e Devaney (2001), em pesquisa realizada com 4.305 pessoas nos Estados Unidos com o propósito de verificar quais variáveis demográficas, econômicas e atitudinais atuam como determinantes do uso do cartão de crédito e do uso de empréstimos convencionais, encontraram que famílias com atitudes favoráveis ao crédito eram chefiadas por pessoas com média de idade de 41 anos, já famílias com atitudes desfavoráveis e famílias totalmente contrárias ao uso do crédito eram chefiadas por pessoas com idade média de 50 e 62 anos, respectivamente, o que corrobora a ideia de que pessoas mais velhas são menos propensas a endividar-se.

### 3.2.3 Estado civil

No que tange ao estado civil, os resultados das investigações têm sido congruentes em apontar os indivíduos casados como mais propensos a apresentar maiores níveis de dívida no cartão de crédito. Lyons (2004), em pesquisa desenvolvida com o objetivo de identificar os fatores que afetam, significativamente, a propensão dos jovens em realizar uma má utilização e/ou má gestão do cartão de crédito, concluiu, mediante a aplicação de questionários estruturados a uma amostra de 915 estudantes de graduação e pós-graduação e mediante a realização de uma análise de regressão logística, que os indivíduos casados são mais propensos a contrair dívidas no cartão de crédito e a possuir dívidas com valor superior a \$ 1.000,00. Lyons (2007) e Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012), investigando estudantes universitários norte americanos e brasileiros, nessa ordem, verificaram que além da maior probabilidade de possuir dívidas no cartão, os estudantes casados tendem a estourar o limite e a pagar somente uma parcela da fatura do cartão de crédito com maior frequência.

### 3.2.4 Composição familiar

Para Godwin (1998), a composição familiar, que se refere à quantidade de membros em uma família, está positivamente relacionada com o aumento do endividamento. Segundo o autor, o consumismo crescente tem levado as famílias a uma maior necessidade de recursos o

qual é obtido via cartão de crédito. Keese (2010), em pesquisa realizada com a finalidade de analisar a diferença entre a percepção da população germânica quanto à quantidade de dívidas pessoais e os resultados de pesquisas objetivas verificou, através da análise de questionários coletados junto a 6.107 moradores da Alemanha e da realização de testes econométricos, que as famílias com maior número de crianças apresentam níveis superiores de endividamento, se comparadas àquelas cuja composição familiar é predominantemente de adultos.

Resultado semelhante foi encontrado por Bertaut e Haliassos (2005) em estudo realizado junto à população norte-americana com o propósito de documentar características de uso do cartão de crédito e de débito ao longo do tempo em todos os grupos demográficos da população dos EUA. Valendo-se de dados coletados pela *Survey of Consumer Finance* (SCF) e da realização de testes de estatística univariada e multivariada, os autores concluíram que famílias com mais de duas crianças tendem a apresentar maior nível de endividamento no cartão de crédito. Chien e Devaney (2001) ainda argumentam que o tamanho do agregado familiar está positivamente relacionado com o endividamento no cartão de crédito.

Visando investigar as características dos usuários de cartão de crédito e distingui-los entre usuários de conveniência e usuários do crédito rotativo, Tan, Yen e Loke (2011) realizaram uma pesquisa quantitativa baseada na aplicação de questionários estruturados a uma amostra estratificada formada por 938 respondentes e na realização de uma análise de regressão Tobit, concluindo que entre os indivíduos que detêm cartão de crédito, aqueles com dependentes e filhos apresentam maior nível de dívida, se contrastados com aqueles que não possuem. No entanto, segundo os autores, cada membro adicional do agregado familiar reduz a probabilidade de dívida em 1,36%, sugerindo que apesar de o maior número de membros contribuir para a presença de compromissos financeiros superiores, os indivíduos pertencentes a maiores agregados familiares podem ser mais cautelosos e responsáveis na aquisição e no uso do cartão de crédito colaborando para a menor inclinação à dívida. Os estudos mencionados levam para uma conclusão congruente quanto à relação positiva entre composição familiar e dívida no cartão de crédito.

### 3.2.5 Nível de escolaridade

No que se refere ao nível de escolaridade, averiguou-se que os resultados das pesquisas vêm corroborando a relação positiva entre educação e dívida no cartão de crédito.

Em termos teóricos, Kim e DeVaney (2001) sugerem que a associação positiva entre essas variáveis está assentada na perspectiva teórica do termo educação que é visualizado como um recurso humano atual e/ou futuro. Por acreditarem que a obtenção de recursos futuros elevados (nesse caso, alto nível de escolaridade) geram rendimentos futuros maiores, os quais, possivelmente, irão aumentar a demanda pelo consumo e o uso do crédito como forma de financiar o aumento dos gastos, os indivíduos tendem a contrair dívidas mais frequentemente.

Já em termos práticos, Baek e Hong (2004), em pesquisa com 3.974 consumidores americanos realizada com o propósito de examinar fatores relacionados à dívida no cartão de crédito e ao parcelamento da dívida, constataram, mediante a realização de testes de estatística descritiva e de estatística multivariada que famílias cujo chefe possuía alto grau de escolaridade apresentavam maior propensão a possuir pelo menos um cartão de crédito e a endividar-se, se comparadas a famílias cujo chefe possuía menor nível de escolaridade. Resultados similares foram auferidos por Chien e Devaney (2001), Tan, Yen e Loke (2011) e Norvilitis e Mendes-da-Silva (2013). Segundo Tan, Yen e Loke (2011), esse resultado pode ser motivado pelo maior poder de compra apresentado pelos indivíduos com melhores níveis de escolaridade. Nesse sentido, qualquer medida política tomada para solucionar o problema da dívida não deve estar pautada única e exclusivamente na educação, dado que a educação *per se* não se mostra suficiente, sendo necessárias medidas de apoio psicológico atreladas a outros mecanismos de suporte para resolver o problema.

### 3.2.6 Raça

Analisando a variável raça, compreendida como a classificação de ordem social, embasada na cor da pele, os estudos tem constatado a maior probabilidade de indivíduos não-brancos contraírem dívidas no cartão de crédito. Lyons (2004) e Joo e Grable (2006) verificaram que os grupos étnicos minoritários são mais propensos a utilizar o crédito rotativo do cartão de crédito. Analogamente, Bertaut e Haliassos (2005), em pesquisa realizada com a população norte-americana, concluíram que pessoas brancas apresentam maior probabilidade de possuir cartão de crédito se comparadas a pessoas não-brancas. Para os autores, o acesso ao crédito entre as raças é diferente sendo que a comunidade negra possui acesso mais limitado que a comunidade branca. Entretanto, ao estudar somente indivíduos que possuem cartões de crédito, os autores ressaltam que pessoas não-brancas tendem a exibir maior nível de

endividamento. Lyons (2004, 2007) em pesquisas realizadas com os objetivos de identificar os fatores que afetam a propensão dos jovens em realizar uma má utilização e/ou má gestão do cartão de crédito e fornecer *insights* quanto às práticas de gestão financeira e gestão do crédito mantidas por universitários, respectivamente, verificou, por meio da aplicação de questionários estruturados a 915 e 26.896 estudantes universitários, nessa ordem, e da realização de testes de estatística multivariada, que indivíduos negros, se contrastados com pessoas não-negras, são mais predispostos a possuir dívidas com valor superior a \$ 1.000,00 dólares e a deixar de pagar a fatura integral do cartão por um período igual ou superior a dois meses.

### 3.2.7 Ocupação

Para analisar aspectos relacionados ao trabalho utilizou-se a variável ocupação que se refere ao fato de os indivíduos estarem empregados, desempregados ou não trabalharem. Para Keese (2010), a ocupação exerce impacto significativo sobre a predisposição dos indivíduos contraírem dívidas, dado que pessoas desempregadas exibem expectativas mais pessimistas em relação ao futuro fazendo com que os mesmos sejam desfavoráveis ao uso do crédito e apresentem menor propensão ao endividamento. Chien e DeVaney (2001), em estudo realizado com 4.305 pessoas nos Estados Unidos com o objetivo de verificar quais variáveis demográficas, econômicas e atitudinais atuam como determinantes do uso do cartão de crédito e do uso de empréstimos convencionais, encontraram que indivíduos empregados apresentam maior probabilidade de possuir cartão de crédito e de endividar-se, se confrontados a indivíduos desempregados ou pessoas que não trabalham. Objetivando examinar fatores relacionados à dívida no cartão de crédito e ao parcelamento da dívida através da aplicação de questionários e da realização de testes de estatística descritiva e de estatística multivariada, Baek e Hong (2004) concluíram que pessoas empregadas são mais propensas a contraírem dívidas no cartão de crédito, confirmando os estudos de Keese (2010) e Chien e DeVaney (2001).

### 3.2.8 Renda

No que se refere à renda, verifica-se que não há consonância entre os resultados das investigações, dado que determinadas pesquisas (KIM, DEVANEY, 2001; LYONS, 2007; SHIM et al., 2009; TAN, YEN, LOKE, 2011) encontraram uma relação positiva, enquanto que outras (CHIEN; DEVANEY, 2001) observaram uma relação negativa entre renda e dívida no cartão de crédito. Com a finalidade de identificar os fatores determinantes da quantidade de dívida mantida por usuários de cartão de crédito, Kim e DeVaney (2001), valendo-se dos dados coletados através da *Survey of Consumer Finance* (SCF), constataram que indivíduos com maior nível de renda apresentam maiores níveis de endividamento. Uma das possíveis explicações para tal relação, segundo os autores, está na associação positiva entre a elevação da renda e a elevação do limite do cartão de crédito, uma vez que o aumento do rendimento pessoal abre a possibilidade de elevar o limite do cartão de crédito, operação essa que pode aumentar os níveis de consumo e endividamento.

Para Tan, Yen e Loke (2011), a associação positiva das variáveis renda e dívida pode ser explicada pela condição de elegibilidade do rendimento corrente, onde apenas indivíduos com renda superior a determinado patamar têm acesso ao cartão de crédito. Lyons (2007), visando identificar e caracterizar os estudantes com maior risco de mal gerir e/ou mal utilizar o cartão de crédito verificou, em pesquisa quantitativa ancorada na realização de uma análise de regressão que universitários americanos com rendimento mensal elevado são mais propensos a possuir dívidas no cartão com valor superior a \$ 1.000,00 dólares se comparados a estudantes de baixa renda. Visando descrever e testar um modelo conceitual para os possíveis antecedentes e consequentes do bem-estar financeiro em jovens adultos, Shim et al. (2009), desenvolveram uma pesquisa quantitativa baseada na aplicação de questionários a 781 universitários americanos, concluindo que quanto maior o rendimento apresentado pelo estudante, maior seu nível de endividamento. Em termos mais específicos, verificou-se que a renda é responsável por explicar 10% da variância da dívida.

Chien e Devaney (2001), por sua vez, encontraram resultado oposto às pesquisas citadas. Para os autores que realizaram uma *survey* com o objetivo de verificar as variáveis determinantes do uso do cartão de crédito e do uso de empréstimos convencionais, existe uma relação negativa entre renda e dívida no cartão de crédito, ou seja, quanto maior a renda auferida pelo indivíduo, menor a probabilidade de o mesmo contrair dívidas. Tais resultados não nos permitem estabelecer precisamente o sentido (positivo ou negativo) da relação,

permitem somente apontar a existência de uma associação entre renda e dívida no cartão de crédito.

### 3.2.9 Ascendência

A investigação da relação da variável ascendência com a dívida no cartão de crédito tem apontado resultados divergentes quando consideradas diferentes ascendências. Zinkhan e Kiran (1991), em estudo realizado para verificar diferenças entre o comportamento de risco entre espanhóis e americanos, encontraram que os espanhóis são mais propensos ao endividamento que os americanos. Com o propósito de averiguar as características dos usuários de cartão de crédito e distingui-los entre usuários de conveniência e usuários do crédito rotativo, Tan, Yen e Loke (2011) realizaram uma pesquisa quantitativa baseada na aplicação de questionários estruturados a uma amostra formada por 938 respondentes e na realização de uma análise de regressão Tobit, concluindo que a etnia é um fator determinante para a explicação do número de cartões de crédito e do endividamento. Os autores observaram que os chineses, se comparados aos indianos apresentam maior predisposição a possuir cartão de crédito e menor propensão ao endividamento. Lyons (2007), por sua vez, em estudo realizado com 26.896 estudantes de 10 universidades norte-americanas com o objetivo de descrever o uso do cartão de crédito, identificar os estudantes mais propensos à má gestão do cartão e, ainda, identificar as principais consequências advindas do uso irresponsável do cartão, observou que os hispânicos, se confrontados às demais etnias são mais tendentes a apresentar maiores níveis de dívida. A observação dos resultados dessas pesquisas nos permite apontar a existência de uma relação indefinida entre ascendência e dívida no cartão de crédito.

### 3.2.10 Número de cartões de crédito

Wang, Lu e Malhotra (2011) afirmam que o número total de cartões de crédito está positivamente relacionado com o maior uso e endividamento. Em uma pesquisa realizada com 1.410 usuários de cartão de crédito chineses visando identificar as variáveis determinantes da

dívida no cartão de crédito, os autores verificaram por meio da realização de uma modelagem de equações estruturais, que indivíduos que possuem maior número de cartões, se comparados aos demais, apresentam maior nível de endividamento. O maior número de cartões contribui para “aprofundar” o endividamento, principalmente se o indivíduo possuir mais de 5 cartões (TAN; YEN; LOKE, 2011).

Kim e DeVaney (2001) atribuem o fato de a posse de um maior número de cartões de crédito desempenhar um importante papel no aumento do nível de dívida, a maior fonte de crédito apresentada por aqueles que detêm um número superior de cartões. A disponibilidade de recursos financeiros extras incentivam os indivíduos a consumir mais e, por consequência, a gastar mais. Com a finalidade de identificar os fatores determinantes da quantidade de dívida mantida por usuários de cartão de crédito, os autores observaram que a posse de um cartão de crédito adicional gera uma dívida extra no valor de \$ 264,00 dólares. Hancock, Jorgensen e Swanson (2013) em pesquisa realizada com o objetivo de examinar a influência das interações parentais, anos de experiência profissional, conhecimento financeiro, atitudes de uso do cartão de crédito e características pessoais sobre o comportamento de uso do cartão de crédito de 413 estudantes universitários norte-americanos, verificaram, por meio da realização de análise logística multivariada, que indivíduos detentores de atitudes favoráveis à realização do pagamento mínimo da fatura do cartão de crédito são 1,4 vezes mais propensos a possuir 2 ou mais cartões, se comparados àqueles que não se sentem confortáveis em pagar somente o valor mínimo. Os estudos desenvolvidos por Davies e Lea (1995), Norvilitis et al. (2006) e Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes reforçam a associação positiva entre número de cartões de crédito e endividamento.

### 3.2.11 Conhecimento do valor da taxa de juros

No que se refere ao conhecimento do valor da taxa de juros do cartão de crédito, Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) em estudo realizado com a finalidade de identificar e caracterizar os estudantes mais propensos a incorrer no risco de má gestão ou má utilização do cartão de crédito observaram, através da realização de uma regressão logística, que indivíduos que conhecem o valor da taxa de juros cobrada em caso de utilização do crédito rotativo são menos predispostos a possuir comportamentos de risco de má gestão do cartão como, por exemplo, pagar somente uma parcela da fatura e/ou possuir dívidas com

valor superior a R\$ 1.000,00. Fundamentos nesse estudo almeja-se encontrar uma relação negativa entre conhecimento da taxa de juros e dívida no cartão de crédito. Em outras palavras, espera-se que indivíduos que conheçam o valor da taxa de juros incidente em seu(s) cartão(ões) possuam menor probabilidade de contrair dívidas.

### 3.2.12 Valor do limite do cartão de crédito

Quanto ao limite do cartão de crédito, Kim e DeVaney (2001) e Wang, Lu e Malhotra (2011) sugerem que o mesmo está positivamente relacionado com o aumento do endividamento. Kim e DeVaney (2001), em uma pesquisa realizada com 1.410 usuários de cartão de crédito visando identificar as variáveis determinantes da dívida no cartão de crédito, verificaram que a presença de 1 dólar adicional no limite do cartão gera uma elevação média de \$ 0,09 dólares no nível de endividamento. Wang, Lu e Malhotra (2011), em estudo desenvolvido com 1.410 consumidores chineses com a finalidade de identificar as variáveis determinantes da dívida no cartão de crédito, concluíram, por meio da realização de uma modelagem de equações estruturais, que portadores de cartão de crédito com limite superior a U\$1.489,00 dólares possuíam maior volume de dívidas se comparados àqueles cujo limite de crédito era de U\$ 446,00 dólares. Tal circunstância pode ser explicada pela “ilusão de renda” gerada pelo maior limite, que é visto pelos indivíduos como um complemento do rendimento familiar.

### 3.2.13 Percentual da renda e valor mensal gasto no cartão de crédito

No que tange ao percentual da renda e/ou ao valor mensal gasto com compras no cartão de crédito, Moreira (2000) afirma que quanto maior for o descontrole dos gastos, maior será a probabilidade de contrair dívidas. Tal argumento é plenamente plausível se considerado que aqueles indivíduos que gastam boa parte de seus rendimentos mensais com compras no cartão de crédito, muito provavelmente, terão dificuldades para cumprir com os demais compromissos financeiros e, inclusive, terão dificuldades para quitar o valor integral da fatura. A manutenção de gastos descontrolados por um período relativamente grande poderá

levar o indivíduo à obtenção de níveis elevados de dívida. Dentro dessa perspectiva, espera-se obter uma associação positiva entre o nível de gastos e a dívida no cartão de crédito.

Tendo por base as pressuposições levantadas pela literatura acerca da associação entre aspectos demográficos, aspectos culturais, características do cartão de crédito e dívida no cartão de crédito, elaborou-se um quadro-síntese (Figura 8) no qual são apresentadas as relações esperadas.

<b>Variável</b>	<b>Pressuposição</b>
Gênero	Relação indefinida – Existe diferença de dívida no cartão de crédito se considerado o gênero.
Idade	Relação negativa – Indivíduos mais jovens são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Estado civil	Indivíduos casados tendem a apresentar maior nível de dívida no cartão de crédito
Composição familiar	Relação positiva – Indivíduos com dependentes/com filhos são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Nível de escolaridade	Relação positiva – Indivíduos com maior nível de escolaridade são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Raça	Relação indefinida – Indivíduos classificados como não-brancos são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Ocupação	Relação positiva – Indivíduos ocupados são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito..
Renda	Relação indefinida – Existe diferença de dívida no cartão de crédito se considerada a renda.
Ascendência	Relação indefinida – Existe diferença de dívida no cartão de crédito se considerada a ascendência.
Número de cartões de crédito	Relação positiva – Indivíduos detentores de um maior número de cartões de crédito são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Conhecimento do valor da taxa de juros	Relação negativa – Indivíduos que conhecem o valor da taxa de juros são menos propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Valor do limite do cartão de crédito	Relação positiva – Indivíduos detentores de um maior limite de crédito são mais propensos a exibir dívidas no cartão de crédito.
Percentual da renda e valor mensal gasto no cartão de crédito	Relação positiva – Quanto maior o valor mensal da renda gasto no cartão de crédito maior a probabilidade de endividamento.

Figura 8 – Síntese das pressuposições acerca da relação existente entre os aspectos demográficos, aspectos culturais, características do cartão de crédito e a dívida no cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelo autor.



## **4 MÉTODO DE PESQUISA**

O presente capítulo apresenta os procedimentos metodológicos utilizados a fim de atingir os objetivos estabelecidos. Dessa forma, essa seção irá descrever o delineamento do estudo e definição de termos e variáveis, o cenário de pesquisa e a população e amostra. Além disso, serão descritos o instrumento de coleta de dados e as técnicas de análise dos dados.

### **4.1 Estratégia de pesquisa e método adotado**

O estudo foi desenvolvido com base nas três etapas do processo de pesquisa conforme sugerido por Hair et al. (2009). Para os autores, a construção de uma pesquisa passa por três fases: formulação, execução e análise. A primeira fase da pesquisa caracterizou-se pela definição do problema e objetivos, apresentação da justificativa, construção do referencial teórico, definição dos construtos a serem investigados e desenvolvimento do modelo teórico. A fase de execução abrangeu a definição das estratégias e o método de pesquisa, a definição da população alvo e da amostra a ser investigada e as técnicas de coleta de dados. A terceira e última etapa contemplou a análise e discussão dos resultados visando atender aos objetivos previamente definidos e responder a questão de pesquisa. A etapa da análise compreendeu ainda as considerações finais do estudo, suas limitações e sugestões para estudos futuros. Para um melhor entendimento das etapas da pesquisa elaborou-se a Figura 9.

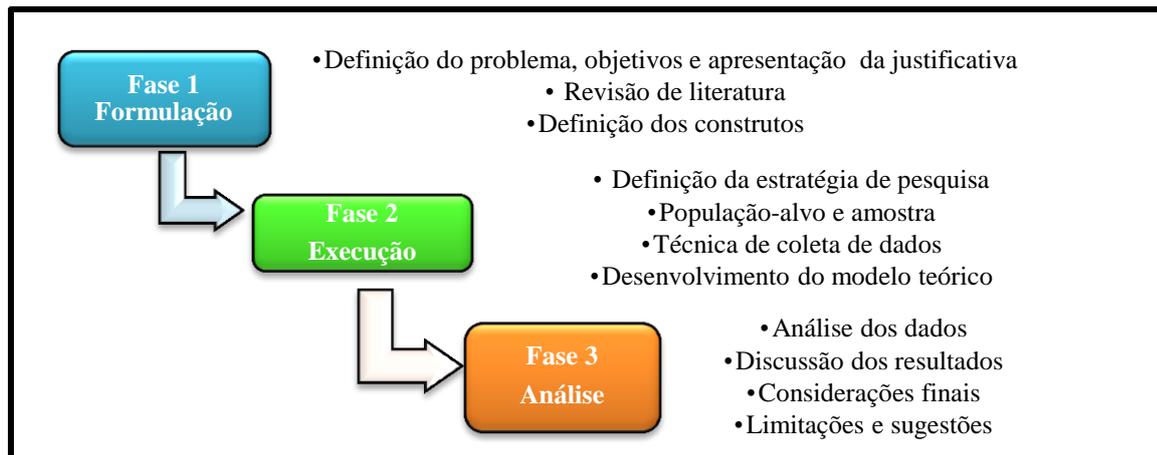


Figura 9 – Fases do processo de pesquisa

Fonte: Elaborado com base em Hair et al. (2009).

Dessa maneira, na fase da formulação identificou-se que a alfabetização financeira (mensurada através da relação entre as variáveis: conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro), o materialismo, os valores do dinheiro, as compras compulsivas e o comportamento de uso do cartão de crédito influenciam o nível de dívida no cartão de crédito, o qual, por sua vez, afeta o bem-estar financeiro e as emoções dos indivíduos. A partir dessas constatações, a fase de execução utilizou um instrumento estruturado, o qual foi aplicado a uma amostra de 1.831 indivíduos com o objetivo de verificar quais os fatores associados à dívida no cartão de crédito tendo por base o modelo teórico apresentado na Figura 07.

Visando a atingir os objetivos do estudo realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório, a qual tem por objetivo explorar determinado problema ou situação a fim de proporcionar maior familiaridade com o tema, visando à construção de hipóteses e o provimento de critérios (MALHOTRA, 2006; HAIR et al., 2009). Similarmente, Gil (2008) argumenta que a pesquisa exploratória tem por finalidade levar a *insights* e ideias que possam propiciar um entendimento mais aprofundado da situação desejada.

Como estratégia de pesquisa efetuou-se uma *survey*. Conforme Baker (2001), o método *survey* possibilita descobrir fatos, determinar atitudes e opiniões e melhor compreender determinados comportamentos mediante a avaliação e descrição de uma população baseada em uma amostra. Ademais, as pesquisas desse tipo fornecem descrições quantitativas de uma população através do uso de um instrumento predefinido. Ainda em

relação à pesquisa *survey*, Hair et al. (2009) afirmam que a mesma é a mais indicada em estudos que envolvem grande amostra de indivíduos.

Como afirmado por Hart (1987 apud BAKER, 2001), a pesquisa *survey* fornece aos pesquisadores meios para adquirir os dados quantitativos essenciais para revelar informações comportamentais e atitudinais. Dentro dessa perspectiva, o estudo utilizou metodologias quantitativas para o levantamento e análise dos dados. Gil (2008) afirma que as pesquisas quantitativas possibilitam uma interrogação direta aos indivíduos visando à compreensão de seu comportamento e permitem minimizar a heterogeneidade dos dados conferindo maior confiabilidade aos resultados devido ao estabelecimento de uma estrutura pré-definida.

Mediante a utilização de tais meios, o presente estudo investigou as causas e consequências da dívida no cartão de crédito. Para isto, utilizou-se como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado. Nesse tipo de instrumento, apresenta-se ao respondente um conjunto de alternativas de resposta para que seja escolhida a que melhor represente sua situação ou ponto de vista permitindo, ao pesquisador, conhecer as opiniões, crenças, interesses e situações vivenciadas pelo sujeito da pesquisa (GIL, 2008).

## 4.2 População e amostra

A população alvo do estudo foi composta por toda a população brasileira usuária de cartão de crédito. De acordo com os dados divulgados pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil, 2013) o número de brasileiros que utilizam cartão de crédito já corresponde a 77% da população<sup>2</sup>, ou seja, corresponde a, aproximadamente, 147 milhões de pessoas. Ponderando a respeito da impossibilidade de obter informação a respeito de todos os indivíduos ou elementos que formam parte do grupo que se deseja estudar, seja porque o número de elementos é demasiadamente grande, os custos de pesquisa são elevados ou ainda porque o tempo pode atuar como agente de distorção optou-se por adotar o processo de amostragem. O processo de amostragem, segundo Mattar (1999), permite selecionar um número adequado de indivíduos de modo que se possa fazer inferências da população de forma confiável. Sendo assim, o estudo considera, em um primeiro momento, uma população

---

<sup>2</sup> Segundo dados do censo demográfico realizado no ano de 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população brasileira é constituída por 190.755.799 milhões de habitantes.

finita representada pelo número total de brasileiros usuários de cartão de crédito. Dada a existência de múltiplos métodos para a determinação da amostra, Bruni et al. (2008) apresenta uma alternativa para a estimação de amostras a qual é apresentada na Equação 1.

$$\frac{N=(\sigma^2.p.q)}{e^2} \quad (1)$$

Onde:

$n$  = tamanho da amostra

$\alpha^2$  = nível de confiança escolhido expresso em desvios padrões

$p$  = porcentagem com a qual o fenômeno se verifica

$q$  = porcentagem complementar ( $100 - p$ )

$e^2$  = erro máximo permitido

Considerando um nível de confiança de 95% e um erro amostral de 2,5% obteve-se uma amostra final de 1.538 indivíduos. Pela dificuldade em aplicar os questionários em todo o território nacional, definiu-se, a critério do pesquisador, que o estudo seria realizado em três estados, sendo escolhidos, por conveniência, os Estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Maranhão. A decisão de investigar esses três estados está atrelada a diversidade econômica, cultural e social encontrada. Segundo a literatura financeira e comportamental, fatores como a raça, a ascendência e os traços culturais, os quais variam significativamente entre os Estados pesquisados, podem contribuir para a explicação do maior ou menor grau de endividamento dos indivíduos.

Para a etapa da aplicação dos questionários foram selecionados 20 indivíduos conhecidos dos pesquisadores, sendo 10 direcionados para a aplicação no estado do Rio Grande do Sul, 4 para o estado de Minas Gerais e 6 destinados à aplicação no estado do Maranhão. As orientações necessárias à aplicação foram fornecidas pessoalmente, para os aplicadores do estado do Rio Grande do Sul, e via e-mail para os aplicadores dos estados de Minas Gerais e Maranhão devido a maior dificuldade em contatá-los pessoalmente. Entre as orientações concedidas, solicitou-se aos aplicadores que entrevistassem somente usuários de cartão de crédito (o indivíduo deveria utilizar de forma ativa pelo menos 1 cartão de crédito) e que sanassem dúvidas dos respondentes em caso de dificuldade de entendimento.

Os questionários foram aplicados de forma aleatória, em ambiente externo, através do contato com os moradores dispostos a participar do estudo. Em média, foram necessários 40 (quarenta) minutos para responder à pesquisa, sendo as questões do bloco “conhecimento financeiro” as que exigiram maior tempo de resposta. Além do questionário, foi entregue o

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, documento este que garante a confidencialidade das informações cedidas pelo respondente, cumprindo com as exigências do Comitê de Ética da UFSM.

O processo de coleta de dados iniciou-se no mês de abril de 2013 estendendo-se até o mês de setembro do mesmo ano sendo distribuídos, nos 3 estados pesquisados, 2.300 questionários. Ao final da pesquisa foram coletados 1.831 instrumentos válidos (os questionários contendo erros de preenchimento ou excesso de questões não respondidas (mais de 10% das questões) foram eliminados). Desse total, 945 questionários foram aplicados no Rio Grande do Sul, 602 no Maranhão e 284 no estado de Minas Gerais. Essa disparidade entre o número de questionários aplicados em cada estado está atrelada, primeiramente, à disposição dos indivíduos em responder à pesquisa (mais da metade dos questionários distribuídos em cidades do Maranhão tiveram de ser anulados por estarem em branco ou com excesso de questões não respondidas) e ao maior número de aplicadores no estado do Rio Grande do Sul.

### **4.3 Aspectos éticos**

O projeto de pesquisa foi registrado no Gabinete de Projetos (GAP) do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH) e no Sistema de Informação para o Ensino (SIE) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Após esses procedimentos, foi submetido ao Sistema Nacional de Informações sobre Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos (SISNEP), o qual tem por principal preocupação a proteção dos direitos dos sujeitos da pesquisa. A submissão ao SISNEP deu-se via o site Plataforma Brasil – base nacional e unificada de registros de pesquisas envolvendo seres humanos. Após a submissão, o projeto foi avaliado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos (CEP) da UFSM. O projeto teve seu registro realizado mediante o Certificado de Apresentação para Apreciação Ética (CAAE) nº 13265013.3.0000.5346.

Cumprindo com as exigências impostas pela Resolução 196/96 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) entregou-se juntamente com o questionário o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A). Somente participaram da pesquisa os sujeitos que, após a leitura do Termo, concordaram, de forma livre e esclarecida, a responder à pesquisa. O Termo de Consentimento foi elaborado em duas vias, sendo uma retida pelo sujeito da pesquisa e uma

arquivada pela pesquisadora<sup>3</sup>. Conforme a Resolução, o Termo de Consentimento garantiu aos participantes, entre outras coisas, o esclarecimento, antes e durante o curso da pesquisa, sobre a metodologia utilizada; a liberdade para desistir de participar da pesquisa, em qualquer uma das etapas, sem nenhum tipo de penalização ou prejuízo; indenização diante de eventuais danos decorrentes da pesquisa e; o sigilo quanto aos dados divulgados a fim de manter a privacidade do respondente.

A privacidade dos respondentes e a garantia de utilização dos dados única e exclusivamente para execução do presente projeto foram asseguradas mediante o Termo de Confidencialidade, Privacidade e Segurança dos Dados (Apêndice B), o qual foi assinado pela coordenadora da pesquisa e entregue a cada um dos participantes.

#### **4.4 Técnica de coleta de dados**

Como instrumento de coleta de dados utilizou-se um questionário, o qual pode ser compreendido como uma técnica de investigação composta por um número relativamente elevado de questões que tem por finalidade conhecer as opiniões, crenças, sentimentos, expectativas e situações vivenciadas pelos indivíduos (GIL, 2008). O questionário, composto por 10 blocos de perguntas, apresenta questões abertas e fechadas que questionam o respondente quanto ao seu perfil, aos aspectos relacionados ao uso do cartão de crédito e aos fatores comportamentais investigados – alfabetização financeira (relação ente os construtos conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro), comportamento de uso do cartão de crédito, valores do dinheiro, compras compulsivas, materialismo, bem-estar financeiro, emoções e dívida no cartão de crédito. Na sequência, faz-se um breve detalhamento de cada um dos blocos de perguntas.

##### **4.4.1 Aspectos relacionados ao cartão de crédito**

Na parte inicial do questionário estão elencadas 8 questões que abordam distintos aspectos referentes ao uso do cartão de crédito. Tais questões foram adaptadas de estudos

---

<sup>3</sup> Tal procedimento foi realizado somente após a coleta da assinatura do participante em todas as laudas.

desenvolvidos por Kim e DeVaney (2001), Wang, Lu e Malhotra (2011), Disney e Gathergood (2011) e Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012). As questões componentes desse bloco estão elencadas na Figura 10.

1	Você possui cartões de crédito? Quantos.
2	Do total de cartões que você possui, quantos estão sendo utilizados no momento?
3	Se a taxa de juros do cartão de crédito for muito elevada, você continua utilizando o cartão da mesma forma do que se a taxa for menor?
4	Qual a taxa de juros mensal do cartão de crédito que você utiliza com maior frequência?
5	Qual o percentual de sua renda é gasto com o pagamento do(s) seu(s) cartão (ões) de crédito?
6	Qual o valor aproximado de seu gasto mensal em todos os cartões?
7	Quanto (em reais) você possui de limite no(s) seu(s) cartão (ões) de crédito?
8	Como você usa seu cartão de crédito. Distribua os gastos entre as opções – alimentos, roupas e outros itens pessoais, pagamento de contas regulares, viagens, presentes, entretenimento, restaurante, outros.

Figura 10 – Itens que congregam o bloco: aspectos do cartão de crédito

Fonte: Elaborado com base em Kim e DeVaney (2001), Wang, Lu e Malhotra (2011), Disney e Gathergood (2011) e Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012).

#### 4.4.2 Comportamento de uso do cartão de crédito

A segunda seção congrega as questões do construto comportamento de uso do cartão de crédito (Figura 11), que visa avaliar o modo como o indivíduo gerencia o uso do cartão.

1	Meu (s) cartão(ões) de crédito geralmente está(ão) no limite máximo de crédito.
2	Frequentemente utilizo o crédito disponível em um cartão de crédito para pagar outro cartão de crédito.
3	Gasto mais quando uso cartão de crédito.
4	Preocupo-me com o pagamento das minhas dívidas do cartão de crédito.
5	Frequentemente pago o mínimo possível da minha dívida do cartão de crédito.
6	Pouco me preocupo com o preço dos produtos quando uso cartão de crédito.
7	Sou mais impulsivo nas compras quando uso cartão de crédito.
8	Sempre pago o(s) meu(s) cartão(ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros.
9	Raramente ultrapasso o limite disponível em meu(s) cartão(ões) de crédito.
10	Raramente sou inadimplente no pagamento das minhas dívidas com cartão de crédito.
11	Raramente utilizo o saque disponível do meu(s) cartão(ões) de crédito.
12	Tenho muitos cartões de crédito.

Figura 11 – Itens que congregam o bloco: Comportamento de uso do cartão de crédito

Fonte: Elaborado com base em Roberts e Jones (2001).

Esta avaliação foi realizada com base no instrumento desenvolvido por Roberts e Jones (2001), o qual é formado por 12 questões do tipo *likert* de 5 pontos, variando de

discordo totalmente (1) a concordo totalmente (5). Norvilitis e MacLean (2010) sugerem que a escala permite avaliar especificamente três itens: i) problemas no uso do cartão de crédito: permite verificar comportamentos irresponsáveis, ii) desinibição no uso do cartão de crédito: possibilita verificar a maior impulsividade do indivíduo ao utilizar o cartão em detrimento de outros meios de pagamento e, iii) conscientização no uso do cartão de crédito: permite avaliar a coerência das decisões referentes ao uso do cartão. Nessa escala, os respondentes deveriam indicar a probabilidade de manter ou não os comportamentos indicados.

#### 4.4.3 Alfabetização financeira – conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro

O terceiro bloco reúne as questões utilizadas para mensurar a alfabetização financeira. Considerando que não há um modelo universalmente aceito e validado, optou-se, nesse estudo, por mensurá-la conforme modelo proposto por Jorgensen e Savla (2010). Os autores avaliam a alfabetização com base na relação entre os construtos: conhecimento financeiro, atitude financeira e comportamento financeiro. Para mensurar a atitude financeira utilizou-se uma versão adaptada do instrumento de pesquisa elaborado por Shockey (2002) visando avaliar qual a importância atribuída pelo sujeito às boas práticas de gestão financeira. O instrumento, apresentado na Figura 12, foi composto por 9 questões avaliadas mediante uma escala do tipo *likert* de 5 pontos, onde 1 equivale a discordo totalmente e 5 equivale a concordo totalmente. Segundo a autora, quanto maior o nível de concordância parcial ou total às afirmativas melhor a atitude de gerenciamento financeiro demonstrado pelo sujeito.

1	É importante controlar as despesas mensais.
2	É importante estabelecer metas financeiras para o futuro.
3	É importante poupar dinheiro mensalmente.
4	O modo como gerencio o dinheiro hoje irá afetar meu futuro.
5	É importante ter e seguir um plano de gastos mensal.
6	É importante pagar o saldo integral dos cartões de crédito mensalmente.
7	Ao comprar a prazo, é importante comparar as ofertas de crédito disponíveis.
8	É importante passar o mês dentro do orçamento.
9	É importante investir regularmente para atingir metas de longo prazo.

Figura 12 – Questões componentes do construto Atitude financeira

Fonte: Elaborado com base em Shockey (2002).

O comportamento financeiro, por sua vez, foi mensurado a partir do instrumento elaborado por Matta (2007), com base nos estudos de Chen e Volpe (1998), Johnson (2001) e Shockey (2002). O instrumento, composto por 20 questões, avalia o comportamento de gestão financeira, crédito pessoal, consumo, investimento e poupança através de uma escala *likert* de 5 pontos (nunca, quase nunca, às vezes, quase sempre e sempre). Nesse escala, o respondente indica a probabilidade de possuir ou não possuir o comportamento indicado nas afirmativas. As questões integrantes do fator estão elencadas na Figura 13.

1	Preocupo-me em gerenciar da melhor forma o meu dinheiro.
2	Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).
3	Estabeleço metas financeiras de longo prazo que influenciam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia “X” em 1 ano).
4	Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal.
5	Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos.
6	Estou satisfeita (o) com o sistema de controle de minhas finanças.
7	Pago minhas contas sem atraso.
8	Consigo identificar os custos que pago ao comprar um produto a crédito.
9	Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas.
10	Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis.
11	Comprometo mais de 10% da minha renda mensal com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro).
12	Sempre pago o (s) meu (s) cartão (ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros.
13	Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas.
14	Poupo mensalmente.
15	Poupo visando à compra de um produto mais caro (ex.: carro).
16	Possuo uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.: desemprego).
17	Comparo preços ao fazer uma compra.
18	Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra.
19	Compro por impulso.
20	Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprá-lo à vista.

Figura 13 – Questões componentes do construto Comportamento financeiro

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Matta (2007).

Para avaliar o construto conhecimento financeiro construiu-se um índice de conhecimento baseado em questões de múltipla escolha propostas por Rooij, Lusardi e Alessie (2011) e questões desenvolvidas pelo autor fundamentadas na literatura especializada. Composto por 10 questões, o índice visa explorar o nível de conhecimento do respondente em relação a assuntos financeiros básicos – taxa de inflação, taxa de juros, valor do dinheiro no tempo, cartão de crédito – e, assuntos financeiros mais complexos – risco, retorno,

diversificação, mercado de ações, fundos de investimento e títulos públicos. A formação do índice se deu pela soma da pontuação obtida pelo respondente em cada uma das questões, sendo atribuído peso de 0,5<sup>4</sup> para cada item do instrumento. Isto posto, a pontuação do índice apresentou uma variação de 0 – pontuação obtida se o indivíduo errou todas as questões – a 5 pontos – pontuação obtida caso o respondente tenha acertado todas as questões. De acordo com a pontuação, os respondentes foram classificados como detentores de baixo nível de conhecimento financeiro (pontuação inferior a 60% do máximo, ou seja, inferior a 3 pontos), nível mediano de conhecimento financeiro (entre 60% e 79% da pontuação máxima, ou seja, entre 3 e 4 pontos) e alto nível de conhecimento financeiro (acima de 80% da pontuação máxima, ou seja, pontuação superior a 4 pontos). Tal classificação foi estabelecida por Chen e Volpe (1998). As questões que compõem o fator são apresentadas na Figura 14.

Nº	Questão	Resposta correta
1	Suponha que você tenha R\$ 100,00 em uma conta poupança a uma taxa de juros de 10% ao ano. Depois de 5 anos, qual o valor que você terá na poupança?	Mais do que R\$ 150,00
2	Imagine que a taxa de juros incidente sobre sua conta poupança seja de 6% ao ano e a taxa de inflação seja de 10% ao ano. Após 1 ano, o quanto você será capaz de comprar com o dinheiro dessa conta?	Menos do que hoje
3	Suponha que José herde R\$ 10.000,00 hoje e Pedro herde R\$ 10.000,00 daqui a 3 anos. Devido à herança, quem ficará mais rico?	Pedro
4	Qual das seguintes afirmações descreve a principal função do mercado de ações?	Permitir o encontro de pessoas que desejam vender ações com pessoas que desejam comprar
5	Considerando-se um longo período de tempo (ex.: 10 anos), qual ativo, normalmente, oferece maior retorno?	Ações
6	Qual das seguintes afirmações está correta (questão sobre fundos de investimento).	Fundos de investimento podem investir em ativos diversos, por exemplo, investir em ações e títulos.
7	Normalmente, qual ativo apresenta as maiores oscilações ao longo do tempo?	Ações
8	Quando um investidor diversifica seu investimento entre diferentes ativos, o risco de perder dinheiro?	Diminui
9	Qual o percentual mínimo da fatura do cartão de crédito deve ser pago mensalmente?	15%
10	Se sua fatura do cartão de crédito é de R\$ 1.000,00 e você paga apenas R\$ 300,00, os juros são cobrados sobre os R\$ 700,00 que não foram pagos.	Verdadeiro

Figura 14 – Itens que integram o construto Conhecimento financeiro

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Rooij, Lusardi e Alessie (2011).

<sup>4</sup> O valor de 0,5 foi fixado a critério do pesquisador.

Reunindo as questões dos fatores atitude financeira (9 questões), comportamento financeiro (20 questões) e conhecimento financeiro (10 questões), conclui-se que o construto alfabetização financeira foi mensurado através de 39 questões.

#### 4.4.4 Dívida no cartão de crédito

O bloco de questões do construto dívida no cartão de crédito teve por finalidade analisar a propensão do indivíduo em tornar-se inadimplente no cartão. Para mensurar tal fator, utilizou-se uma escala de 5 pontos (onde 1 corresponde a nunca e 5 corresponde a sempre) contendo 6 questões desenvolvidas com base em Wang, Lu e Malhotra (2011). Além dessa escala de caráter subjetivo, utilizou-se uma questão aberta elaborada com base nos estudos de Norvilitis et al. (2006), que questionou o respondente quanto ao valor de sua dívida no cartão de crédito. Na etapa de exposição dos resultados obtidos mediante a aplicação de testes de estatística descritiva, empregaram-se tanto as questões de caráter subjetivo quanto as de caráter objetivo. Já, na etapa de validação dos construtos e validação do modelo integral, optou-se por utilizar somente as questões subjetivas, uma vez que muitos participantes optaram por não responder a essa questão, colocando em xeque sua credibilidade. As 7 questões utilizadas para mensurar o construto são apresentadas na Figura 15.

1	Opto por parcelar o pagamento dos produtos adquiridos com cartão de crédito.
2	Dependo do cartão de crédito para pagar despesas corriqueiras.
3	Nos últimos 12 meses, deixei de pagar a fatura integral do cartão de crédito.
4	Nos últimos 12 meses, paguei somente a fatura mínima exigida.
5	Nos últimos 12 meses, recorra ao saque disponível no cartão de crédito.
6	Nos últimos 12 meses, estourei o limite do cartão de crédito.
7	Qual o valor aproximado de sua dívida atual no cartão de crédito, devido ao não pagamento da fatura integral.

Figura 15 – Itens que congregam o construto Dívida no cartão de crédito

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Wang, Lu e Malhotra (2011), Norvilitis et al. (2006), Lyons (2007).

#### 4.4.5 Materialismo

A fim de analisar o nível de materialismo apresentado pelos respondentes utilizou-se a escala de valores materialistas validada, em âmbito brasileiro, por Moura (2005) e, originalmente proposta por Richins e Dawson (1992). Optou-se pela escala de Richins e Dawson (1992) em detrimento da escala de Belk (1985) pelo fato de i) a primeira ser mais utilizada em estudos sobre cartão de crédito, ii) apresentar maior nível de confiabilidade (*Alpha de Cronbach*) e, iii) já ter sido utilizada pelo pesquisador em estudos anteriores e ter apresentado resultados satisfatórios. O construto composto por 9 variáveis, avaliadas mediante uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (onde 1 equivale a discordo totalmente e 5 equivale a concordo totalmente) mensura 3 dimensões do materialismo – sucesso, centralidade e felicidade. Apesar de o construto ser tridimensional, Richins (2004) afirma que o mesmo mensura, na sua totalidade, o nível de materialismo. Sendo assim, para fins desse estudo, não serão consideradas as três dimensões separadamente, mas sim, todas as variáveis juntas mensurando diretamente o materialismo. As questões componentes do construto estão elencadas na Figura 16.

1	Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.
2	Gosto de gastar dinheiro com coisas caras.
3	Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.
4	Comprar coisas me dá muito prazer.
5	Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.
6	Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.
7	Gosto de muito luxo em minha vida.
8	Fico incomodado (a) quando não posso comprar tudo que quero.
9	Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.

Figura 16 – Variáveis integrantes do construto Materialismo

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Moura (2005).

#### 4.4.6 Valores do dinheiro

Visando verificar qual o significado que os respondentes atribuem ao dinheiro aplicou-se a Escala de Significado do Dinheiro proposta por Moreira (2000). A autora identificou

nove dimensões do dinheiro – progresso, cultura, desigualdade, poder, desapego, conflito, prazer, estabilidade e sofrimento – distribuídas em 82 itens. No presente trabalho, devido à necessidade de abordar os demais fatores, optou-se por aplicar uma versão reduzida da escala. Como critério de escolha, julgou-se pertinente selecionar uma variável para cada dimensão, perfazendo, assim, um total de 9 questões. Os itens integrantes do construto (Figura 17) foram mensurados por meio de uma escala *likert* de 5 pontos, onde 1 equivale a discordo totalmente e 5 equivale a concordo totalmente.

1	Dinheiro ajuda a ser feliz.
2	Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros.
3	Dinheiro gera desconfiança entre as pessoas.
4	Quero apenas o dinheiro necessário para minha sobrevivência.
5	Dinheiro provoca angústia.
6	O dinheiro constrói um mundo melhor.
7	Quem tem dinheiro é valorizado socialmente.
8	Ficarei completamente realizado quando atingir a situação que determinei pra mim.
9	Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas.

Figura 17 – Itens que compõem o construto Valores do Dinheiro

Fonte: Elaborado com base em Moreira (2000).

#### 4.4.7 Compras compulsivas

Para mensurar a presença de comportamentos de compra compulsiva empregou-se a escala de compra compulsiva desenvolvida originalmente por Faber e O’Guinn (1992) e adaptada e validada para o Brasil por Leite et al. (2011). Formado por 7 questões avaliadas por meio de uma escala de 5 pontos (variando de 1 (nunca) a 5 (sempre)), o instrumento avalia a tendência de o respondente possuir comportamentos compulsivos. Segundo os autores, quanto maior o número de respostas “quase sempre” e “sempre” maior a probabilidade de o sujeito ser um comprador compulsivo. As questões integrantes do construto estão elencadas na Figura 18.

1	Se sobra algum dinheiro no fim do mês, tenho que gastá-lo.
2	Sinto que os outros poderiam ficar horrorizados se soubessem dos meus hábitos de compra.
3	Já emiti cheques para comprar coisas mesmo sabendo que não havia dinheiro no banco para cobri-lo.
4	Compro coisas apesar de não conseguir pagar por elas.
5	Compro coisas para me sentir melhor comigo mesmo.
6	Sinto-me ansioso ou nervoso nos dias que não vou às compras.
7	Frequentemente pago o mínimo possível da minha dívida do cartão de crédito

Figura 18 – Questões componentes do construto compras compulsivas

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Leite et al. (2011).

#### 4.4.8 Bem-estar financeiro

Com o objetivo de identificar quão bem o respondente se sente financeiramente utilizou-se a escala de bem-estar financeiro proposta por Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003). Composta por 7 questões, o instrumento (Figura 19) foi avaliado por meio de uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (onde 1 corresponde a discordo totalmente e 5 corresponde a concordo totalmente).

1	Sinto-me desconfortável com a quantia que devo.
2	Preocupo-me constantemente com o pagamento de minhas dívidas.
3	Sinto-me financeiramente satisfeito.
4	Acredito que estou em uma boa situação financeira.
5	Penso muito em minhas dívidas.
6	Tenho tido discussões com outras pessoas (pais, amigos, esposo(a), outros) devido as minhas dívidas.
7	Daqui a um ano pretendo não ter dívidas de cartão de crédito.

Figura 19 – Questões componentes do construto Bem-estar financeiro

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003).

#### 4.4.9 Emoções

Na nona seção do questionário, os respondentes foram indagados a respeito das questões emocionais relacionadas à dívida. Para isto, empregou-se um instrumento fundamentado nos estudos de Disney e Gathergood (2011), utilizando para sua mensuração

uma escala de 5 pontos (muito improvável (1), improvável (2), incerto (3), provável (4), muito provável (5)). Segundo os autores, quanto maior o número de respostas “provável” e “muito provável”, assinaladas pelo respondente, maior a propensão do mesmo ter seu bem-estar emocional negativamente influenciado pela posse de dívidas. As 7 questões integrantes do construto são expostas na Figura 20.

1	Sentiria-me envergonhado (a).
2	Sentiria-me nervoso (a).
3	Sentiria-me deprimido (a).
4	Minha relação familiar seria prejudicada.
5	Meu rendimento profissional/escolar seria afetado.
6	Meu sono seria afetado.
7	Meus hábitos alimentares seriam afetados.

Figura 20 – Questões integrantes do construto Emoções

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Disney e Gathergood (2011).

#### 4.4.10 Perfil

Na última seção estão listadas as questões referentes ao perfil do respondente, representadas por aspectos demográficos, culturais e econômicos. Tais questões, de múltipla escolha, foram elaboradas pelo autor seguindo a classificação fornecida pelo IBGE. As 8 questões integrantes da seção estão apresentadas na Figura 21.

1	Gênero	6	Grau de escolaridade
2	Idade	7	Com relação à raça, você se considera .
3	Estado civil	8	Com relação à ascendência, você é.
4	Possui filhos. Se sim, quantos?	9	Ocupação
5	Possui dependentes. Se sim quantos?	10	Renda

Figura 21 – Questões integrantes da seção Perfil

Fonte: Elaborado pelo autor com base no IBGE.

A Figura 22 apresenta um resumo das questões abordadas na pesquisa contendo o assunto de cada pergunta, as variáveis componentes e as referências utilizadas para elaborar o instrumento de coleta de dados. O questionário completo está apresentado no Apêndice C.

<b>Tema</b>	<b>Variáveis componentes</b>	<b>Referências</b>
Endividamento com cartão de crédito	Medida subjetiva (6 questões) Medida objetiva (1 questão)	Adaptado de Wang, Lu e Malhotra (2011) Norvilitis et al. (2006)
Uso do cartão de crédito	12 questões	Roberts e Jones (2001)
Alfabetização financeira	Conhecimento financeiro (10 questões) Comportamento financeiro (20 questões) Atitude financeira (9 questões)	Rooij, Lusardi e Alessie (2011) Matta (2007) Shockey (2002)
Valores do dinheiro	9 questões	Moreira (2002)
Compra compulsiva	7 questões	Desenvolvida originalmente por Faber e O'Guinn (1992) e adaptada e validada para o Brasil por Leite et al. (2011).
Bem-estar financeiro	7 questões	Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003)
Emoções	7 questões	Disney e Gathergood (2011)
Perfil dos respondentes considerando variáveis demográficas e culturais	Gênero	Elaborado pelo autor
	Idade	Elaborado pelo autor
	Estado civil	Elaborado pelo autor
	Número de filhos	Elaborado pelo autor
	Número de dependentes	Elaborado pelo autor
	Grau de escolaridade	Elaborado pelo autor
	Raça	Classificação IBGE
	Ascendência	Elaborado pelo autor
	Ocupação	Elaborado pelo autor
Renda própria	Classificação IBGE	
Utilização do Crédito	Número de cartões de crédito	Elaborado pelo autor
	Utilização de cartões de crédito	Kim e DeVaney (2001)
	Taxa de juros do cartão de crédito	Kim e DeVaney (2001)
Utilização do Crédito	Conhecimento do valor da taxa de juros do cartão	Mendes-Da-Silva, Nakamura, Moraes (2012)
	Limite do cartão de crédito	Wang, Lu e Malhotra (2011)
	Porcentagem da renda destinada ao pagamento do cartão de crédito	Elaborado pelo autor
	Distribuição dos gastos/compras realizados com o cartão de crédito.	Elaborado pelo autor

Figura 22 – Síntese do instrumento de coleta de dados

Fonte: Elaborado pelo autor.

#### 4.5 Definição de termos e variáveis

Os construtos a serem analisados neste estudo, abordados na revisão de literatura, basearam-se nas pesquisas de Rooij, Lusardi e Alessie (2011), Shockey (2002), Matta (2007), Moura (2005), Moreira (2000), Faber e O'Guinn (1992), Roberts e Jones (2001), Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003), Wang, Lu e Malhotra (2011) e Norvilitis et al. (2006). A partir desses construtos, o instrumento de pesquisa, o qual sustentou o levantamento dos dados quantitativos, avaliou o materialismo, alfabetização financeira, valores do dinheiro, compras compulsivas, uso do cartão de crédito, dívida no cartão de crédito, bem-estar financeiro e emoções. A Figura 23 apresenta os construtos, suas variáveis componentes, bem como, suas definições.

Construto	Variáveis	Definição
Uso do cartão de crédito	11 a 22	Congrega questões que visam a avaliar o comportamento mantido pelo indivíduo na gestão do cartão de crédito.
Alfabetização financeira	23 a 50 63 a 72	Congrega questões que visam avaliar os conhecimentos, atitudes e comportamentos necessários para a tomada de decisão e o alcance do bem-estar.
Endividamento com cartão de crédito	7 51 a 56	Contém itens que identificam o saldo devedor remanescente após o pagamento da fatura mensal.
Compras compulsivas	15 57 a 62	Contém questões que objetivam avaliar a presença de comportamentos compulsivos de consumo.
Materialismo	73 a 81	Os itens desse construto indicam a importância atribuída pelo sujeito à posse e à aquisição de bens materiais no alcance de objetivos de vida ou estados desejados.
Valores do dinheiro	82 a 90	Os itens deste construto estão relacionados ao comportamento demonstrado pelo indivíduo em relação dinheiro.
Bem-estar financeiro	91 a 97	O conteúdo dos itens refere-se ao grau em que o indivíduo preocupa-se com sua situação financeira atual e futura.
Emoções	99 a 105	Os itens desse construto revelam os efeitos emocionais negativos ocasionados pela posse de dívidas no cartão de crédito.

Figura 23 – Definição de termos e variáveis

Fonte: elaborado com base em Rooij, Lusardi e Alessie (2011), Shockey (2002), Matta (2007), Moura (2005), Moreira (2000), Faber e O'Guinn (1992), Roberts e Jones (2001), Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003), Wang, Lu e Malhotra (2011) e Norvilitis et al. (2006).

Tendo em mente tais definições, partiu-se para a descrição das técnicas de coleta de dados.

#### 4.6 Técnicas de análise dos resultados

Para a análise dos dados, coletados a partir dos questionários aplicados junto aos usuários de cartão de crédito, foram utilizadas as técnicas de estatística descritiva e análise multivariada, as quais foram aplicadas através dos *softwares* SPSS 18.0® e Amos™. Anteriormente à análise, procedeu-se ao tratamento dos dados, em específico ao tratamento dos dados perdidos (*missing values*). Como todos os questionários que apresentaram mais de 10% de questões não respondidas foram excluídos da análise, houve baixa frequência de dados perdidos e de não respostas entre os questionários remanescentes, fazendo com que se optasse por substituí-los pelo valor médio daquela variável, conforme recomendação de Hair et al. (2009).

Em um primeiro momento, calculou-se a estatística descritiva das variáveis visando caracterizar a amostra e descrever o comportamento dos indivíduos em relação a cada um dos oito construtos pesquisados – alfabetização financeira, materialismo, compras compulsivas, valores do dinheiro, uso do cartão de crédito, dívida no cartão de crédito, bem-estar financeiro e emoções. Com o objetivo de traçar um panorama geral do perfil dos respondentes foi calculada a frequência. Já, para melhor compreender o comportamento, as opiniões e atitudes dos indivíduos, no que tange aos fatores investigados realizaram-se os cálculos da média, mediana e desvio-padrão.

A fim de verificar as relações estabelecidas entre as variáveis demográficas, culturais e as características do cartão de crédito com os construtos investigados, aplicaram-se os testes de diferença de média (teste *t*) e análise de variância (ANOVA). Para averiguar as diferenças de média entre dois grupos (por exemplo: gênero) foi utilizado o teste *t* de *Student*, o qual compara a média de uma variável em um grupo com a média da mesma variável em outro grupo. Para esse teste tem-se como hipótese nula: “não existem diferenças significativas entre os dois grupos”. A fim de determinar se o teste *t* é homocedástico ou heterocedástico aplicou-se o teste de igualdade de variâncias, conforme Pestana e Gageiro (2003). Já para variáveis com mais de dois grupos (por exemplo: faixa etária, estado civil, renda, nível de escolaridade) aplicou-se a análise de variância (ANOVA), a qual permite comparar, simultaneamente, a média de vários grupos utilizando variáveis contínuas. Para esse teste considerou-se como hipótese nula: “não existem diferenças significativas entre as médias observadas”.

Na sequência, com o intuito de validar cada um dos construtos e validar globalmente o modelo utilizou-se a técnica de Modelagem de Equações Estruturais (MEE). Trata-se de uma

técnica multivariada que, ao combinar aspectos da regressão múltipla e da análise fatorial, possibilita estimar, de forma simultânea, uma série de relações de dependência (HAIR et al., 2009). Hoyle (1995) define a MEE como uma abordagem estatística que tem por finalidade testar hipóteses estabelecidas a partir da relação entre variáveis latentes (também conhecidas como construtos<sup>5</sup>) – conceito teorizado e não observado que pode apenas ser aproximado por variáveis observáveis – e, variáveis manifestas – valor observado de um item específico obtido a partir dos respondentes.

A Modelagem de Equações Estruturais, que teve seu desenvolvimento teórico e prático iniciado na década de 1970, vem sendo cada vez mais utilizada na realização de pesquisas no campo das ciências sociais e comportamentais devido a sua capacidade para avaliar, concomitantemente, o ajuste dos modelos de mensuração e estrutural (HOYLE, 1995). Enquanto o modelo de mensuração especifica como as variáveis latentes são mensuradas em termos das variáveis manifestas e descreve as propriedades de mensuração (confiabilidade e validade) das variáveis observadas, o modelo estrutural especifica o efeito direto (relacionamento direto entre duas variáveis) e indireto (efeito que uma variável independente exerce sobre uma variável dependente através de uma ou mais variáveis intervenientes) entre as variáveis latentes de interesse sendo usado também para descrever a quantidade de variância explicada (SCHUMACKER; LOMAX, 1996). Para Hair et al. (2009), o modelo de mensuração deve ser compreendido como um submodelo, no qual são especificados os indicadores de cada construto e, o modelo estrutural deve ser entendido como o conjunto de uma ou mais relações de dependência que conectam os construtos hipotetizados.

A MEE caracteriza-se como uma técnica confirmatória baseada na matriz de covariância ou na matriz de correlação, sendo a matriz de covariância mais indicada para a validação de relações causais pelo fato de indicar a variância total dos construtos envolvidos no modelo e, a matriz de correlação mais indicada na comparação direta entre os coeficientes pelo fato de as variáveis estarem padronizadas.

Um dos pontos que devem ser observados na utilização da MEE é o tamanho da amostra, dado que o mesmo é crucial para a correta estimação e interpretação dos resultados (HAIR et al., 2009). Embora não haja um critério único no que se refira ao tamanho amostral, várias perspectivas têm sido oferecidas. Segundo Schumacker e Lomax (1996), a amostra deve ser de no mínimo 150 casos, enquanto para Hair et al. (2009) deve haver no mínimo 200

---

<sup>5</sup> Nesse estudo, os termos fator e construto são utilizados como sinônimos.

observações. Para Landis, Beal e Tesluk (2000), o tamanho mínimo amostral deve ser significativamente maior que o número de covariâncias ou correlações na matriz de entrada dos dados. Nesse sentido, deve haver uma proporção mínima de 5 respondentes para cada parâmetro estimado (5:1), sendo mais adequada uma proporção de 10 respondentes por parâmetro (10:1) quando os dados violam a suposição de normalidade (HAIR et al., 2009). Considerando que o presente estudo apresenta 135 parâmetros, o tamanho mínimo amostral, se seguida a regra do número de respondentes por parâmetros, deve ser igual a 1.350. Tendo em mente que a amostra mínima estabelecida foi de 1.538 indivíduos, conclui-se que não haverá problemas quanto ao tamanho amostral.

Na etapa de estimação, utilizou-se a estratégia de desenvolvimento do modelo de equações estruturais. Nesse caso, o pesquisador deve desenvolver um arquétipo inicial, o qual será melhorado por meio de modificações no modelo de mensuração ou no modelo estrutural. O objetivo do pesquisador ao adotar essa estratégia é construir um desenho de pesquisa inicial que faça sentido do ponto de vista teórico e que tenha correspondência estatística com os dados (KLINE, 1998). Para Hair et al. (2009), como a MEE está embasada em relações de causalidade, o pesquisador, ao construir o modelo inicial, deve garantir a associação entre as variáveis, a antecedência temporal da causa sobre o efeito, a ausência de variáveis causais alternativas (erro de especificação) e o embasamento teórico adequado para a explicação do relacionamento.

Após desenvolver o modelo teórico e representá-lo em um diagrama de caminhos<sup>6</sup>, buscou-se, em um primeiro momento, transformar o diagrama estabelecido em um modelo de mensuração objetivando verificar se as variáveis operacionais utilizadas para a mensuração dos construtos são significativas e fidedignas para, na sequência, estabelecer o modelo estrutural. Para testar se as variáveis manifestas utilizadas para mensurar os construtos apresentam níveis adequados de fidedignidade empregou-se a Análise Fatorial Confirmatória (AFC). A AFC envolve a especificação e estimação de um ou mais modelos hipotéticos de estrutura fatorial, onde cada um dos modelos propõe um conjunto de variáveis latentes que devem ser consideradas a fim de se obter covariâncias em um conjunto de variáveis observadas (KOUFTEROS, 1999). Para Hair et al. (2009), a AFC se caracteriza como um modelo de mensuração das relações entre as variáveis latentes e manifestas possibilitando a avaliação da confiabilidade e validade dos construtos.

---

<sup>6</sup> Representação gráfica das relações de causalidade formada basicamente por construtos e setas.

Depois de estabelecidos, o modelo de mensuração e o modelo estrutural, partiu-se para a escolha do tipo de matriz de entrada, dos critérios para a estimação dos parâmetros e do processo de estimação a ser utilizado. A MEE, por não enfatizar observações individuais, utiliza somente a matriz de variância-covariância (preserva as escalas) ou a matriz de correlação (padroniza as escalas, sem as preservar) como entrada dos dados. Nesse estudo optou-se pelo uso da matriz de variância-covariância pelo fato de a mesma satisfazer as suposições da metodologia e ser mais adequada para a validação de relações causais (HAIR et al., 2009).

Entre os vários procedimentos para a estimação da matriz de parâmetros abordados pela literatura (mínimos quadrados ordinários, mínimos quadrados generalizados, mínimos quadrados ponderados), a estimação de máxima verossimilhança, empregada nesse estudo, destaca-se como a mais utilizada. Quanto aos processos de estimação, Hair et al. (2009) apontam quatro métodos como sendo os de maior utilização: estimação direta, simulação, *bootstrapping* e *jackknife*. Para esse estudo, definiu-se a utilização do processo de estimação direta. Nesse processo, tanto a estimativa de parâmetro quanto o seu intervalo de confiança, o qual é calculado por meio do erro amostral, são estimados com base em uma única amostra.

Na sequência avaliou-se a identificação do modelo estrutural. Na prática, para se obter um modelo identificado, entendido como aquele que apresenta graus de liberdade suficientes para estimar os parâmetros desconhecidos, é necessário que cada construto seja formado por três ou mais indicadores. Caso sejam encontrados problemas de identificação, a literatura recomenda a adoção de algumas medidas corretivas tais como: i) fixar as variâncias dos erros de mensuração dos construtos; ii) fixar quaisquer coeficientes estruturais que são seguramente conhecidos e; iii) eliminar variáveis problemáticas (HAIR et al., 2009).

Depois de confirmada a identificação do modelo, partiu-se para a avaliação dos critérios de ajuste. Segundo Hoyle (1995), a qualidade de ajuste mede a correspondência da matriz de covariância real ou observada com aquela prevista pelo modelo proposto. Em outras palavras, a qualidade de ajuste determina o quanto o modelo de equações estruturais se ajusta aos dados da amostra (SCHUMACKER; LOMAX, 1996). Previamente à avaliação dos critérios, verificou-se a existência de possíveis estimativas transgressoras como, por exemplo, a presença de variâncias negativas, correlações entre construtos muito próximas ou superiores a 1 e erros padrão muito elevados. Depois de confirmada a inexistência de estimativas transgressoras, avaliou-se a qualidade de ajuste geral do modelo.

As medidas de ajuste utilizadas para verificar a adequação do modelo de mensuração e do modelo estrutural são classificadas em três categorias principais (SCHUMACKER; LOMAX, 1996).

- a) Medidas absolutas – avaliam o grau em que o modelo global prediz a matriz de covariância ou correlação observada. Em outras palavras, tais índices determinam o quão bem um modelo *a priori* se ajusta aos dados amostrais (HOOPER; COUGHLAN; MULLEN, 2008).
- b) Medidas incrementais – permitem comparar o modelo proposto a um modelo base, denominado modelo nulo (assume que todas as variáveis observadas são não-correlacionadas), com o objetivo de verificar a adequação da mensuração dos construtos e;
- c) Medidas de parcimônia – possibilitam a realização de comparações entre modelos com diferentes níveis de complexidade.

Nesse estudo, utilizaram-se índices de ajuste absolutos – estatística *Qui-quadrado* ( $\chi^2$ ), *Root Mean Squares Residual* (RMR), *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), *Goodness-of-Fit Index* (GFI) – e, índices de ajuste comparativos – *Comparative Fit Index* (CFI), *Normed Fit Index* (NFI) e *Tucker-Lewis Index* (TLI) – (SCHUMACKER, LOMAX, 1996; GARVER, MENTZER, 1999; HAIR et al., 2009). Na sequência é apresentada uma breve descrição de cada um dos índices.

- *Estatística  $\chi^2$  (qui-quadrado)*: medida fundamental para avaliar o ajuste do modelo global e quantificar as discrepâncias de magnitude e significância entre as matrizes de covariância observada ( $\Sigma$ ) e estimada ( $\Sigma\Theta$ ) a partir do teste da hipótese  $H_0: \Sigma = \Sigma\Theta$  (HAIR et al., 2009). A obtenção de um  $\chi^2$  significativo (rejeição de  $H_0$ ) indica que as matrizes observada e estimada são estatisticamente diferentes. Já, a obtenção de um  $\chi^2$  não significativo (não rejeição de  $H_0$ ) sugere que as duas matrizes não são estatisticamente diferentes (SCHUMACKER; LOMAX, 1996). Para confirmar a adequação do modelo é necessário obter um valor de  $\chi^2$  não-significativo (coeficiente de significância superior a 0,05), o qual indica que os dados se ajustam ao modelo (SCHUMACKER; LOMAX, 1996).

Por ser considerado um teste de estatística de ajuste, a sua utilização apresenta limitações. Uma das limitações refere-se ao pressuposto de normalidade multivariada. Graves desvios de normalidade podem resultar na rejeição do modelo ainda que o mesmo se encontre corretamente especificado. Outra limitação diz respeito à sensibilidade ao tamanho amostral (GARVER; MENTZER, 1999). À medida que o tamanho da amostra aumenta (> 200 casos) o

teste tende a apresentar resultados significativos para modelos equivalentes. De forma contrária, à proporção que o tamanho da amostra diminui ( $< 100$ ), o teste tende a apresentar probabilidades não significativas. Para minimizar o impacto do tamanho amostral, pesquisadores tem utilizado a estatística proposta por Wheaton et al. (1977), na qual é calculada a razão entre o valor do  $\chi^2$  e os graus de liberdade ( $gl$ ) ( $\chi^2/gl$ ). Embora não haja consenso sobre o ponto de corte dessa estatística, as recomendações oscilam entre valores inferiores a três (KLINE, 1998) e valores inferiores a cinco (HAIR et al., 2009).

- *Root Mean Square Residual (RMR)*: corresponde à covariância residual média entre as matrizes observadas e estimadas sendo utilizado para comparar o ajuste de dois modelos diferentes elaborados a partir da mesma base de dados (SCHUMACKER; LOMAX, 1996). Os resíduos são as quantias pelas quais as variâncias e covariâncias observadas diferem das correspondentes variâncias e covariâncias estimadas. Quando o ajuste do modelo é perfeito, ou seja, quando não há resíduos, o RMR assume valor zero. À proporção que aumenta a discrepância média entre as covariâncias observadas e previstas aumenta, igualmente, o valor do índice. De acordo com Hair et al. (2009), valores inferiores a 0,08 são considerados aceitáveis em estudos com amostras superiores a 250 observações. Hooper et al. (2008), por sua vez, consideram que valores inferiores a 0,05 fornecem um melhor ajustamento do modelo. O índice RMR é calculado conforme a Equação 2 desenvolvida por Hu e Bentler em 1999 (KLINE, 2011).

$$RMR = \sqrt{\sum_{g=1}^G \theta \left\{ \sum_{i=1}^{p_g} \theta \sum_{j=1}^{j \leq 1} \theta \left( \hat{s}_{ij}^{(g)} - \sigma_{ij}^{(g)} \right) \right\} / \sum_{g=1}^G p^{*(g)}} \quad (2)$$

- *Root Mean Square Error of Aproximation (RMSEA)*: representa a discrepância entre a matriz de covariância observada e estimada pelo grau de liberdade (GARVER; MENTZER, 1999). Difere do índice RMR devido à discrepância das matrizes ser mensurada em termos da população e não da amostra usada para estimação. Nesse sentido, o valor obtido é representativo da qualidade de ajuste que poderia ser obtida se o modelo fosse estimado na população (HAIR et al., 2009). Valores inferiores a 0,08 são considerados aceitáveis, já valores inferiores a 0,03 indicam um ajuste excelente do modelo (GARVER; MENTZER, 1999). O índice RMSEA, desenvolvido por Steiger em 1990 (KLINE, 2011), é obtido conforme as expressões da Equação 3.

$$RMSEA = \sqrt{\frac{x^2 - gl_{\text{proposto}}}{(N - 1)}} \quad (3)$$

Onde  $x^2$  é o valor do qui-quadrado,  $gl_{\text{proposto}}$  corresponde aos graus de liberdade do modelo proposto e  $N$  é o tamanho da amostra.

- *Goodness-of-Fit Index* (GFI): mensura a quantidade de variância e covariância da matriz observada que é predita pela matriz estimada (SCHUMACKER; LOMAX, 1996). Em outras palavras, representa o grau geral de ajuste, não sendo ponderada em termos dos graus de liberdade (HAIR et al., 2009). O índice possui limites<sup>7</sup> entre 0 e 1, onde 1 indica um perfeito ajustamento do modelo (AMATO; VINZI; TENENHAUS, 2004). Tradicionalmente, valores iguais ou superiores a 0,9 são considerados adequados. Porém, nos casos em que as cargas fatoriais e o tamanho amostral são pequenos, recomenda-se valores superiores a 0,95. O GFI é obtido conforme a expressão da Equação 4.

$$GFI = 1 - \frac{F}{F_b} \quad (4)$$

Onde  $F$  é o valor mínimo da função discrepância e  $F_b$  é obtido mediante avaliação dos graus de liberdade.

- *Normed Fit Index* (NFI): indica a proporção em que o ajuste do modelo proposto é melhor que o ajuste do modelo nulo. O modelo nulo representa o pior cenário possível, uma vez que determina que todas as variáveis são não-correlacionadas. Se o NFI é igual a 0,8, por exemplo, o ajuste total do modelo do pesquisador é 80% melhor que o modelo nulo estimado com a mesma amostra (KLINE, 1998). Os valores para essa estatística variam entre 0 e 1 sendo recomendados valores superiores a 0,95 (HOOPER; COUGHLAN; MULLEN, 2007). O índice NFI pode ser expresso por meio da Equação 5.

$$NFI = \Delta_1 = 1 - \frac{C}{C_b} = 1 - \frac{F}{F_b} \quad (5)$$

Onde  $C = nF$  é a mínima discrepância do modelo avaliado e  $C_b = nF_b$  é a mínima discrepância do modelo base.

---

<sup>7</sup> Em casos de sobreidentificação, o índice pode assumir valores negativos ou superiores a 1 (KLINE, 1998).

- *Comparative Fit Index (CFI)*: o índice é uma versão revisada da estatística NFI que leva em consideração o tamanho da amostra, sendo, por esse motivo, pouco afetado por tal fator. Tendo como pressuposto que todas as variáveis latentes são não-correlacionadas, o índice compara globalmente os modelos estimado e nulo (HAIR et al., 2009). O valor do CFI indica a proporção das covariâncias observadas que podem ser explicadas pelo modelo. O índice varia entre 0 e 1, sendo que valores superiores a 0,95 são considerados adequados (BENTLER; HU, 1999 apud HOOPER; COUGHLAN; MULLEN, 2007). O índice CFI é estimado mediante a expressão da Equação 6.

$$CFI = 1 - \frac{\max(C-d,0)}{\max(C_b-d_b,0)} = 1 - \frac{NCP}{NCP_b} \quad (6)$$

Onde C, d e NCP correspondem, respectivamente, à discrepância, graus de liberdade e estimativa do parâmetro não centralizado para o modelo que está sendo avaliado. Já, C<sub>b</sub>, d<sub>b</sub> e NCP<sub>b</sub> correspondem, na devida ordem, à discrepância, graus de liberdade e estimativa do parâmetro não centralizado para o modelo base.

- *Tucker-Lewis Index* ou *Non-Normed Fit Index (NNFI)*: apresenta interpretação similar ao NFI incluindo uma medida de ajuste para a complexidade do modelo (KLINE, 1998). O índice combina uma medida de parcimônia com um índice comparativo entre os modelos proposto e nulo, resultando em valores que variam entre 0 e 1, sendo que valores superiores a 0,95 são considerados satisfatórios (BENTLER; HU, 1999 apud HOOPER; COUGHLAN; MULLEN, 2007). Essa medida pode ainda ser empregada para comparar modelos alternativos pela substituição do modelo nulo pelo alternativo. A Equação 7 representa o índice TLI.

$$TLI = p_2 = \frac{\frac{C_b C}{d_b d}}{\frac{C_b}{d_b} - 1} \quad (7)$$

Onde C e d equivalem ao desvio e aos graus de liberdade do modelo a ser avaliado e, C<sub>b</sub> e d<sub>b</sub> equivalem ao desvio e aos graus de liberdade do modelo base.

Outra medida que deve ser observada na avaliação dos modelos de mensuração e estrutural diz respeito à significância dos coeficientes estimados. Para verificar se os coeficientes ou cargas fatoriais foram significativos, a um nível de confiança de 95%, realizou-se o Teste *t* dos valores obtidos. Na Análise Fatorial Confirmatória, além de observar

a significância estatística dos coeficientes, é necessário observar a magnitude da carga fatorial, a qual deve ser superior a 0,4 (HAIR et al., 2009). As variáveis que apresentaram carga fatorial inferior a esse valor foram excluídas do modelo.

Uma vez mensurados os índices de ajuste, foram avaliadas a unidimensionalidade, confiabilidade e validade convergente de cada construto, seguindo recomendação de Garver e Mentzer (1999) e Hair et al. (2009).

A unidimensionalidade do construto indica o grau em que um conjunto de itens representa apenas um construto ou ainda a existência de um construto subjacente a um conjunto de itens (GARVER; MENTZER, 1999). Sua avaliação foi realizada a partir da identificação dos resíduos padronizados relativos aos indicadores de cada variável latente. Resíduos padronizados com valores elevados podem indicar que os itens não são unidimensionais, ou seja, são inadequados. Nesse sentido, foram considerados unidimensionais os construtos que apresentaram, para um nível de significância de 5%, resíduos padronizados inferiores a 2,58 (HAIR et al., 2009).

A confiabilidade indica o grau de consistência interna entre os múltiplos indicadores de um construto, referindo-se, dessa forma, à extensão na qual um mesmo instrumento de medida produz resultados coerentes a partir de diversas mensurações (SCHUMACHER; LOMAX, 1996). Segundo Hair et al. (2009), medidas mais confiáveis fornecem ao pesquisador maior segurança de que os indicadores individuais são todos consistentes em suas mensurações.

Para avaliar o nível de confiabilidade dos construtos usou-se o *Alpha de Cronbach*, o qual verifica a consistência interna de uma escala agregada com base na correlação média entre os pares de indicadores. Índices de confiabilidade superiores a 0,7 têm sido considerados satisfatórios para pesquisas em geral. Já, para pesquisas de natureza exploratória, valores superiores a 0,6 têm sido considerados aceitáveis (HAIR et al., 2009). Pelo fato de o *Alpha de Cronbach* mostrar-se limitado, se considerado o número de indicadores presentes em uma escala (escalas com maior número de indicadores tendem a ser mais confiáveis), utilizou-se a Variância Média Extraída como uma medida complementar de confiabilidade dos construtos. A variância extraída reflete o montante geral de variância nos indicadores oriundos do construto latente. Valores elevados de variância extraída indicam que as variáveis manifestas, efetivamente, representam as variáveis latentes. Valores superiores a 0,5 são considerados aceitáveis (HAIR et al., 2009).

A validade convergente mede o quanto a variável latente está positivamente relacionada com as variáveis manifestas designadas para mensurar a mesma variável latente

(GARVER; MENTZER, 1999). Para testá-la, observou-se a magnitude e a significância estatística dos coeficientes padronizados e a adequação dos índices de ajuste anteriormente detalhados.

Após a aplicação das técnicas para a avaliação e validação do modelo de mensuração, foi construído e avaliado o modelo integrado, o qual agrega tanto o modelo de mensuração quanto o modelo estrutural. Nesta etapa, teve-se por objetivo avaliar a estrutura teórica hipotetizada, isto é, as relações entre os construtos e as variáveis propostas no modelo. Para a construção do modelo empregou-se a estratégia de aprimoramento, na qual, a partir de um modelo inicialmente proposto, são feitas uma série de reespecificações, esperando melhorar o ajuste do modelo mantendo, entretanto, a conformidade com a teoria subjacente (HAIR et al., 2009). No procedimento de ajuste, os coeficientes de regressão não significativos foram retirados, sendo incorporadas covariâncias não previstas inicialmente. É importante destacar que a incorporação de novas covariâncias somente foi realizada quando houve suporte teórico.

Para a avaliação do modelo integrado, seguindo a recomendação de Kline (1998), verificou-se a significância estatística dos coeficientes de regressão estimados a fim de avaliar a estrutura teórica hipotetizada e os índices de ajuste do modelo. Os índices de ajuste foram os mesmos já utilizados para a validação do modelo de mensuração (Qui-quadrado, RMR, RMSEA, GFI, CFI, NFI, TLI). Os coeficientes da regressão e suas significâncias estatísticas, avaliados através do teste *t*, indicam a força das relações causais entre os diversos construtos do modelo e permitem a confirmação ou rejeição das hipóteses de pesquisa.

Por fim e de forma complementar, os coeficientes foram estimados pela técnica *bootstrapping* de modo a confirmar a robustez do modelo. Nessa estimação, a amostra original é refeita um número específico de vezes para gerar amostras aleatórias. O modelo é reestimado para cada amostra e as estimativas dos parâmetros são calculadas como a média das estimativas em todas as amostras (HAIR et al., 2009). Nesse estudo, utilizou-se o processo de *bootstrapping* disponível no *software* AMOS<sup>TM</sup>, estimados com tamanho amostral de 1000, conforme sugerido por Cheung e Lau (2008).

A Figura 24 traz uma síntese das técnicas de análise dos dados utilizadas nesse estudo sendo apresentada, igualmente, a finalidade da aplicação de tais técnicas.

	<b>Técnicas estatísticas</b>	<b>Finalidade</b>
Estatística descritiva	Frequência	Compreensão do perfil dos respondentes
	Média Mediana Desvio Padrão	Compreensão do comportamento, atitude e percepção dos respondentes quanto aos construtos investigados
	Teste <i>t</i> (para dois grupos)	Avaliação da diferença de média entre grupos se consideradas as variáveis comportamentais, demográficas, culturais e características do cartão de crédito
	Análise de variância (para mais de dois grupos)	
Estatística multivariada	Análise Fatorial Confirmatória e Modelagem de Equações Estruturais	Validação dos construtos
	<i>Alpha de Cronbach</i> e Variância média extraída	Confiabilidade dos construtos
	Magnitude e significância estatística dos coeficientes padronizados e índices de ajuste (Qui-quadrado, RMR, RMSEA, GFI, CFI, NFI, TLI).	Validade convergente dos construtos
	Modelagem de Equações Estruturais Significância estatística dos coeficientes de regressão Índices de ajuste (Qui-quadrado, RMR, RMSEA, GFI, CFI, NFI, TLI).	Validação do modelo integral
	<i>Bootstrapping</i>	Verificação da robustez do modelo

Figura 24 – Resumo das técnicas de análise dos fatores e finalidade de sua aplicação

Fonte: Elaborado pelo autor.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Este capítulo está dividido em três seções, sendo apresentados, na primeira parte, o perfil da amostra, representado por meio de variáveis demográficas e socioeconômicas e, os aspectos relacionados ao uso do cartão de crédito. Na segunda seção buscou-se identificar, a partir das escalas quantitativas, as atitudes dos respondentes em relação a cada um dos fatores comportamentais investigados. Por fim, analisaram-se as causas e consequências do endividamento com cartão de crédito, atendendo, assim, ao objetivo geral do estudo.

O processo de coleta de dados, realizado nos Estados do Rio Grande do Sul, Minas Gerais e Maranhão, iniciou-se no mês de abril de 2013 estendendo-se até o mês de setembro do mesmo ano. Ao final da pesquisa foram coletados 1.831 instrumentos válidos (os questionários contendo erros de preenchimento ou excesso de questões não respondidas foram eliminados), número esse, superior ao previamente estabelecido. Os resultados obtidos, a partir da análise dos questionários, são apresentados nas seções subsequentes.

### **5.1 Perfil da amostra**

Em relação ao número de respondentes, foram investigados ao total 1.831 usuários de cartão de crédito distribuídos entre os Estados do: i) Rio Grande do Sul, que contou com a participação de 945 respondentes, ii) Maranhão, representado por 602 indivíduos e, iii) Minas Gerais, que contou com a participação de 284 usuários de cartão de crédito. Essa disparidade entre o número de questionários aplicados em cada estado está atrelada, primeiramente, à disposição dos indivíduos em responder à pesquisa (mais da metade dos questionários distribuídos em cidades do Maranhão tiveram de ser anulados por estarem em branco ou com excesso de questões não respondidas) e ao maior número de aplicadores no estado do Rio Grande do Sul. A fim de melhor conhecer o perfil dos participantes da pesquisa elaborou-se a Tabela 1.

Com base nos resultados da Tabela, conclui-se que a amostra foi composta por 59,1% de respondentes do gênero feminino e 40,1% do gênero masculino, possuindo, em média, 31

anos de idade. Quanto ao estado civil, predominaram os indivíduos solteiros (60,9%), seguidos pelos casados (33,2%).

Tabela 1 – Perfil dos respondentes através das variáveis: gênero, estado civil, número de dependentes, número de filhos, nível de escolaridade, raça, ascendência, ocupação e renda

Variável	Alternativas	Frequência	Percentual
Gênero	Masculino	749	40,9
	Feminino	1.082	59,1
Estado civil	Solteiro (a)	1.115	60,9
	Casado (a)	607	33,2
	Separado (a)	80	4,4
	Viúvo (a)	20	1,1
Possui dependentes	Não	1.309	71,5
	Sim	522	28,5
Quantos dependentes	1	273	52,3
	2	183	35,1
	3 ou mais	66	12,6
Possui filhos	Não	1.235	67,5
	Sim	596	32,5
Quantos filhos	1	274	46,1
	2	222	37,3
	3 ou mais	100	16,6
Nível de escolaridade	Ensino fundamental	103	5,6
	Ensino médio	478	26,1
	Ensino superior	806	44,0
	Curso técnico	110	6,0
	Especialização ou MBA	201	11,0
	Mestrado	110	6,0
	Doutorado	18	1,0
	Pós-doutorado	5	0,3
Raça	Branca	1.210	66,1
	Negra	176	9,6
	Amarela ou oriental	18	1,0
	Parda	417	22,8
	Indígena	7	0,4
	Outra	2	0,1
Ascendência	Brasileira	1.219	68,4
	Alemã	125	7,0
	Italiana	240	13,5
	Japonesa	4	0,2
	Portuguesa	68	3,8
	Não sei	56	3,1
	Outra	70	4,0
Ocupação	Funcionário (a) público (a)	390	21,6
	Autônomo (a)	177	9,8
	Profissional liberal	61	3,3
	Empregado (a) assalariado (a)	585	32,3

continua

			conclusão
Variável	Alternativas	Frequência	Percentual
Renda mensal	Agricultor (a)	15	0,8
	Aposentado (a)	50	2,8
	Não trabalha	301	16,7
	Outro	229	12,7
	Até 1 salário mínimo	254	14,9
	Mais de 1 até 2 salários mínimos	529	31,0
	Mais de 2 a 3 salários mínimos	356	20,9
	Mais de 3 a 5 salários mínimos	194	11,4
	Mais de 5 a 10 salários mínimos	262	15,4
	Mais de 10 a 20 salários mínimos	93	5,5
	Acima de 20 salários mínimos	15	0,9

Fonte: Dados da pesquisa.

No que se refere à posse de dependentes, grande parte (71,5%) alegou não ter dependentes financeiros. Dentre a parcela que possui, 52,3% tem somente um dependente e menos de 13% apresentam três ou mais dependentes. Sobre o fato de ter ou não filhos, obteve-se resultado similar à questão da posse de dependentes, uma vez que a maior parcela (67,5%) afirmou não ter filhos. Considerando a parcela de respondentes com filhos, a maioria possui um (46,1%) ou no máximo dois (37,3%). Uma das possíveis explicações para o baixo número de indivíduos com dependentes e/ou filhos, é o fato de a amostra ser constituída, predominantemente, por sujeitos solteiros e relativamente jovens (média de 31 anos). Outra explicação pode estar atrelada à decisão das famílias modernas em terem seus filhos mais tardiamente ou ainda a terem um menor número de filhos, como demonstra o censo demográfico realizado no ano de 2010 pelo IBGE, o qual revelou uma redução na taxa de fecundidade de 2,38 (resultado obtido pelo censo demográfico realizado no ano 2000) para 1,90 filhos por mulher brasileira.

Outro questionamento realizado referiu-se ao grau de escolaridade do participante, na medida em que o mesmo pode influenciar no nível de alfabetização financeira e, por consequência, no endividamento com cartão de crédito. Pelos resultados, verificou-se que a maioria dos indivíduos apresenta um bom nível de instrução educacional, uma vez que 51% estão cursando ou já concluíram um curso técnico ou curso de graduação e 17% estão cursando ou já concluíram um curso de especialização/MBA ou mestrado.

Quanto às variáveis raça e ascendência, a amostra caracterizou-se por ser, predominantemente, branca (66,1%) e de origem brasileira (68,4%). Além desse perfil,

merecem destaque os respondentes de raça parda (22,8%) e ascendência italiana (13,5%), os quais se caracterizaram como os de segunda maior representatividade. No que tange à ocupação, os respondentes distribuíram-se entre empregado assalariado (32,3%), funcionário público (21,6%), autônomo (9,8%) e outras ocupações (12,7%). Na opção “outra ocupação”, destacaram-se os trabalhos de estagiário e bolsista. Em relação ao rendimento, a maior parcela dos respondentes (66,8%) recebe mensalmente até 3 salários mínimos. Mais especificamente, 14,9% recebem até um salário mínimo, 31% ganham entre um e dois salários e 20,9% auferem entre dois e três salários mínimos. Importante ainda destacar, que significativa parcela dos respondentes (15,4%) tem um bom rendimento mensal – entre 5 e 10 salários mínimos – o que contribuiu para elevar a média salarial, a qual correspondeu a R\$ 2.450,00.

Concluída a análise do perfil da amostra, partiu-se para a avaliação dos aspectos referentes ao uso do cartão de crédito, expostos na Tabela 2. Em relação ao número de cartões de crédito apresentados pelos respondentes, a maior parcela relatou possuir somente um (46,9%) ou dois cartões de crédito (32,6%). No que se refere ao número de cartões efetivamente utilizados, novamente, a maior parte dos respondentes concentra os gastos em um (61,4%) ou dois (28,2%) cartões de crédito. Apesar de uma parcela significativa (20,4%) possuir 3 ou mais cartões, somente 10,4% costuma utilizá-los ativamente. Porcentagem semelhante foi encontrada por Norvilitis e MacLean (2010). Em pesquisa realizada com 173 estudantes, os autores observaram que 39,3% possuem 1 único cartão, 16,2% possuem 2 cartões e 15% dos estudantes apresentam 3 ou mais cartões. Segundo Kim e DeVaney (2001), a posse de um maior número de cartões contribui para a elevação do endividamento, tendo em vista que indivíduos detentores de um maior número de cartões possuem uma fonte de crédito (empréstimo) muito superior àqueles que detêm um menor número de cartões.

Tabela 2 – Aspectos relacionados ao cartão de crédito no que se refere ao número de cartões possuídos e utilizados, conhecimento da taxa de juros, valor do limite do cartão de crédito, percentual da renda e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito

Variável	Alternativas	Frequência	Percentual
Número de cartões de crédito	1	859	46,9
	2	597	32,6
	3	213	11,6
	4 ou mais	162	8,8
Quantos cartões de crédito são utilizados de forma ativa?	1	1.124	61,4
	2	516	28,2
	3	119	6,5
	4 ou mais	72	3,9

continua

Variável	Alternativas	Frequência	Percentual
Se a taxa de juros do cartão de crédito for muito elevada, você continua utilizando o cartão da mesma forma do que se a taxa for menor?	Não	1207	66,8
	Sim	599	33,2
Você conhece o valor da taxa de juros do cartão de crédito utilizado com maior frequência?	Não	1.346	73,6
	Sim	485	26,4
Valor do maior limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	111	6,4
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	264	15,2
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	391	22,6
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	383	22,1
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	295	17,0
	R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00	169	9,7
Percentual da renda mensal gasto com o pagamento do cartão de crédito	Acima de R\$ 10.001,00	120	6,9
	0% a 30%	1.115	67
	31% a 60%	415	24,9
	61% a 100%	136	8,1
Valor aproximado do gasto mensal com cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	585	33,8
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	508	29,4
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	335	19,4
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	221	12,8
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	64	3,7
	Acima de R\$ 5.000,00	15	0,9

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando questionados acerca da continuidade de utilização do cartão de crédito, caso a taxa de juros incidente sofresse uma elevação, 66,8% declararam que diminuiriam a frequência de uso. Apesar desse indicativo de prudência, somente 26,4% dos respondentes declararam conhecer o valor da taxa mensal de juros incidente sobre a dívida do cartão (valor da fatura integral não quitado). Esses dados confirmam o resultado obtido por uma pesquisa realizada em 2013 pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) com objetivo de mapear os hábitos e comportamentos mais comuns do brasileiro na hora de utilizar as opções de crédito. Tendo por base um levantamento realizado com 604 pessoas de todas as capitais brasileiras, concluiu-se que 72% dos usuários não sabe quanto paga pelos juros no crédito rotativo quando deixa de quitar o valor integral da fatura. O estudo mostra ainda que o brasileiro demonstra interesse em saber o quanto vai desembolsar para adquirir o cartão (79% conhece o valor da anuidade), mas ignora o valor dos custos secundários como a multa paga por atrasar o pagamento. Tal resultado torna-se preocupante, na medida em que o desconhecimento do valor da taxa de juros atrelado ao descontrole nos gastos pode aumentar a propensão ao

endividamento, ainda mais se considerado o valor exorbitante das taxas de juros do crédito rotativo, as quais podem alcançar 200% ao ano no Brasil (SPC, 2013).

O estudo realizado por Warwick e Mansfield (2000), igualmente, confirma o desconhecimento acerca do valor da taxa de juros. Em pesquisa realizada com 378 estudantes de graduação, os autores constataram que 71% não tem ideia sobre o valor da taxa de juros paga em caso de uso do crédito rotativo do cartão. Os autores ainda observaram que os estudantes detêm um conhecimento mais apurado do valor do limite de crédito disponível (57% sabem o valor do limite) e do valor do saldo devedor do cartão (52,5% sabem o quanto estão devendo no cartão), se contrastados com o nível de conhecimento da taxa de juros.

Na sequência, questionaram-se os respondentes acerca do valor do limite do cartão de crédito, obtendo-se a seguinte distribuição: 44,3% possuem limite inferior a R\$ 1.000,00, 39% entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00 e 16,6% possuem limite superior a R\$ 5.001,00. Se considerado o nível médio de renda, R\$ 2.450,00, parcela representativa dos respondentes (55,7%) apresenta níveis elevados de limite de crédito (superior a R\$ 2.500,00).

Em relação ao percentual da renda mensal destinada ao pagamento da fatura do cartão de crédito, em média, os respondentes utilizam 30% do rendimento com um desvio padrão de 20,5%, indicando que os gastos concentram-se, principalmente, na faixa entre 10 e 50%. Resultado semelhante foi obtido por Norvilitis e MacLean (2010) que verificaram que os estudantes americanos costumam gastar, em média, 18% de sua renda mensal com o cartão de crédito. Considerando que gastar mais de 30% da renda mensal com o pagamento do cartão, aumenta a propensão do indivíduo em ter dificuldades para pagar integralmente suas contas (LYONS, 2004), os participantes da pesquisa mostraram-se cautelosos e coerentes no uso do crédito, uma vez que expressiva porcentagem (67%) costuma gastar menos de 30% do salário com esse instrumento de crédito.

O resultado obtido no questionamento quanto ao valor gasto mensalmente no cartão de crédito, corrobora o resultado auferido na questão anterior. Parcela significativa dos respondentes (63,2%) costuma gastar menos de R\$ 500,00 mensais no cartão de crédito. Somente 17,4% realizam compras em valor superior a R\$ 1.001,00 por mês. Entre as possíveis explicações para o baixo valor gasto destacam-se o bom senso e o controle financeiro mantido pelos respondentes ou ainda o baixo valor do limite de crédito apresentado por parcela considerável dos respondentes (44,2% possuem limite de crédito inferior a R\$ 1.000,00). A fim de identificar como os respondentes distribuem os gastos realizados no cartão, elaborou-se a Tabela 3.

Tabela 3 – Estatística descritiva da variável gastos/compras realizadas no cartão de crédito

<b>Relação de gastos</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desvio Padrão</b>
Alimentos	0,207	0,100	0,242
Roupas e outros itens pessoais	0,304	0,200	0,278
Pagamento de contas regulares	0,097	0,000	0,171
Viagens (passagens aéreas, hotel)	0,070	0,000	0,168
Presentes	0,079	0,010	0,125
Entretenimento (cinema, boates)	0,077	0,000	0,133
Restaurantes	0,075	0,000	0,123
Outros	0,091	0,000	0,200

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Norvilitis e MacLean (2010), os indivíduos tendem a usar o cartão de crédito como um instrumento para melhorar seu bem-estar, reduzir a ansiedade e ser reconhecido no grupo social. Tal fato é confirmado nesse estudo, ao se observar que, em média, os indivíduos costumam utilizar, mais frequentemente, o cartão de crédito para a aquisição de roupas (30,4%) e presentes (7,9%) e, para custear gastos em restaurantes (7,5%) e boates/cinemas (7,7%), gastos esses voltados, principalmente, ao bem-estar e à satisfação pessoal. Segundo estudo promovido pela ABECS (2013), os indivíduos costumam utilizar o cartão de crédito, mais frequentemente, para a aquisição de bens duráveis para a casa (50%), compra de passagens (49%), estada em hotéis e pousadas (41%), vestuário e acessórios (33%), farmácia e cosméticos (24%), alimentos (23%), postos de combustível (22%) restaurantes (16%), lazer (9%) e educação (6%).

Após conhecer o perfil dos respondentes, em termos de variáveis demográficas e econômicas, e conhecer alguns aspectos relacionados ao uso do cartão de crédito, buscou-se analisar as atitudes e comportamentos dos indivíduos em relação a cada um dos fatores comportamentais investigados: Comportamento de uso do cartão de crédito, Comportamento financeiro, Atitude financeira, Conhecimento financeiro; Dívida no cartão de crédito; Materialismo; Valores do dinheiro; Compras compulsivas, Bem-estar financeiro e Emoções. Para tanto foram utilizadas as escalas quantitativas elencadas na seção Instrumento de Coleta de Dados.

O primeiro fator estudado foi o Comportamento de uso do cartão de crédito, o qual foi estruturado com base no instrumento de pesquisa proposto por Roberts e Jones (2001). A

Tabela 4 elenca as questões componentes do fator e a estatística descritiva resultante das análises<sup>8</sup>.

Conforme Roberts e Jones (2001), o comportamento mantido pelo indivíduo no uso do cartão de crédito determina a maior ou menor probabilidade de o mesmo ter dificuldades em quitar a fatura ou até mesmo tornar-se inadimplente. Pelos resultados obtidos foi possível concluir que os respondentes apresentam um bom gerenciamento do uso do cartão, uma vez que costumam pagar o valor integral da fatura, a fim de evitar a cobrança de encargos (média 4,38), raramente excedem o limite pré-estabelecido (média 4,14) ou utilizam o saque disponível (3,97) e preocupam-se com o valor pago pelos produtos quando adquiridos no crédito (4,20). Tal resultado confirma os achados de Warwick e Mansfield (2000) que observaram que os indivíduos tem uma atitude realista e consciente em relação ao uso do cartão de crédito. Apesar de o cartão ter uma relação preditiva com a impulsividade na compra, fazendo com que indivíduos que o utilizem mais ativamente sintam-se mais atraídos pela aquisição de mercadorias (ROBERTS, JONES, 2001; VELUDO-DE-OLIVEIRA, IKEDA, SANTOS, 2004). Os resultados da pesquisa indicam que os respondentes não apresentam comportamentos impulsivos na efetivação de compras com pagamento no cartão de crédito (3,34) e não costumam gastar mais quando saem às compras utilizando esse meio de pagamento.

Tabela 4 – Estatística descritiva do fator Comportamento de uso do cartão de crédito

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Meu(s) cartão (ões) de crédito geralmente está (ão) no limite máximo de crédito.	3,800	4,000	1,310
Frequentemente utilizo o crédito disponível em um cartão de crédito para pagar outro cartão de crédito.	4,600	5,000	0,770
Gasto mais quando uso cartão de crédito.	2,960	3,000	1,322
Preocupo-me com o pagamento das minhas dívidas do cartão de crédito.	4,250	5,000	1,049
Frequentemente pago o mínimo possível da minha dívida do cartão de crédito.	4,330	5,000	1,069
Pouco me preocupo com o preço dos produtos quando uso cartão de crédito.	4,200	5,000	1,043
Sou mais impulsivo nas compras quando uso cartão de crédito.	3,340	4,000	1,344
Sempre pago o (s) meu (s) cartão (ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros.	4,380	5,000	0,923
Raramente ultrapasso o limite disponível em meu (s) cartão (ões) de crédito.	4,140	5,000	1,162

continua

<sup>8</sup> Para essa questão, quanto maior o número de respostas “concordo” ou “concordo totalmente” melhor o indivíduo gerencia o uso do cartão de crédito.

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Raramente sou inadimplente no pagamento das minhas dívidas com cartão de crédito.	4,120	5,000	1,203
Raramente utilizo o saque disponível do meu (s) cartão (ões) de crédito.	3,970	4,000	1,319
Tenho muitos cartões de crédito.	4,030	4,000	1,177

Fonte: Dados da pesquisa.

\*As questões assinaladas tiveram a escala de respostas invertidas a fim de facilitar a análise. Dessa forma, em todas as questões, as respostas “concordo” ou “concordo totalmente” indicam o melhor comportamento possível de gestão do crédito.

Na sequência investigaram-se os construtos atitude financeira, comportamento financeiro e conhecimento financeiro, utilizados na avaliação da alfabetização financeira. Com vistas a avaliar a atitude financeira empregou-se um instrumento de pesquisa elaborado com base nos estudos de Shockey (2002). Os resultados, obtidos a partir da aplicação de uma escala de 5 pontos (discordo totalmente (1), discordo (2), indiferente (3), concordo (4), concordo totalmente (5)), são apresentados na Tabela 5.

Pelos resultados auferidos, constatou-se que os sujeitos da pesquisa apresentam boas atitudes em relação à gestão dos recursos, uma vez que a maior parcela dos respondentes acredita na importância do controle mensal das despesas (média 4,65) e na elaboração e no cumprimento de um plano de gastos (média 4,41). Além disso, os participantes apresentam atitudes adequadas no que tange à poupança, investimentos e gestão do crédito, ao considerarem de extrema valia o ato mensal de poupar (4,50), estabelecer metas financeiras futuras (4,55), pagar o saldo integral do cartão (4,52) e comparar as diversas ofertas de crédito disponíveis (4,36).

Tabela 5 – Estatística descritiva do fator Atitude financeira

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
É importante controlar as despesas mensais	4,650	5,000	0,656
É importante estabelecer metas financeiras para o futuro.	4,550	5,000	0,685
É importante poupar dinheiro mensalmente	4,500	5,000	0,701
O modo como gerencio o dinheiro hoje irá afetar meu futuro.	4,120	4,000	1,075
É importante ter e seguir um plano de gastos mensal.	4,410	4,000	0,639
É importante pagar o saldo integral dos cartões de crédito mensalmente.	4,520	5,000	0,708
Ao comprar a prazo, é importante comparar as ofertas de crédito disponíveis.	4,360	4,000	0,739
É importante passar o mês dentro do orçamento.	4,560	5,000	0,610
É importante investir regularmente para atingir metas de longo prazo.	4,230	4,000	0,781

Fonte: Dados da pesquisa.

Resultado similar a esse foi encontrado por Anthony (2011) em uma pesquisa realizada com 460 médicos na Malásia. Valendo-se de uma escala do tipo *likert* composta por 18 questões, que visou avaliar o grau de concordância ou discordância em relação a diferentes situações financeiras, o autor constatou que a maior parcela dos respondentes considera de extrema serventia estabelecer e seguir padrões de poupança, planejar e precaver-se financeiramente para possíveis situações de dificuldade, planejar e controlar o gasto de recursos e fixar objetivos financeiros atuais e futuros, a fim de determinar as prioridades de gastos e garantir o bem-estar financeiro.

Na sequência analisou-se o fator comportamento financeiro (Tabela 6), por meio de um instrumento de pesquisa desenvolvido por Matta (2007), o qual avalia o comportamento mediante quatro aspectos: gestão financeira, utilização do crédito, consumo planejado, investimento e poupança. O instrumento, composto por 20 questões, foi mensurado através de uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (discordo totalmente (1), discordo (2), indiferente (3), concordo (4), concordo totalmente (5)).

Tabela 6 – Estatística descritiva do fator Comportamento financeiro

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Preocupo-me em gerenciar da melhor forma o meu dinheiro.	4,240	5,000	0,791
Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).	3,430	3,000	1,289
Estabeleço metas financeiras de longo prazo que influenciam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia “X” em 1 ano).	3,230	3,000	1,210
Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal.	3,280	3,000	1,174
Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos.	3,450	3,000	1,205
Estou satisfeita (o) com o sistema de controle de minhas finanças	3,410	4,000	1,154
Pago minhas contas sem atraso.	4,210	5,000	1,000
Consigo identificar os custos que pago ao comprar um produto a crédito.	3,640	4,000	1,164
Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas.	3,810	4,000	1,155
Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis.	3,710	4,000	1,152
Comprometo mais de 10% da minha renda mensal com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro).	2,650	2,000	1,240
Sempre pago o(s) meu(s) cartão (ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros.	4,380	5,000	0,923
Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas.	3,980	4,000	1,237
Poupo mensalmente.	3,340	3,000	1,196
Poupo visando à compra de um produto mais caro (ex.: carro).	3,110	3,000	1,260
Possuo uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.: desemprego).	2,610	2,000	1,438
Comparo preços ao fazer uma compra.	4,100	4,000	1,020

continua

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra.	4,060	4,000	1,096
Compro por impulso.	4,000	3,000	1,045
Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprá-lo à vista.	3,290	3,000	1,100

Fonte: dados da pesquisa.

\*As questões assinaladas tiveram a escala de respostas invertidas a fim de facilitar a análise. Dessa forma, em todas as questões, a resposta “concordo” ou “concordo totalmente” indica o melhor comportamento financeiro.

Em relação à gestão financeira (questões 1 a 7), os respondentes apresentaram um comportamento que pode ser classificado entre mediano e bom. Nesse contexto, destacam-se como comportamentos positivos os itens “Preocupo-me em gerenciar da melhor forma o meu dinheiro” e “Pago minhas contas sem atraso”, as quais tiveram médias 4,24 e 4,21, nessa ordem. As questões que envolvem a elaboração e o cumprimento de um orçamento mensal e o estabelecimento de metas financeiras exibiram comportamentos aquém do esperado, se considerado que somente 44,8% e 44,1% dos indivíduos, respectivamente, realizam tais práticas. Apesar de alguns itens não terem apresentado o comportamento desejado, de maneira geral, o comportamento de gestão financeira mostrou-se satisfatório.

Na sequência, investigou-se à utilização do crédito (questões 8 a 13), sendo abordadas, principalmente, questões referentes ao uso do cartão de crédito. Pelas respostas, constatou-se que os indivíduos possuem bons comportamentos quando lidam com as diferentes opções de crédito disponíveis, uma vez que costumam pagar o valor integral do cartão (média 4,38), conferir o valor da fatura a fim de evitar erros ou cobranças indevidas (média 3,98), comparar as opções de crédito disponíveis (média 3,71) e identificar os custos (média 3,64) quando compram a prazo. Esse resultado pode ser comparado ao obtido pela ABECS (2013) em pesquisa realizada com 2.094 indivíduos de 11 capitais brasileiros. A pesquisa concluiu que 73% dos respondentes não tem dificuldade para controlar os gastos no cartão, 69% nunca deixou de pagar a fatura (mínima ou integral) do cartão e 90% costuma checar a fatura a fim de conferir as informações. Importante destacar que, apesar de predominarem comportamentos positivos, parcela considerável dos respondentes (50,4%) compromete mais de 10% da renda mensal com compras a prazo.

Após analisar a utilização do crédito, partiu-se para a avaliação do subfator investimento e poupança, o qual se pautou em três itens que enfatizaram, sobretudo, questões ligadas ao ato de poupar. Para Shim, Serido e Tang (2012), a importância do ato de poupar

está nos benefícios futuros recebidos por quem está habituado a guardar mensalmente um pouco de dinheiro. Em uma pesquisa de caráter longitudinal realizada com 748 cidadãos americanos, os autores concluíram que o ato de poupar provê benefícios psicológicos imediatos, tais como maiores níveis de bem-estar, maior sensação de felicidade com a situação financeira atual e com vida de modo geral. Por outro lado, Babiartz e Robb (2014) afirmam que a baixa taxa de poupança acarreta problemas financeiros potenciais não somente em termos de insegurança financeira a longo prazo, mas também ocasiona, no curto prazo, preocupações quanto à capacidade das famílias em atender despesas inesperadas.

Os resultados da presente pesquisa indicam que os respondentes se posicionaram nos dois extremos da escala: nunca ou quase nunca e sempre e quase sempre, o que acabou acarretando um comportamento mediano. Quando questionados sobre o ato de poupar mensalmente, 45,5% afirmaram poupar sempre ou quase sempre e 45,9% declararam que nunca ou quase nunca costumam poupar. Resultado muito similar foi obtido ao se questionar sobre o ato de poupar visando à compra de um bem mais caro: 38,1% declararam ter o costume de poupar e 31,6% de não poupar, o que gerou um comportamento mediano (média 3,11). Para complementar a análise, questionou-se o respondente quanto ao fato de possuir uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a renda mensal. Obteve-se como resposta que a maior parcela (54,3%) não possui uma reserva financeira desse porte.

Tal resultado pode ter origem nos hábitos da população brasileira, que ainda não possui, em geral, o costume de executar uma poupança planejada. Segundo resultados de uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2013), em 210 cidades brasileiras, a cada 10 pessoas menos de 2 costuma poupar mensalmente. Entre aqueles que fazem economias, 51% poupa para emergências, 15% para comprar mercadorias, 9% para ter conforto e 6% para investir em educação. Outra possível explicação para tal fenômeno refere-se à própria política governamental brasileira que fundamenta sua atuação na concessão de crédito visando ao aquecimento da economia. Essa política, que acaba levando à bancarização de muitos brasileiros que veem na concessão de crédito a possibilidade de participar do mercado consumidor, amplia o cenário atual de endividamento e não estimula o ato de poupar.

Por fim, questionou-se sobre o consumo planejado com base em 4 itens. Os respondentes apresentaram comportamentos satisfatórios, tendo em vista que costumam comparar os preços (média 4,1) e analisar as finanças (média 4,06) antes de realizar uma

compra parcelada e não tem o hábito de comprar por impulso (média 4,00)<sup>9</sup>. A análise integrada do fator Comportamento financeiro possibilitou inferir que os respondentes desenvolvem práticas financeiras saudáveis, uma vez que gerenciam, convenientemente, os gastos correntes, sabem utilizar o crédito de forma responsável e costumam analisar as finanças pessoais e as opções de crédito do mercado antes de adquirir alguma mercadoria. Como ponto negativo, destaca-se o baixo número de respondentes que costumam poupar ativamente.

Para concluir a análise do construto alfabetização financeira, avaliou-se o fator Conhecimento financeiro, com base em uma série de questões de múltipla escolha elaboradas a partir do estudo de Rooij, Lusardi e Alessie (2011). As questões buscaram analisar o conhecimento do respondente em relação a diferentes aspectos financeiros: taxa de juros, taxa de inflação, valor do dinheiro no tempo, mercado acionário, investimento e poupança e cartão de crédito. Para essas questões, foram estabelecidos dois tipos de pontuação: 0 pontos, caso tenha sido assinalada a resposta incorreta e 0,5 pontos, caso tenha sido assinalada a resposta correta. Dessa forma, quanto mais próximo de 0 estiver a média, menor o número de pessoas que acertaram a questão e, por outro lado, quanto mais próximo de 5 estiver a média, maior o número de pessoas que acertaram a questão. A Tabela 7 elenca cada uma das variáveis integrantes e a estatística descritiva resultante.

Tabela 7 – Estatística descritiva do fator Conhecimento financeiro

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Suponha que você tenha R\$ 100,00 em uma conta poupança a uma taxa de juros de 10% ao ano. Depois de 5 anos, qual o valor que você terá na poupança.	0,263	0,500	0,249
Imagine que a taxa de juros incidente sobre sua conta poupança seja de 6% ao ano e a taxa de inflação seja de 10% ao ano. Após 1 ano, o quanto você será capaz de comprar com o dinheiro dessa conta?	0,269	0,500	0,249
Suponha que José herde R\$ 10.000,00 hoje e Pedro herde R\$ 10.000,00 daqui a 3 anos. Devido à herança, quem ficará mais rico?	0,057	0,000	0,160
Qual das seguintes afirmações descreve a principal função do mercado de ações?	0,243	0,000	0,250
Considerando-se um longo período de tempo (ex.: 10 anos), qual ativo, normalmente, oferece maior retorno?	0,105	0,000	0,220
Qual das seguintes afirmações está correta?	0,130	0,000	0,230
Normalmente, qual ativo apresenta as maiores oscilações ao longo do tempo?	0,340	0,500	0,230
Quando um investidor diversifica seu investimento entre diferentes ativos, o	0,240	0,000	0,250

continua

<sup>9</sup> Como essa questão teve a escala invertida, quanto maior a média, melhor o comportamento demonstrado, uma vez que indica que o sujeito não costuma comprar por impulso.

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
risco de perder dinheiro:			
Qual o percentual mínimo da fatura do cartão de crédito deve ser pago mensalmente?	0,065	0,000	0,169
Se sua fatura do cartão de crédito é de R\$ 1.000,00 e você paga apenas R\$ 300,00, os juros são cobrados sobre os R\$ 700,00 que não foram pagos.	0,275	0,500	0,248

Fonte: Dados da pesquisa.

Segundo Rutherford e Fox (2010), manter níveis adequados de educação financeira pessoal é fundamental em todas as fases da vida, no entanto, para jovens adultos que possuem pouca experiência com o gerenciamento do dinheiro, a presença de habilidades financeiras é crucial, especialmente porque o sucesso como consumidores depende da competência financeira de cada um. Considerando a tese defendida pelos autores, o resultado da pesquisa é preocupante, uma vez que os respondentes, inclusive os jovens apresentam um nível de conhecimento financeiro insatisfatório, tanto em relação a questões financeiras básicas, quanto em relação a questões com maior nível de complexidade.

Entre as perguntas que apresentaram maior número de acertos, destacam-se “Normalmente, qual ativo apresenta as maiores oscilações ao longo do tempo?”, na qual 69,1% (média 0,34) responderam corretamente à alternativa “ações” e “Se sua fatura do cartão de crédito é de R\$ 1.000,00 e você paga apenas R\$ 300,00, os juros são cobrados sobre os R\$ 700,00 que não foram pagos”, na qual 55% responderam corretamente à opção “verdadeiro”. As questões “Imagine que a taxa de juros incidente sobre sua conta poupança seja de 6% ao ano e a taxa de inflação seja de 10% ao ano. Após 1 ano, o quanto você será capaz de comprar com o dinheiro dessa conta?” e “Suponha que você tenha R\$ 100,00 em uma conta poupança a uma taxa de juros de 10% ao ano. Depois de 5 anos, qual o valor que você terá na poupança”, que visaram avaliar taxa de inflação e taxa de juros composto, respectivamente, também foram respondidas corretamente por mais da metade dos respondentes.

Entre as questões com menor percentual de acertos, sobressaem-se aquelas que visaram avaliar o conhecimento em relação ao valor do dinheiro no tempo e ao pagamento do cartão de crédito. Questionando os respondentes acerca do percentual mínimo da fatura do cartão de crédito que deve ser paga mensalmente, somente 13,1% souberam afirmar que, no mínimo, se faz necessário pagar 15% do valor da fatura. Uma das possíveis explicações para o baixo percentual de acertos está no fato de grande parcela da amostra optar por sempre pagar

integralmente a fatura, a fim de evitar a cobrança de juros sobre o valor remanescente. A questão “Suponha que José herde R\$ 10.000,00 hoje e Pedro herde R\$ 10.000,00 daqui a 3 anos, devido à herança, quem ficará mais rico?”, que buscou avaliar o conhecimento sobre valor do dinheiro no tempo foi a que obteve o pior resultado, sendo que somente 12,9% responderam assertivamente à alternativa “Pedro”. Tal resultado indica que boa parte dos respondentes desconhece o fato de o dinheiro perder valor ao longo do tempo (24,5% dos respondentes assinalaram a alternativa “Não sei”).

Considerando a classificação proposta por Chen e Volpe (1998), os quais sugerem que a obtenção de uma pontuação inferior a 60% do máximo indica baixo nível de conhecimento, entre 60% e 79% nível mediano e acima de 80% da pontuação máxima, alto nível de conhecimento, conclui-se que 71,1% possuem um baixo coeficiente de conhecimento financeiro (acertaram menos de 6 questões) e somente 3,6% detêm um alto nível de conhecimento (acertaram mais de 8 questões). Tal resultado sugere que a maior parcela dos respondentes não possui conhecimento financeiro adequado acerca das questões propostas.

Estudos internacionais também tem documentado o baixo nível de informação financeira detido pelos indivíduos, ampliando as evidências de que os mesmos possuem um conhecimento muito abaixo do esperado quando se trata de questões de finanças pessoais. Sabri (2011), em pesquisa desenvolvida com 2.519 estudantes chineses, buscou avaliar o nível de conhecimento dos respondentes mediante 25 questões que abordaram diferentes tópicos financeiros – poupança, investimento, aposentadoria, sistema bancário, valor do dinheiro no tempo, seguridade e conhecimentos gerais sobre finanças pessoais. O autor concluiu que, em média, os estudantes responderam corretamente a 11,77 questões, ou seja, a menos de 50% das perguntas, indicando um nível de conhecimento financeiro muito aquém do necessário. Chen e Volpe (1998) administraram uma pesquisa com universitários embasada em 36 perguntas que buscaram abranger vários aspectos do conhecimento de finanças pessoais. Em média, os estudantes responderam corretamente a 53% das questões, indicando, conforme classificação dos próprios autores, um nível de conhecimento insatisfatório. Os achados de outros pesquisadores norte-americanos (WARWICK, MANSFIELD, 2000; HILGERT, HOGARTH, BEVERLY, 2003; JONES, 2005; LUSARDI, MITCHELL, 2007) atestam, igualmente, o nível de conhecimento financeiro deficitário apresentado por cidadãos americanos de todas as faixas etárias.

Conscientes do baixo nível de educação financeira apresentado pelos brasileiros, diversas instituições tem desenvolvido ações visando à inclusão financeira e o maior conhecimento por parte do cidadão. Entre essas ações, destaca-se o Programa Cidadania

Financeira – educação, proteção e inclusão financeira da população brasileira, desenvolvido pelo Banco Central do Brasil (BCB) com o intuito de promover o conhecimento financeiro, incentivar à poupança, o uso responsável do cartão de crédito e promover mudanças no comportamento do brasileiro com base nas boas práticas de finanças pessoais.

Investigadas as variáveis utilizadas para mensurar a alfabetização financeira, conclui-se que, de modo geral, os indivíduos pesquisados apresentam níveis de alfabetização razoáveis, no entanto, aquém do ideal. Se por um lado, as pessoas adotam atitudes financeiras e comportamentos de crédito e gestão orçamentária responsáveis e equilibrados, por outro possuem um conhecimento acerca de questões financeiras inferior ao esperado e ao necessário e mantem comportamentos de investimento e poupança insatisfatórios. Ser financeiramente alfabetizado exige um conjunto de conhecimentos e habilidades financeiras que possibilitem a adoção de atitudes e comportamentos saudáveis, os quais, por sua vez, permitem o correto gerenciamento dos recursos financeiros, maximizando o bem-estar financeiro.

Dando continuidade ao processo de análise, investigou-se o endividamento no cartão de crédito. Para tanto, foi utilizada uma escala desenvolvida com base nas questões propostas por Wang, Lu e Malhotra (2011). Oferecendo cinco possibilidades de resposta (discordo totalmente, discordo, indiferente, concordo e concordo totalmente), a escala buscou avaliar a propensão de o indivíduo tornar-se inadimplente no cartão. Além dessas questões, elaborou-se uma pergunta direta que visou descobrir o valor que o indivíduo deve no cartão de crédito em virtude do não pagamento da fatura. Os resultados obtidos estão expostos nas Tabelas 8 e 9.

Pela análise da Tabela 8, verifica-se que os indivíduos são responsáveis na hora de utilizar o cartão de crédito, uma vez que a maior parcela raramente ou nunca deixou de pagar o valor integral da fatura (média 1,53), recorreu ao saque do cartão (média 1,46) ou ultrapassou o limite disponível (média 1,51) considerando o período dos últimos doze meses. Importante também destacar, que parcela considerável dos respondentes (70,3%) não depende do cartão para pagar despesas corriqueiras.

Tabela 8 – Estatística descritiva para o fator Dívida no cartão de crédito

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Opto por parcelar o pagamento dos produtos adquiridos com cartão de crédito.	3,070	3,000	1,094
Dependo do cartão de crédito para pagar despesas corriqueiras.	2,010	2,000	1,093
Nos últimos 12 meses, deixei de pagar a fatura integral do cartão de crédito.	1,530	1,000	0,945

continua

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Nos últimos 12 meses, paguei somente a fatura mínima exigida	1,500	1,000	0,960
Nos últimos 12 meses, recorri ao saque disponível no cartão de crédito.	1,460	1,000	0,890
Nos últimos 12 meses, estourei o limite do cartão de crédito.	1,510	1,000	0,967

Fonte: Dados da pesquisa.

O uso consciente e controlado do cartão de crédito, expresso nos resultados da Tabela 8, fez com que significativa parcela dos indivíduos pesquisados (67,2%) não apresentasse dívidas resultantes do não pagamento do valor integral da fatura como pode ser visualizado na Tabela 9.

Tabela 9 – Estatística descritiva para a questão Valor da dívida no cartão de crédito

Variável	Alternativas	Frequência	Percentual
Valor da dívida no cartão de crédito devido ao não pagamento da fatura integral	Não possui dívida	974	67,2
	R\$ 0,01 a R\$ 500,00	260	18,0
	R\$ 501,00 a R\$ 1000,00	96	6,7
	R\$ 1001,00 a R\$ 2.500,00	79	5,4
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	20	1,4
	Acima de R\$ 5.001,00	17	1,3

Fonte: Dados da pesquisa.

Dentre a parcela que apresentou dívidas, 17,8% possui dívidas entre R\$ 0,01 e R\$ 500,00; 6,8% entre R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00; 6,9% entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00 e somente 1,3% apresentam dívidas superiores a R\$ 5.000,00. Em média, os respondentes apresentam dívidas no valor de R\$ 334,00. Resultado semelhante foi encontrado por Norvilitis e Mendes-da-Silva (2013) em pesquisa realizada com 1.257 estudantes, sendo 814 do Brasil e 443 dos Estados Unidos. Do total de estudantes brasileiros (688) e americanos (368) usuários de cartão de crédito, 47% e 75%, na devida ordem, não possuem dívidas decorrentes do não pagamento da fatura integral. Entre aqueles inadimplentes no cartão, os americanos devem em média \$ 900,00, já os brasileiros \$ 461,00.

O estudo realizado por Mendes-da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) com 769 estudantes de universidades públicas e privadas do estado de São Paulo – Brasil reafirma os resultados obtidos nessa pesquisa. Para os autores, os usuários de cartão de crédito, em sua maioria, não apresentam comportamentos de risco de crédito, uma vez que não costumam i)

utilizar o limite total disponibilizado, ii) deixar de pagar o valor integral da fatura ou ainda iii) manter elevados níveis de dívida. Em âmbito internacional, a pesquisa de Robb e Sharpe (2009) ratifica os resultados encontrados no presente estudo. Investigando 6.520 estudantes de universidades do centro-oeste americano, os autores verificaram que, em média, todos os estudantes gastam mensalmente um valor relativamente baixo no cartão de crédito (\$ 298,93), 62% pagam integralmente a fatura e 81% relataram níveis de dívida no cartão entre \$ 0,00 e \$ 1.000,00, valores considerados aceitáveis, sugerindo que os respondentes, em geral, são responsáveis na hora de utilizar o cartão de crédito.

Na sequência analisou-se o fator materialismo (Tabela 10), mensurado com base na escala desenvolvida por Moura (2005). Composto por 9 questões dispostas em uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = indiferente, 4 = concordo e 5 = concordo totalmente), o instrumento visou avaliar o nível de importância atribuída pelos respondentes à posse de bens materiais. Apesar de a escala analisar, originalmente, o materialismo a partir de 3 dimensões: centralidade, sucesso e felicidade, nesse estudo, seguindo recomendação de Richins (2004), consideraram-se todas as variáveis juntas mensurando diretamente o materialismo.

Considerando as médias obtidas pelas variáveis integrantes do construto, infere-se que os respondentes não apresentam comportamento materialista. Entre as questões com as menores médias destacam-se “Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida” (média 1,71), a qual teve 83,2% de discordância, “Gosto de muito luxo em minha vida” (média 2,20) e “Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas” (média 2,20), as quais tiveram, respectivamente, 63% e 61,5% de discordância por parte dos respondentes.

Tabela 10 – Estatística descritiva do fator Materialismo

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.	3,020	3,000	1,137
Gosto de gastar dinheiro com coisas caras.	2,360	2,000	1,080
Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.	2,790	3,000	1,164
Comprar coisas me dá muito prazer.	3,020	3,000	1,116
Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	3,180	3,000	1,150
Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.	2,200	2,000	1,052
Gosto de muito luxo em minha vida.	2,220	2,000	1,116
Fico incomodado (a) quando não posso comprar tudo que quero.	2,470	2,000	1,136
Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.	1,710	1,000	0,935

Fonte: Dados da pesquisa.

As questões “Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas” (média 3,18) e “Comprar coisas me dá muito prazer” (média 3,02) foram as únicas variáveis a apresentar predominância das respostas “concordo” e “concordo totalmente”, já que 43,7% e 38,1%, nessa ordem, alegaram que se sentiriam felizes caso tivessem condições de adquirir mais bens materiais e que a compra de mercadorias gera uma sensação de prazer. De modo geral, apesar de uma parcela considerar que a posse de bens materiais proporciona felicidade, os respondentes não consideram o materialismo como algo central e determinante para seu sucesso e bem-estar.

Ponchio e Aranha (2007), em pesquisa desenvolvida com 450 indivíduos de baixa renda, moradores em nove distritos paulistanos, encontraram resultados semelhantes aos da pesquisa. Boa parte dos respondentes julga que a posse de bens materiais proporciona uma maior sensação de felicidade, no entanto não considera que a mesma seja central para o sucesso e a satisfação pessoal, levando à conclusão que, em média, os respondentes não apresentam comportamentos materialistas.

Dando continuidade à análise, verificou-se o construto Valores do dinheiro (Tabela 11) mensurado com base no instrumento de pesquisa desenvolvido por Moreira (2000). O construto, originalmente formado por 82 questões distribuídas em 9 dimensões do dinheiro – progresso, cultura, desigualdade, poder, desapego, conflito, prazer, estabilidade e sofrimento – foi, nesse estudo, mensurado com base em 9 questões, sendo uma de cada dimensão (escolheu-se como representante de cada dimensão a variável de maior carga fatorial). A análise foi feita com base em uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = indiferente, 4 = concordo, 5 = concordo totalmente).

Tabela 11 – Estatística descritiva do fator Valores do dinheiro

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Dinheiro ajuda a ser feliz.	3,270	4,000	1,179
Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros.	2,330	2,000	1,247
Dinheiro gera desconfiança entre as pessoas.	3,200	3,000	1,163
Quero apenas o dinheiro necessário para minha sobrevivência.	2,680	2,000	1,193
Dinheiro provoca angústia.	2,680	3,000	1,137
O dinheiro constrói um mundo melhor.	3,050	3,000	1,119
Quem tem dinheiro é valorizado socialmente.	3,750	4,000	0,933
Ficarei completamente realizado quando atingir a situação que determinei pra mim.	3,890	4,000	0,962
Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas.	2,780	3,000	1,118

Fonte: Dados da pesquisa.

Os indivíduos expressam diferentes comportamentos e crenças em relação ao dinheiro em virtude das várias formas pelas quais o mesmo passa pelas suas vidas (MOREIRA, 2000). Tendo em mente os resultados apresentados na Tabela 11, concluiu-se que os respondentes acreditam que a posse de dinheiro exerce influência positiva sobre a satisfação e realização pessoal e sobre o nível de felicidade, uma vez que 76,8% afirmaram que se sentirão realizados no momento em que atingirem a situação financeira desejada e 54,7% acreditam que o dinheiro ajuda a ser feliz. Além disso, verificou-se que os indivíduos creem que o dinheiro proporciona status social, na medida em que 73,8% concordam com a afirmativa “Quem tem dinheiro é valorizado socialmente”. Entre as questões com maior nível de discordância, destaca-se a afirmativa “Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros”, na qual 61,2% discordaram parcial ou totalmente, indicando que o dinheiro não é visualizado como um meio de poder. De modo geral, os respondentes consideram a posse de dinheiro importante e positiva para suas vidas, na proporção em que desejam uma quantia maior do que a necessária para sua sobrevivência e acreditam que o dinheiro possa construir um mundo melhor.

Dando seguimento às avaliações, investigou-se o construto Compras compulsivas mensurado com base no modelo originalmente proposto por Faber e O’Guinn (1992) e adaptado e validado para o Brasil por Leite et al. (2011). Formado por 7 questões avaliadas mediante uma escala *likert* de 5 pontos (1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = indiferente, 4 = concordo, 5 = concordo totalmente), o construto que visa avaliar a presença de comportamentos compulsivos tem seus resultados apresentados na Tabela 12.

Tabela 12 – Estatística descritiva do fator Compras compulsivas

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Frequentemente pago o mínimo possível da minha dívida do cartão de crédito	1,670	1,000	1,069
Se sobra algum dinheiro no fim do mês, tenho que gastá-lo.	2,250	2,000	1,206
Sinto que os outros poderiam ficar horrorizados se soubessem dos meus hábitos de compra.	1,840	1,000	1,108
Já emiti cheques para comprar coisas mesmo sabendo que não havia dinheiro no banco para cobri-lo.	1,240	1,000	0,639
Compro coisas apesar de não conseguir pagar por elas.	1,340	1,000	0,733
Compro coisas para me sentir melhor comigo mesmo.	2,110	2,000	1,176
Sinto-me ansioso ou nervoso nos dias que não vou às compras.	1,470	1,000	0,873

Fonte: Dados da pesquisa.

As baixas médias apresentadas por todas as variáveis indicam que os respondentes não possuem comportamentos de compra compulsiva. De maneira geral, os indivíduos discordam que: i) a não realização de compras leva ao desenvolvimento de sentimentos negativos como a ansiedade e o nervosismo (média 1,47), ii) costumam comprar coisas mesmo não tendo condições financeiras para pagá-las (média 1,24), iii) costumam comprar para melhorar a sensação de bem-estar pessoal (média 2,11) e iv) sentem necessidade de comprar coisas, caso tenha sobrado algum dinheiro no fim do mês (média 2,25).

Um estudo realizado por Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004) corrobora os resultados encontrados nessa pesquisa. Investigando 188 estudantes da cidade de São Paulo, os autores verificaram que o comportamento da maior parcela possui uma orientação predominantemente não-compulsiva, sendo somente 7,9% dos jovens classificados como compulsivos. Estudos internacionais como os realizados por Roberts (1998) e Roberts e Jones (2001) confirmam, igualmente, a predominância de comportamentos não-compulsivos entre os respondentes. Roberts (1998), utilizando a escala de compras compulsivas desenvolvida por Faber e O'Guinn (1992), investigou 300 universitários e concluiu que apenas 6% demonstram comportamentos de compra compulsiva. Similarmente, Roberts e Jones (2001), em pesquisa realizada com 406 estudantes de graduação, constataram que apenas 9% podem ser classificados como compradores compulsivos.

A fim de analisar o nível de bem-estar financeiro apresentado pelos respondentes, aplicou-se o instrumento de pesquisa desenvolvido por Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003), o qual é formado por 7 questões mensuradas via uma escala do tipo *likert* de 5 pontos (1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = indiferente, 4 = concordo, 5 = concordo totalmente). Os resultados para esse fator estão expostos na Tabela 13.

Pela análise dos resultados, verifica-se que manter discussões com pessoas próximas em virtude das dívidas apresentou a maior média (3,99), indicando que grande parte dos respondentes (73,1%) discorda que esteja tendo problemas de relacionamento motivados pelo endividamento. Outro aspecto positivo a ser destacado refere-se à questão “Daqui a um ano pretendo não ter dívidas no cartão de crédito” (média 3,50), na qual 50,9% acreditam que dentro desse prazo terão sanado seus problemas financeiros. A questão “Preocupo-me constantemente com o pagamento de minhas dívidas” (média 2,05) foi a que apresentou a menor média, indicando que parcela expressiva dos respondentes (79,3%) tem a preocupação de quitar suas dívidas.

Tabela 13 – Estatística descritiva do fator Bem-estar financeiro

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Sinto-me desconfortável com a quantia que devo.*	3,237	3,000	1,304
Preocupo-me constantemente com o pagamento de minhas dívidas.*	2,054	2,000	1,089
Sinto-me financeiramente satisfeito.	2,819	3,000	1,089
Acredito que estou em uma boa situação financeira.	2,890	3,000	1,094
Penso muito em minhas dívidas.*	2,771	2,771	1,202
Tenho tido discussões com outras pessoas (pais, amigos, esposo (a), outros) devido as minhas dívidas.*	3,998	4,000	1,091
Daqui a um ano pretendo não ter dívidas de cartão de crédito.	3,500	4,000	1,199

Fonte: Dados da pesquisa.

\*As questões assinaladas tiveram a escala de respostas invertidas a fim de facilitar a análise. Dessa forma, em todas as questões, quanto maior a média melhor a sensação de bem-estar financeiro vivenciada pelos respondentes.

Importante ainda enfatizar que os indivíduos pesquisados acreditam não estar em uma situação financeira confortável (média 2,89) e, por consequência, não estão satisfeitos com suas finanças pessoais (média 2,81). Tais resultados permitem inferir que os respondentes apresentam um nível mediano de bem-estar financeiro, pois, ao mesmo tempo em que consideram que as dívidas estão sob-controle e que as mesmas não afetam os relacionamentos interpessoais, acreditam que sua situação financeira está aquém do esperado. Tal resultado assemelha-se ao encontrado por Gutter e Copur (2011). Em pesquisa desenvolvida com 15.797 estudantes norte-americanos com idade superior a 18 anos, os autores investigaram o nível de bem-estar financeiro por meio da escala *InCharge Financial Distress/Financial Well Being* (IFDFW) desenvolvida por Prawitz et al. (2006) concluindo que os indivíduos experimentam níveis moderados de bem-estar financeiro, à proporção que a mediana obtida foi de 6,18 em um total de 10 pontos possíveis.

Por fim, realizou-se a avaliação do construto Emoções visando conhecer as possíveis reações emocionais apresentadas frente a graves problemas financeiros. Para esse propósito, utilizou-se um instrumento de pesquisa adaptado de Disney e Gathergood (2011), o qual foi composto por 7 questões mensuradas mediante uma escala *likert* de 5 pontos (1= muito improvável, 2 = improvável, 3 = incerto, 4 = provável e 5 = muito provável). Os resultados estão expostos na Tabela 14.

Tabela 14 – Estatística descritiva do fator Emoções

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Sentiria-me envergonhado (a).	3,560	4,000	1,225
Sentiria-me nervoso (a).	3,970	4,000	1,043
Sentiria-me deprimido (a).	3,560	4,000	1,146
Minha relação familiar seria prejudicada.	3,070	3,000	1,222
Meu rendimento profissional/escolar seria afetado.	3,340	4,000	1,154
Meu sono seria afetado.	3,640	4,000	1,151
Meus hábitos alimentares seriam afetados.	3,420	4,000	1,212

Fonte: Dados da pesquisa.

Questionando os respondentes a respeito de sentimentos e emoções negativos desenvolvidos em caso de enfrentamento de graves problemas financeiros, verificou-se que os sentimentos de nervosismo (média 3,97), vergonha (média 3,56) e depressão (média 3,56) seriam desenvolvidos por boa parte dos pesquisados. Além desses sentimentos, a maioria dos indivíduos alegou que provavelmente ou muito provavelmente seu sono (média 3,64) e seus hábitos alimentares seriam afetados (média 3,42). Entre as afirmações com menor probabilidade de ocorrência está o fato de o relacionamento familiar ser prejudicado (média 3,34), sugerindo que boa parte dos respondentes (32,2%) acredita que a posse de dívidas não influencia negativamente no relacionamento familiar. De maneira geral, conclui-se que a posse de dívidas leva o indivíduo a desenvolver emoções negativas. Finalizada a análise descritiva da pesquisa, partiu-se para a avaliação das relações estabelecidas entre as variáveis demográficas e as características do cartão de crédito com os construtos investigados. Para essa etapa foram utilizados os testes *t* e *Anova*.

## 5.2 Confiabilidade das escalas, formação dos fatores e estatística descritiva

Como já explicado em capítulos anteriores, o estudo utilizou uma série de construtos com o objetivo de compreender as causas e consequências da dívida com cartão de crédito de 1.831 usuários de cartão residentes nos estados do Maranhão, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Considerando a impossibilidade de o construto ser mensurado diretamente, e, por conseguinte, a necessidade de se estabelecerem variáveis observáveis que juntas representem

um construto, utilizaram-se, para sanar o problema, escalas quantitativas, selecionadas com base na literatura especializada. Todas as escalas caracterizaram-se como do tipo *likert* de 5 pontos. O teste de adequação das variáveis ao construto foi realizado com base no cálculo da confiabilidade – indica o grau de consistência interna entre os múltiplos indicadores de um construto – mensurada por meio do *Alpha de Cronbach* (Tabela 15).

Tabela 15 – *Alpha de Cronbach* dos fatores: Comportamento financeiro, Atitude financeira, Comportamento de uso do cartão de crédito, Dívida no cartão de crédito, Materialismo, Valores do dinheiro, Compras compulsivas, Bem-estar financeiro e Emoções

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Alpha de Cronbach</b>
Comportamento financeiro	34, 44, 45, 46	0,805
Atitude financeira	23, 24, 25	0,785
Comportamento de uso do cartão de crédito	19, 20, 21	0,717
Dívida no cartão de crédito	54, 55, 56	0,733
Materialismo	74, 77, 78, 79, 80	0,828
Valores do dinheiro	82, 87, 88	0,546
Compras compulsivas	60, 61, 62	0,640
Bem-estar financeiro	91, 92, 95	0,630
Emoções	102, 103, 104, 105	0,851

Fonte: Dados da pesquisa.

Tendo em mente que índices de confiabilidade superiores a 0,6 são considerados satisfatórios (HAIR et al., 2009), constatou-se que todos os construtos, com exceção do construto Valores do dinheiro (Alpha 0,546) mostraram-se fidedignos. Fundamentados no processo de validação e adequação dos construtos, as variáveis remanescentes de cada um foram transformadas em fatores a partir da média de seus resultados. Por exemplo, o construto Comportamento financeiro foi formado pela média das questões 34, 44, 45 e 46, já o construto Materialismo foi constituído pela média das questões 74, 77, 78, 79 e 80. Com vistas a confirmar os resultados obtidos na análise da estatística descritiva de todas as variáveis calculou-se a média, mediana e desvio-padrão para cada um dos construtos, conforme Tabela 16.

Tabela 16 – Estatística descritivas dos fatores estudados

<b>Fatores</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desvio padrão</b>
Comportamento financeiro	3,072	3,000	1,010
Atitude financeira	4,567	4,849	0,567
Conhecimento financeiro	2,012	2,000	1,100
Comportamento de uso do cartão de crédito	4,077	4,333	0,976
Dívida no cartão de crédito	1,497	1,000	0,749
Materialismo	2,486	2,400	0,848
Compras compulsivas	1,643	1,667	0,720
Bem-estar financeiro	2,687	2,666	0,994
Emoções	3,375	3,400	1,100

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a estatística descritiva, verifica-se que os maiores resultados foram encontrados para os construtos: Atitude financeira (média 4,56) e Comportamento de uso do cartão de crédito (média 4,077). Considerando que essas escalas variaram de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), notou-se que os respondentes i) mantem uma atitude positiva em relação a aspectos financeiros como a gestão do orçamento, gestão do crédito e o ato de poupar e, ii) apresentam comportamentos adequados na hora de utilizar o cartão de crédito. Entre os pontos positivos ainda merecem destaque os construtos Materialismo (média 2,48) e Compras compulsivas (média 1,64), nos quais, a baixa média indica a discordância dos respondentes com as afirmativas. Tal discordância revela um perfil menos materialista e compulsivo na hora de adquirir bens materiais. Resultado semelhante foi encontrado para o fator Dívida no cartão de crédito, cuja média indica que os indivíduos tendem a não possuírem dívidas no cartão.

Dentre os construtos que exibiram os piores resultados estão o Bem-estar e o Conhecimento financeiro. O primeiro, com média 2,68, sugere que os respondentes não estão satisfeitos com suas finanças pessoais. Já o segundo, com média 2,01, indica que os respondentes conhecem muito pouco sobre questões financeiras como taxa de juros, inflação, risco, retorno, diversificação de investimentos.

### 5.3 Relação das variáveis demográficas e aspectos do cartão de crédito com os construtos

Objetivando verificar as relações estabelecidas entre as variáveis demográficas e as características do cartão de crédito com os construtos investigados, aplicaram-se os testes de diferença de média (teste *t*) e análise de variância (ANOVA). Para averiguar as diferenças de média entre dois grupos foi utilizado o teste *t* de *Student*, o qual compara a média de uma variável em um grupo com a média da mesma variável em outro grupo. Para esse teste tem-se como hipótese nula: “não existem diferenças significativas entre os dois grupos”. A fim de determinar se o teste *t* é homocedástico ou heterocedástico aplicou-se o teste de igualdade de variâncias, conforme Pestana e Gageiro (2003). Já para variáveis com mais de dois grupos aplicou-se a análise de variância (ANOVA), a qual permite comparar, simultaneamente, a média de vários grupos utilizando variáveis contínuas. Para esse teste considerou-se como hipótese nula: “não existem diferenças significativas entre as médias observadas”.

Para a formação dos grupos a serem testados foram consideradas quinze variáveis: gênero, estado civil, dependentes, filhos, nível de escolaridade, raça, ascendência, ocupação, renda mensal, idade, número de cartões, conhecimento da taxa de juros, valor do limite do cartão de crédito, percentual da renda e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito.

A variável idade foi transformada em uma variável ordinal sendo o grupo 1 formado por 50% dos indivíduos com as menores idades (17 a 27 anos) e os demais respondentes, ou seja, aquelas com as maiores idades (28 a 81), integraram o grupo 2. A divisão dos respondentes em dois grupos etários foi realizada a fim de possibilitar uma análise mais apurada das atitudes e comportamentos de jovens e jovens-adultos de um lado e de adultos e idosos do outro lado. A variável renda, por sua vez, foi organizada em 7 grupos de acordo com o número de salários mínimos recebidos<sup>10</sup> (grupo 1 = até 1 salário mínimo; grupo 2 = mais de 1 até 2 salários; grupo 3 = mais de 2 até 3 salários; grupo 4 = mais de 3 até 5 salários; grupo 5 = mais de 5 até 10 salários; grupo 6 = acima de 10 salários mínimos).

A variável número de cartões de crédito foi organizada em 4 grupos, sendo considerado para essa divisão o número de cartões possuídos (grupo 1 = 1 cartão; grupo 2 = 2 cartões; grupo 3 = 3 cartões; grupo 4 = 4 ou mais cartões de crédito). O valor do limite no cartão de crédito foi dividido em 7 grupos, conforme segue: grupo 1 = limite entre R\$ 0,00 e

---

<sup>10</sup> Considerou-se o valor de R\$ 678,00 para o salário mínimo.

R\$ 250,00; grupo 2 = R\$ 251,00 a R\$ 500,00; grupo 3 = R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00; grupo 4 = R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00; grupo 5 = R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00; grupo 6 = R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00 e grupo 7 = limite acima de R\$ 10.001,00. A variável percentual da renda mensal gasta com cartão de crédito foi organizada em 3 grupos (grupo 1 = 0% a 30% da renda; grupo 2 = 31% a 60% e, grupo 3 = 61% a 100% da renda) e, por fim, a variável valor do gasto mensal com cartão de crédito, organizada em 5 grupos (grupo 1 = R\$ 0,00 a R\$ 250,00; grupo 2 = R\$ 251,00 a R\$ 500,00; grupo 3 = R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00; grupo 4 = R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00 e grupo 5 = acima de R\$ 2.501,00).

A análise das diferenças foi feita com base na média dos grupos, sendo que as Tabelas que contem os resultados dos grupos com diferença estão expostas no apêndice do trabalho. Em um primeiro momento, verificou-se a existência de diferenças entre as variáveis se considerado o construto Comportamento financeiro, conforme apresentado na Tabela 17.

Tabela 17 – Teste de hipóteses para o fator Comportamento financeiro

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Comportamento financeiro	Gênero (1)	<b>3,245</b>	<b>0,001</b>
	Idade (1)	<b>-3,182</b>	<b>0,001</b>
	Estado civil (2)	0,964	0,426
	Dependentes (1)	<b>2,245</b>	<b>0,025</b>
	Filhos (1)	<b>2,599</b>	<b>0,009</b>
	Nível de escolaridade (2)	<b>2,276</b>	<b>0,034</b>
	Raça (2)	<b>4,283</b>	<b>0,002</b>
	Ascendência (2)	1,860	0,098
	Ocupação (2)	1,982	0,054
	Renda (2)	1,785	0,113
	Número de cartões de crédito (2)	1,526	0,206
	Conhecimento da taxa de juros (1)	-0,805	0,421
	Limite do cartão de crédito (2)	2,037	0,058
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	<b>3,173</b>	<b>0,042</b>
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	2,345	0,053

Fonte: Dados da pesquisa.

Pela análise dos resultados, verifica-se que manter discussões com pessoas próximas em virtude das dívidas apresentou a maior média (3,99), indicando que grande parte dos

respondentes (73,1%) discorda que esteja tendo problemas de relacionamento motivados pelo endividamento. Outro aspecto positivo a ser destacado refere-se à questão “Daqui a um ano pretendo não ter dívidas no cartão de crédito” (média 3,50), na qual 50,9% acreditam que dentro desse prazo terão sanado seus problemas financeiros. A questão “Preocupo-me constantemente com o pagamento de minhas dívidas” (média 2,05) foi a que apresentou a menor média, indicando que parcela expressiva dos respondentes (79,3%) tem a preocupação de quitar suas dívidas.

Analisando a variável idade, verificou-se que os indivíduos mais velhos tendem a comportar-se financeiramente de forma mais adequada (média 3,142) que os indivíduos mais novos. Vários estudos desenvolvidos com vistas a avaliar o nível de alfabetização financeira dos jovens adultos, tem sugerido que os mesmos não se sentem preparados para assumir responsabilidades financeiras (RUTHERFORD; FOX, 2010). De acordo com a pesquisa Jump\$tart, realizada a cada 2 anos desde 1997, nos últimos 10 anos o escore médio de alfabetização financeira obtido por jovens adultos não ultrapassou os 60%, salientando que os mesmos apresentam comportamentos, conhecimentos e habilidades deficitárias quando se trata de questões relacionadas às finanças pessoais.

As diferenças encontradas para o fator comportamento financeiro, quando consideradas as variáveis dependentes e filhos indicam que, de modo geral, indivíduos sem dependentes (média 3,105) e sem filhos (média 3,115), exibem um melhor comportamento financeiro que aqueles com dependentes e filhos. Analisando as diferenças para a variável nível de escolaridade, notou-se que os indivíduos com maior grau de instrução tendem a apresentar um comportamento de gestão financeira mais satisfatório. Os resultados revelam a forte discrepância de comportamento entre aqueles com pouca escolaridade – ensino fundamental (média 2,958) e ensino médio (média 2,968) –, os quais apresentaram as menores médias e, por consequência os piores comportamentos de gestão financeira e, os indivíduos com bom nível de instrução – especialização ou MBA (média 3,162) e doutorado (média 3,488) –, os quais apresentaram as maiores médias e, portanto, os comportamentos mais saudáveis.

Com relação à raça, foi possível observar que as pessoas que pertencem à raça branca obtiveram melhores níveis de comportamento financeiro (média 3,128). As menores pontuações, por sua vez, foram observadas para as raças indígena (média 2,821) e negra (média 2,915). Esse resultado suporta os achados da pesquisa desenvolvida por Grable e Joo (2006). Investigando 110 participantes de um seminário, os autores observaram que aqueles que se consideram de raça negra exibem comportamentos financeiros menos saudáveis que os

de raça branca. Outros estudos, como os realizados por Chen e Volpe (1998) e Lyons (2004) identificaram que os indivíduos negros se comparados a outras etnias apresentam um comportamento de gestão orçamentária e creditícia mais deficitário.

Para Mendes-da-Silva, Nakamura e Moraes (2012) indivíduos financeiramente alfabetizados tendem a apresentar comportamentos mais responsáveis em relação ao uso do cartão de crédito. Ao considerar o percentual da renda gasta com cartão de crédito, notou-se que as pessoas que apresentam um nível mediano de gastos tendem a ter um comportamento financeiro mais satisfatório que aqueles que comprometem quase a totalidade da renda com o cartão, comprovando os achados dos autores inicialmente citados. Na sequência, investigou-se o fator atitude financeira, cujos resultados estão ilustrados na Tabela 18.

Tabela 18 – Teste de hipóteses para o fator Atitude financeira

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Atitude financeira	Gênero (1)	-1,247	0,213
	Idade (1)	<b>-4,705</b>	<b>0,000</b>
	Estado civil (2)	0,531	0,713
	Dependentes (1)	0,889	0,374
	Filhos (1)	<b>2,425</b>	<b>0,015</b>
	Nível de escolaridade (2)	<b>6,830</b>	<b>0,000</b>
	Raça (2)	0,349	0,845
	Ascendência (2)	1,809	0,108
	Ocupação (2)	1,333	0,231
	Renda (2)	<b>8,653</b>	<b>0,000</b>
	Número de cartões de crédito (2)	2,389	0,067
	Conhecimento da taxa de juros (1)	<b>-2,978</b>	<b>0,003</b>
	Limite do cartão de crédito (2)	<b>10,704</b>	<b>0,000</b>
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	<b>6,371</b>	<b>0,002</b>
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	<b>13,378</b>	<b>0,000</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

Ao testar as hipóteses através das variáveis demográficas e aspectos relacionados ao cartão de crédito, constatou-se que existe diferença de atitude se consideradas as variáveis: idade, filhos, nível de escolaridade, renda, conhecimento da taxa de juros, limite do cartão de crédito, percentual da renda mensal e valor mensal do gasto com cartão de crédito.

Fundamentados nos resultados expostos na Tabela 18, verificou-se a existência de diferenças significativas para a variável idade, sendo que os indivíduos com mais de 27 anos (média 4,631) apresentam atitudes financeiras mais satisfatórias que aqueles com idade inferior a 27 anos (média 4,506). Para Shim et al. (2009), os jovens adultos entre 18 e 25 anos de idade estão em uma fase do ciclo de vida que se distingue dos demais períodos por uma série de grandes experiências e oportunidades vivenciadas para redefinir a si mesmos e consolidar valores, crenças e comportamentos. Nessa fase de transição, o indivíduo torna-se suscetível a influência de recursos financeiros, crenças, hábitos e valores que vão definir se o mesmo manterá atitudes financeiras satisfatórias ou insatisfatórias.

Considerando a variável filhos, notou-se que os indivíduos que não os possuem apresentaram médias mais elevadas (média 4,590), dando a entender que os mesmos exibem atitudes de gestão financeira mais saudáveis. Avaliando o grau de escolaridade, constatou-se que indivíduos com maior nível de instrução educacional, destaque para aqueles com especialização ou MBA (média 4,746) e doutorado (média 4,614), agem, financeiramente, de forma mais responsável. Tal achado corrobora a tese defendida por Shim et al. (2009), que indivíduos com maior nível de escolaridade desenvolvem atitudes mais positivas e saudáveis em relação ao gerenciamento do dinheiro pelo fato de a maior escolaridade torná-los mais experientes e, portanto, autoconfiantes.

Investigando as diferenças para a variável renda, constatou-se que indivíduos com rendimento mensal familiar mais elevado apresentaram as maiores pontuações, indicando atitudes financeiras mais saudáveis que aquelas exibidas por indivíduos de menor faixa salarial. Para Shim et al. (2009), pessoas com renda mais elevada dispõem, normalmente, de uma gama mais acurada de informações sobre gestão financeira, o que possibilita a adoção de atitudes de gerenciamento das finanças pessoais mais responsáveis.

Em relação à variável conhecimento da taxa de juros, notou-se que os indivíduos que detêm o conhecimento acerca do valor dos juros pagos em caso de utilização do crédito rotativo (média 4,629) desenvolvem atitudes financeiras mais satisfatórias que aqueles que conhecem o valor da taxa (média 4,544). Dando seguimento à análise das diferenças para o construto Atitude financeira, foi investigada a variável limite do cartão de crédito, obtendo-se como resultado que, de modo geral, os indivíduos que dispõem de maior limite para compras a crédito agem financeiramente de forma mais sustentável.

Analisando as diferenças para as variáveis percentual da renda e valor mensal gasto com o cartão de crédito, concluiu-se que aqueles que costumam destinar boa parte da sua renda para o pagamento de contas e/ou aquisição de bens com o cartão de crédito,

demonstram ser financeiramente mais sensatos no julgamento de questões de gestão financeira. Normalmente, indivíduos com maior nível de renda possuem um limite de crédito mais elevado, fazendo com que os mesmos gastem parcela considerável da renda mensal com o pagamento do cartão. Tal fato não significa que os mesmos tenham atitudes e comportamentos financeiros negativos, o que pode ser comprovado na corrente pesquisa, a qual revelou que esses indivíduos são os que apresentam as melhores atitudes de gestão orçamentária e creditícia.

Dando seguimento ao processo de análise das diferenças, averiguou-se o fator Conhecimento financeiro, o qual buscou avaliar o nível de entendimento dos indivíduos em relação a questões financeiras como taxa de juros, inflação, mercado acionário, risco, cartão de crédito. Os resultados deste fator estão expressos na Tabela 19 e no apêndice 6.

Ao testar as hipóteses através das variáveis demográficas e aspectos do cartão de crédito, verificou-se que todas as variáveis apresentaram diferença significativa (nível de 5%) entre os grupos. Para a variável gênero identificou-se que homens e mulheres apresentam diferentes níveis de conhecimento, sendo que os homens mostram-se mais conhecedores de questões financeiras (média 2,25) se comparado às mulheres (média 1,847). Lusardi, Mitchel e Curto (2010) também verificaram uma grande lacuna de conhecimento entre homens e mulheres, sendo os homens os maiores detentores de conhecimento. Tais achados são corroborados por Chen e Volpe (1998), que avaliaram o nível de educação financeira de estudantes americanos e Lusardi e Tufano (2009), que exploraram a alfabetização para a dívida de uma amostra representativa de cidadãos americanos. Todos esses resultados trazem, por consequência, evidências robustas de que as mulheres apresentam maior dificuldade em realizar cálculos financeiros e exibem menor nível de conhecimento, o que acaba por dificultar a habilidade de tomar decisões financeiras responsáveis.

Quanto á variável idade, constatou-se que os indivíduos com idade superior a 27 anos mostraram maior ciência financeira que aqueles com idade inferior a 27 anos corroborando os achados de Lusardi, Mitchel e Curto (2010). A manutenção de níveis adequados de alfabetização financeira pessoal é fundamental em todas as fases da vida, uma vez que possibilita tomar decisões efetivas para melhorar o bem-estar financeiro tanto no curto quanto no longo prazo.

Tabela 19 – Teste de hipóteses para o fator Conhecimento financeiro

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig.
Conhecimento financeiro	Gênero (1)	<b>7,816</b>	<b>0,000</b>
	Idade (1)	<b>-6,246</b>	<b>0,000</b>
	Estado civil (2)	<b>4,821</b>	<b>0,010</b>
	Dependentes (1)	<b>2,434</b>	<b>0,015</b>
	Filhos (1)	<b>3,767</b>	<b>0,000</b>
	Nível de escolaridade (2)	<b>7,322</b>	<b>0,000</b>
	Raça (2)	<b>5,170</b>	<b>0,000</b>
	Ascendência (2)	<b>3,493</b>	<b>0,004</b>
	Ocupação (2)	<b>4,242</b>	<b>0,000</b>
	Renda (2)	<b>9,628</b>	<b>0,000</b>
	Número de cartões de crédito (2)	<b>6,960</b>	<b>0,000</b>
	Conhecimento da taxa de juros (1)	<b>-3,892</b>	<b>0,000</b>
	Limite do cartão de crédito (2)	<b>10,675</b>	<b>0,000</b>
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	<b>11,214</b>	<b>0,000</b>
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	<b>17,382</b>	<b>0,000</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a variável estado civil, foi possível observar que as maiores pontuações foram obtidas pelos indivíduos solteiros (média 2,100) dando a entender que os mesmos apresentam maior nível de conhecimento. As menores pontuações, por sua vez, foram obtidas pelos indivíduos separados (média 1,821) seguidos pelos casados (média 1,886). A seguir, foram consideradas as variáveis que mensuraram a composição familiar: filhos e dependentes. Em ambas verificou-se que aqueles sem dependentes (média 2,057) e sem filhos (média 2,080) demonstram um entendimento mais apurado em relação a questões financeiras, se comparados aos indivíduos com dependentes e com filhos.

Prosseguindo na análise das diferenças para o fator Conhecimento financeiro, investigou-se a variável nível de escolaridade. Para essa variável, percebeu-se que o indivíduo com maior grau de instrução educacional destaque para que aqueles com ensino superior (média 2,171) e mestrado (média 2,037) apresentam um maior nível de conhecimento financeiro. Por outro lado aqueles com baixo nível de escolaridade (ensino fundamental – média 1,552) demonstram maior dificuldade para lidar com questões financeiras. Tais resultados são confirmados por Lusardi e Mitchel (2007) que, em pesquisa realizada com indivíduos americanos, constataram que aqueles com menor nível de escolaridade são mais

propensos a responder erroneamente ou a responder que não sabem, especialmente, quando se trata de questões referentes à taxa de juros e ao valor do dinheiro no tempo. Para Lyons, Rachlis e Scherpf (2007) ter maior nível de escolaridade aumenta significativamente o escore de conhecimento sobre crédito. Além disso, para os autores, a magnitude do efeito educação aumenta à medida que aumenta o nível de escolaridade.

Investigando as variáveis raça e ascendência, notou-se que as maiores pontuações foram obtidas por indivíduos que se consideram de cor branca (média 2,093) e origem alemã (média 2,213). Em contrapartida, os piores resultados foram auferidos por indivíduos de cor negra (média 1,758) e por aqueles que não sabem sua ascendência (média 1,803). Esses resultados são consistentes com outros estudos que verificaram diferenças para as variáveis raça e origem étnica (MANDELL, 2009).

Disney e Gathergood (2011), em pesquisa realizada com 2.438 cidadãos do Reino Unido, demonstraram que as pessoas com mais tempo de trabalho apresentaram melhor desempenho financeiro, muito em virtude da experiência e confiança adquiridas com o tempo de serviço. Esse resultado pode ser comparado com o encontrado no presente estudo, o qual apontou que profissionais liberais (média 2,294), indivíduos com outras ocupações (média 2,194) e aposentados (média 2,051) tem um maior entendimento a respeito de questões financeiras se comparados àqueles que não possuem vínculo empregatício.

Avaliando ainda as características demográficas, constatou-se que os indivíduos com bom rendimento mensal, de forma mais específica, aqueles que recebem mais de 3 até 5 salários mínimos (média 2,234) e aqueles que recebem mais de 5 até 10 salários mínimos (média 2,116) apresentam um maior conhecimento acerca de assuntos financeiros. As melhores performances em relação a questões financeiras são exibidas, tipicamente, por pessoas empregadas com rendimento mensal elevado (DISNEY; GATHERGOOD, 2011). Segundo Lyons, Rachlis e Scherpf (2007) possuir bons níveis de renda aumenta significativamente o escore de conhecimento financeiro do indivíduo, no entanto, existem poucas evidências, de que a magnitude do efeito da renda aumente com a elevação dos rendimentos mensais. Tal tese é confirmada nessa pesquisa, uma vez que pessoas com rendimento superior a 10 salários mínimos não apresentam níveis de conhecimento significativamente superiores àqueles com renda de até 10 salários mínimos.

Na sequência, investigaram-se as diferenças para o fator Conhecimento financeiro se considerados os aspectos relacionados ao cartão de crédito. Considerando o número de cartões de crédito, verificou-se que os indivíduos que possuem um baixo número (3 cartões (média 2,11) e 2 cartões (média 2,103)) apresentaram maiores pontuações e, portanto, melhor

desempenho financeiro. Analisando a variável conhecimento da taxa de juros, notou-se que os indivíduos que conhecem o valor da taxa de juros paga em caso de utilização do crédito rotativo tem um maior conhecimento no que se refere ao mercado financeiro.

Segundo Disney e Gathergood (2011), melhores níveis de educação financeira estão associados com o maior uso do crédito, mas, particularmente, com o maior uso de crédito de baixo custo e menor uso de crédito de alto custo. Para os autores, os indivíduos que detêm bons níveis de conhecimento financeiro sabem aproveitar os benefícios do crédito, porém dentro do limite permitido. Os resultados encontrados por esses autores podem ser comparados com os auferidos na presente pesquisa, na qual se constatou que indivíduos com maior limite de crédito (limite entre R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00 (média 2,262) e limite acima de R\$ 10.000,00 (média 2,151)) e maior gasto mensal no cartão de crédito, se considerada a renda auferida (gasto mensal entre R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00 (média 2,243) e entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.500,00 (média 2,131) mostram-se conhecedores mais apurados de questões financeiras.

Concluída a análise do construto Conhecimento financeiro, passou-se para a investigação do fator Comportamento de uso do cartão de crédito, conforme apresentado na Tabela 20. Pela análise dos dados, nota-se que das 15 variáveis testadas, 10 apresentaram diferenças significativas a um nível de 5% – idade, dependentes, filhos, raça, ocupação, renda, conhecimento da taxa de juros, limite do cartão de crédito, percentual da renda e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito. Em outras palavras, para essas variáveis, rejeitou-se a hipótese nula, indicando que há diferença entre os grupos testados. Apreciando, em um primeiro momento, a variável idade, constatou-se que as pessoas de maior faixa etária (média 4,196) tendem a ser mais responsáveis na hora de utilizar o cartão de crédito. Worthy, Jonkman e Blinn-Pike (2010) afirmam que adultos emergentes (18-25 anos) tendem a assumir riscos maiores e apresentar menor estabilidade financeira o que pode explicar a presença de comportamentos menos saudáveis.

Tabela 20 – Teste de hipóteses para o fator Comportamento de uso do cartão de crédito

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Comportamento de uso do cartão de crédito	Gênero (1)	-1,448	0,148
	Idade (1)	<b>-5,044</b>	<b>0,000</b>
	Estado civil (2)	1,242	0,291
	Dependentes (1)	<b>2,284</b>	<b>0,023</b>

continua

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Teste paramétrico</b>	
	Filhos (1)	<b>2,539</b>	<b>0,011</b>
	Nível de escolaridade (2)	1,846	0,087
	Raça (2)	<b>2,451</b>	<b>0,044</b>
	Ascendência (2)	1,527	0,178
	Ocupação (2)	<b>3,059</b>	<b>0,003</b>
	Renda (2)	<b>5,170</b>	<b>0,000</b>
	Número de cartões de crédito (2)	0,974	0,404
	Conhecimento da taxa de juros (1)	<b>-3,696</b>	<b>0,000</b>
	Limite do cartão de crédito (2)	<b>5,568</b>	<b>0,000</b>
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	<b>8,860</b>	<b>0,000</b>
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	<b>4,360</b>	<b>0,002</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

Investigando as variáveis utilizadas para mensurar a composição familiar: dependentes e filhos, constatou-se que as maiores pontuações foram obtidas por indivíduos que não possuem dependentes (média 4,118) e não possuem filhos (média 4,119), indicando que os mesmos utilizam o cartão de crédito de forma mais responsável e equilibrada.

Levando em consideração à variável raça, notou-se que os indivíduos que se consideram brancos (média 4,129) apresentaram comportamentos responsáveis na hora de usar o cartão de crédito. Entre os indivíduos com comportamentos menos adequados, destaquem-se aqueles que se consideram de raça indígena (média 3,761) e amarela ou oriental (média 3,888). Esse resultado recebe suporte de pesquisas anteriores, as quais sugerem que os indivíduos que se consideram de raça branca apresentam comportamentos de crédito mais saudáveis, enquanto que as minorias raciais são mais propensas a se engajarem em comportamentos menos responsáveis na hora de usar o cartão de crédito (LYONS, 2004; ROBB, SHARPE, 2009). Ao considerar a variável ocupação, constatou-se que as maiores pontuações foram obtidas por indivíduos autônomos (média 4,100), funcionários públicos (média 4,167) e por aqueles que possuem outras ocupações (média 4,233).

Prosseguindo na avaliação das características demográficas, analisou-se a existência de diferenças para a variável renda. Os melhores comportamentos de uso do cartão de crédito foram apresentados por indivíduos com bom rendimento mensal, com destaque para aqueles com renda entre 5 e 10 salários mínimos (média 4,215) e renda superior a 10 salários (média 4,208). Em contrapartida, os indivíduos com baixo rendimento mensal foram os que apresentaram os piores comportamentos com média 3,903 para aqueles que recebem até 1 salário mínimo e média 3,959 para aqueles que recebem entre 1 e 2 salários mínimos.

Quanto à variável conhecimento do valor da taxa de juros do cartão de crédito paga em caso de uso do crédito rotativo, concluiu-se que àqueles que detêm esse conhecimento exibem comportamentos mais saudáveis na hora de utilizar o cartão de crédito. Analisando a variável limite do cartão de crédito, foi possível observar que as maiores pontuações foram obtidas pelos indivíduos que possuem limite de crédito mais elevado. Mais especificamente limite entre R\$ 2.501,00 e R\$ 5.000,00 (média 4,175), R\$ 5.000,00 e R\$ 10.000,00 (média 4,201) e limite superior a R\$ 10.000,00.

Por fim, analisaram-se as variáveis: percentual da renda e valor do gasto mensal no cartão de crédito, sendo observado que os indivíduos acostumados a gastar parcela significativa de sua renda com o pagamento do cartão de crédito apresentam um comportamento de crédito mais responsável e equilibrado, evitando, dessa forma, incorrer na dívida. De forma mais específica, as maiores pontuações foram alcançadas por aqueles que gastam mensalmente no cartão entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.500,00 (média 4,234).

O próximo construto investigado foi a Dívida no cartão de crédito, na qual se observou diferenças de média significativas para as variáveis: gênero, idade, dependentes, filhos, nível de escolaridade, renda, número de cartões de crédito, conhecimento da taxa de juros, limite do cartão de crédito, percentual da renda gasta no cartão e valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito. Os resultados para o construto estão expostos na Tabela 21 e no Apêndice 8.

Em um primeiro momento, verificou-se que algumas das relações inicialmente estabelecidas não se concretizaram, uma vez que as variáveis não apresentaram diferenças significativas para o construto a um nível de 1% ou 5%. Nesse sentido, constatou-se que não há diferença quanto à probabilidade de contrair dívidas no cartão se considerado o estado civil, a raça, a ascendência e a ocupação. Levando em consideração as variáveis que se mostraram significativas, observou-se, em um primeiro momento, a existência de diferença de média para a variável gênero, advertindo que homens e mulheres exibem um nível distinto de dívida, sendo que os homens apresentaram pontuação mais elevada (média 1,548), sugerindo um nível maior de dívida no cartão de crédito. Wang, Lu e Malhotra (2011), em pesquisa realizada com 1.410 indivíduos chineses, constataram que os homens tendem a se endividar com maior frequência se comparados as mulheres. Para os autores, o menor endividamento feminino está atrelado ao fato de as mulheres serem mais prudentes em suas decisões financeiras e apresentarem melhor organização e planejamento do orçamento financeiro (BAEK; HONG, 2004). O resultado encontrado confirma, para a variável gênero, o pressuposto estabelecido na seção “Desenvolvimento do modelo teórico”, o qual propunha a existência de diferença de média entre homens e mulheres.

Tabela 21 – Teste de hipóteses para o fator Dívida no cartão de crédito

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Dívida no cartão de crédito	Gênero (1)	<b>2,416</b>	<b>0,016</b>
	Idade (1)	<b>6,121</b>	<b>0,000</b>
	Estado civil (2)	1,130	0,341
	Dependentes (1)	<b>-3,009</b>	<b>0,003</b>
	Filhos (1)	<b>-3,163</b>	<b>0,002</b>
	Nível de escolaridade (2)	<b>4,358</b>	<b>0,000</b>
	Raça (2)	2,186	0,068
	Ascendência (2)	1,895	0,092
	Ocupação (2)	0,843	0,551
	Renda (2)	<b>7,885</b>	<b>0,000</b>
	Número de cartões de crédito (2)	<b>8,530</b>	<b>0,000</b>
	Conhecimento da taxa de juros (1)	<b>4,753</b>	<b>0,000</b>
	Limite do cartão de crédito (2)	<b>8,705</b>	<b>0,000</b>
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	<b>17,307</b>	<b>0,000</b>
Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	<b>11,829</b>	<b>0,000</b>	

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise da variável idade demonstra que os respondentes de menor faixa etária apresentaram a maior pontuação, sugerindo que os mesmos tendem a ser mais endividados no cartão de crédito (média 1,603). Segundo Kim e DeVaney (2001), o relacionamento da variável idade com a dívida apresenta um comportamento curvilíneo, sendo a probabilidade de contrair dívidas crescente até a idade aproximada de 37 anos e decrescente a partir dos 37 anos. Consumidores mais jovens são confrontados com obstáculos financeiros, tais como postos de trabalho com salários menores e gastos elevados devido à necessidade de sustentar uma família em formação (esposa/esposo, filhos), que geram um maior incentivo à contratação de empréstimos. Norvilitis et al. (2006) acrescentam que a expectativa positiva de no futuro ter um alto padrão de renda e, portanto, uma situação financeira saudável, faz com que os jovens sejam mais favoráveis ao uso do crédito e tolerantes ao endividamento. Esse resultado confirma, de maneira geral, o pressuposto da existência de diferenças de média entre os grupos e, confirma, de maneira específica, que indivíduos jovens são mais propensos a utilizar o cartão de crédito como instrumento de empréstimo que pessoas de mais idade (KIM; DEVANEY, 2011).

Godwin (1998) mostra que o tamanho da família está positivamente relacionado com o aumento das dívidas. Em outras palavras, cada membro adicional do agregado familiar contribui para a presença de maiores compromissos financeiros e, por consequência, para a maior necessidade de recursos, os quais são obtidos, em muitas ocasiões, por intermédio do cartão de crédito (CHIEN, DEVANEY, 2001; KEESE, 2010; WANG, LU, MALHOTRA, 2011). Os resultados encontrados neste trabalho ratificam as constatações dos autores, uma vez que se observou a maior propensão dos indivíduos com dependentes (média 1,586) e filhos (média 1,579) possuírem dívidas no cartão de crédito. A presença de diferença de média significativa para as variáveis dependentes e filhos confirma os pressupostos estabelecidos para essas variáveis.

Investigando ainda as características demográficas, descobriu-se que indivíduos com menor grau de escolaridade tendem a ser mais endividados que aqueles com maior instrução educacional. Esse resultado mostrou-se contrário ao esperado, uma vez que a literatura aponta para a existência de uma relação positiva entre grau de escolaridade e dívida. Kim e DeVaney (2001) sugerem que essa relação positiva está assentada na perspectiva teórica do termo educação que é visualizado como um recurso humano corrente, bem como um recurso futuro. Para os autores, os indivíduos, por acreditarem que um bom nível de escolaridade futuro venha a proporcionar rendimentos futuros maiores, acabam elevando sua demanda por consumo e, por consequência, a demanda por crédito.

Ao analisar a variável renda foi possível observar que as maiores pontuações foram alcançadas por indivíduos com menor faixa salarial, sugerindo que os mesmos apresentam maior nível de dívida no cartão de crédito. De forma mais específica, as maiores médias foram obtidas por aqueles que recebem mais de 1 até 2 salários (média 1,631) e por aqueles que recebem mais de 2 até 3 salários mínimos (média 1,549). Esse resultado confirma o pressuposto de diferença de média inicialmente estabelecida e ratifica os resultados encontrados por Kim e DeVaney (2001), os quais observaram uma relação negativa entre renda e dívida no cartão de crédito. Para Davies e Lea (1995), indivíduos de baixa renda costumam endividar-se mais no cartão de crédito devido à necessidade de mais recursos financeiros para saldar compromissos. Wang, Lu e Malhotra (2011), complementando o argumento dos autores, afirmam que o aumento de renda obtido por pessoas com baixo rendimento, na maioria das vezes, não consegue acompanhar o aumento de suas despesas, fazendo com que os mesmos continuem dispostos a usar o crédito rotativo para atender suas demandas.

Iniciando a análise das variáveis utilizadas para mensurar características do cartão de crédito, notou-se que indivíduos que possuem 3 cartões (média 1,690) e 4 ou mais cartões (média 1,598) são mais propensos à dívida que aqueles que possuem 1 (média 1,424) ou 2 cartões de crédito (média 1,504). Esse resultado suporta os achados de Norvilitis et al. (2006) e Wang, Lu e Malhotra (2011), ratificando a relação positiva entre número de cartões e dívida no cartão de crédito. Segundo Kim e DeVaney (2001), o número de cartões de crédito desempenha um importante papel no aumento do nível de dívida, uma vez que indivíduos detentores de um maior número de cartões possuem uma fonte de crédito superior àqueles que detêm menor número de cartões. Dito de outra forma, para os usuários do crédito rotativo do cartão, a posse de um maior número de cartões provê acesso a mais recursos de crédito. Dispor de mais recursos de crédito, por sua vez, pode influenciar os consumidores a emprestar/gastar mais dinheiro, elevando o valor da dívida. A posse de um cartão de crédito adicional aumenta a quantia média do saldo devedor do cartão em \$ 264,00 (KIM; DEVANEY, 2011). O conhecimento do valor da taxa de juros paga em caso de utilização do crédito rotativo diminui a probabilidade de comportamentos de má gestão do cartão (MENDES-DA-SILVA, NAKAMURA, MORAES, 2012; WANG, LU, MALHOTRA, 2011, NORVILITIS et al., 2006). A constatação dos autores pode ser comparada ao resultado obtido pela pesquisa, pois se observou que as pessoas que não tem ciência do valor da taxa de juros apresentam um nível maior de dívida (média 1,543) se comparados àqueles que conhecem o valor da taxa (média 1,371).

Levando em consideração a variável limite do cartão de crédito, constatou-se que indivíduos com valores relativamente baixos de limite de crédito apresentam maiores níveis de dívida se comparados àqueles com limite mais elevado. Mais especificamente, as maiores pontuações foram obtidas por pessoas com limite entre R\$ 251,00 e R\$ 500,00 (média 1,688) e entre R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00 (média 1,618), contrariando o pressuposto inicialmente firmado, o qual apontava para uma relação positiva entre limite do cartão de crédito e dívida. Wang, Lu e Malhotra (2011) explicam tal resultado afirmando que a maioria dos titulares de cartão de crédito com baixo rendimento mensal utiliza o limite de crédito para saldar compromissos mensais, devido ao fato de a renda auferida ser inferior às despesas. Dessa forma, o limite de crédito passa a ser visto como um complemento da renda mensal, contribuindo, por sua vez, para o maior endividamento dessas pessoas no cartão de crédito.

Por fim, averiguaram-se as variáveis percentual da renda e valor do gasto mensal no cartão de crédito, sendo descoberto que os indivíduos que costumam gastar uma parcela pouco significativa da sua renda (0% a 30% (média 1,589)) apresentam maiores níveis de

dívida que aqueles que gastam valores consideráveis. Esse resultado contradiz os pressupostos da literatura especializada que apontam para a existência de uma relação positiva entre valor do gasto e dívida no cartão de crédito. Depois de analisadas todas as variáveis, concluiu-se que dos 15 pressupostos inicialmente estabelecidos, 7 foram confirmados. A Figura 25 apresenta as relações inicialmente propostas e o resultado do teste de hipóteses.

<b>Variável</b>	<b>Pressuposição</b>	<b>Resultado</b>
Gênero	Relação indefinida	Confirmada. Existe diferença de média, sendo que os homens são mais endividados.
Idade	Relação indefinida	Confirmada. Existe diferença de média, sendo que os mais jovens são mais endividados.
Estado civil	Relação indefinida	Rejeitada. Não houve diferença de média significativa.
Dependentes	Relação positiva	Confirmada. Há diferença de média, sendo que os indivíduos com dependentes apresentam mais dívida.
Filhos	Relação positiva	Confirmada. Há diferença de média, sendo que os indivíduos com dependentes apresentam mais dívida.
Nível de escolaridade	Relação positiva	Rejeitada. Apesar de a diferença entre as médias ser significativa, encontrou-se uma relação negativa.
Raça	Relação indefinida	Rejeitada. Não foram encontradas diferenças significativas.
Ascendência	Relação indefinida	Rejeitada. Não foram encontradas diferenças significativas.
Ocupação	Relação positiva	Rejeitada. Não foram encontradas diferenças significativas.
Renda	Relação indefinida	Confirmada. Indivíduos com menores faixas salariais apresentam maiores níveis de dívida.
Número de cartões de crédito	Relação positiva	Confirmada. O maior número de cartões de crédito conduz a maiores níveis de dívida.
Conhecimento do valor da taxa de juros	Relação negativa	Confirmada. O conhecimento da taxa de juros diminui a probabilidade de incorrer em dívida.
Limite do cartão de crédito	Relação positiva	Rejeitada. Apesar de a diferença entre as médias ser significativa, encontrou-se uma relação negativa entre as variáveis.
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	Relação positiva	Rejeitada. Apesar de a diferença entre as médias ser significativa, encontrou-se uma relação negativa entre as variáveis.
Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito	Relação positiva	Rejeitada. Apesar de a diferença entre as médias ser significativa, encontrou-se uma relação entre as variáveis.

Figura 25 – Relação entre as variáveis e resultado para o teste de hipóteses.

Fonte: Dados da pesquisa.

Dando continuidade ao processo de análise, passou-se para a avaliação do fator Materialismo. Para esse construto, foram verificadas diferenças significativas para as variáveis: estado civil, dependentes, filhos, ocupação, renda, número de cartões de crédito e percentual da renda gasta com cartão de crédito, conforme exposto na Tabela 22.

Tabela 22 – Teste de hipóteses para o fator Materialismo

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Materialismo	Gênero (1)	1,689	0,091
	Idade (1)	-1,048	0,295
	Estado civil (2)	15,155	0,000
	Dependentes (1)	4,924	0,000
	Filhos (1)	6,458	0,000
	Nível de escolaridade (2)	0,688	0,660
	Raça (2)	1,818	0,123
	Ascendência (2)	0,662	0,653
	Ocupação (2)	9,601	0,000
	Renda (2)	2,841	0,015
	Número de cartões de crédito (2)	3,332	0,019
	Conhecimento da taxa de juros (1)	-0,969	0,332
	Limite do cartão de crédito (2)	1,710	0,115
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	3,668	0,026
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	1,146	0,333

Fonte: Dados da pesquisa.

Em um primeiro momento, analisou-se a variável estado civil sendo observado, a partir da análise da média, que os indivíduos solteiros (média 2,607), seguidos pelos casados (média 2,524) tendem a apresentar comportamentos mais materialistas.

Investigando as variáveis dependentes e filhos, utilizadas para mensurar o item composição familiar, foi possível observar que as pessoas que não possuem dependentes (média 2,546) e não possuem filhos (média 2,572) tendem a ser mais materialistas que aqueles com dependentes (média 2,333) e com filhos (média 2,305). Tal resultado confirma os achados de Nogueira (2009). Para o autor, a ausência de compromisso com o sustento de uma família (esposa/esposo, filhos) contribui para o fato de esses indivíduos gastarem mais com a aquisição de bens materiais e, por consequência, serem mais materialistas.

Ao considerar a variável ocupação, notou-se que as maiores pontuações foram alcançadas por aqueles que não trabalham (média 2,717), por indivíduos que exercem outros tipos de ocupações daquelas elencadas (média 2,641) e por empregados assalariados (média 2,515). Os indivíduos menos materialistas foram os aposentados com média igual a 2,044.

Prosseguindo na análise das diferenças de média, investigou-se a variável renda, sendo constatado que as maiores pontuações foram obtidas por pessoas com renda de 3 até 5 salários

mínimos (média 2,604) e por aqueles com renda superior a 5 até 10 salários (média 2,499), sugerindo que essas pessoas apresentam comportamentos mais materialistas que as demais. Tais resultados podem ser comparados aos encontrados por Malone et al. (2010), os quais verificaram que mulheres com renda familiar anual superior a \$ 100.000,00 dólares e mulheres que são responsáveis por pelo menos 75% do rendimento familiar mensal são mais propensas a concordar com a afirmativa “Eu gosto de muito luxo em minha vida”, demonstrando indícios de comportamentos materialistas.

Watson (2003), em pesquisa realizada com 322 cidadãos norte-americanos, constatou que indivíduos com maiores níveis de materialismo tendem a ter um maior número de cartões de crédito que aqueles menos materialistas. Mais especificamente, o autor verificou que indivíduos mais materialistas possuem, em média, 1,93 cartões, enquanto que os menos materialistas apresentam, em média, 1,39 cartões. O resultado encontrado por esse autor pode ser comparado aos auferidos na corrente pesquisa, uma vez que os maiores níveis de materialismo foram encontrados para aqueles que possuem 4 ou mais cartões de crédito (média 2,653), corroborando a relação positiva entre número de cartões e nível de materialismo. Por fim, investigou-se a variável percentual da renda gasta com cartão de crédito, sendo verificado que pessoas que gastam entre 31% e 60% do seu rendimento mensal com o pagamento da fatura do cartão de crédito tendem a ser mais materialistas que os demais.

Dando seguimento ao processo de análise, verificou-se a existência de diferenças entre as variáveis para o construto Compras compulsivas, conforme resultados expostos na Tabela 23. Pela análise dos dados, notou-se que das 15 variáveis testadas, 10 apresentaram diferenças significativas a um nível de 5% – gênero, idade, estado civil, filhos, renda, número de cartões, conhecimento do valor da taxa de juros, limite do cartão de crédito, percentual da renda gasta e valor do gasto mensal com cartão de crédito. Em outras palavras, para essas variáveis, rejeitou-se a hipótese nula, indicando que há diferença entre os grupos testados. Averiguando, em um primeiro momento, a variável gênero, notou-se que homens e mulheres apresentam comportamentos distintos, sendo as mulheres as que apresentam comportamentos de compra compulsiva mais evidentes (média 1,712).

Tabela 23 – Teste de hipóteses para o fator Compras Compulsivas

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Compras compulsivas	Gênero (1)	-5,212	0,000
	Idade (1)	2,333	0,020
	Estado civil (2)	6,756	0,000
	Dependentes (1)	1,551	0,121
	Filhos (1)	2,778	0,006
	Nível de escolaridade (2)	0,737	0,620
	Raça (2)	2,091	0,080
	Ascendência (2)	1,274	0,272
	Ocupação (2)	1,435	0,187
	Renda (2)	3,264	0,006
	Número de cartões de crédito (2)	7,057	0,000
	Conhecimento da taxa de juros (1)	2,464	0,014
	Limite do cartão de crédito (2)	3,990	0,001
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	7,760	0,000
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	3,240	0,012

Fonte: Dados da pesquisa.

Tal resultado encontra apoio nas pesquisas realizadas por Edwards (1993), Norum (2008) e Tavares et al. (2008). Norum (2008) ao investigar 7.342 estudantes entre 18 e 27 anos de idade, verificou que, mantidos todos os demais fatores constantes, as mulheres tendem a exibir maiores escores de compra compulsiva se comparadas com os homens.

Considerando a variável idade, foi possível observar que as maiores pontuações foram obtidas por indivíduos com até 27 anos (média 1,679), sugerindo que os jovens adultos tendem a ter um comportamento mais compulsivo na hora de comprar, que as pessoas de mais idade. Os resultados encontrados por Malone et al. (2010) ratificam os achados da pesquisa. Os autores, em estudo desenvolvido com 400 mulheres verificaram que àquelas mais jovens foram mais propensas a concordar com a afirmativa “Eu facilmente gasto dinheiro com coisas que não são úteis/práticas para minha vida” demonstrando um comportamento de compra menos responsável.

Quanto ao estado civil, observou-se que as pessoas separadas obtiveram a maior média (1,764), seguido pelos solteiros (média 1,698). Tais resultados indicam que esses indivíduos são mais propensos a desenvolver comportamentos de compra compulsiva. Roberts, Manolis e Tanner Jr (2002) apontam como uma das possíveis explicações para a maior compulsividade

das pessoas separadas, o fato de as mesmas buscarem suprir a ausência da família com a aquisição de bens materiais. Os autores ainda destacam o fato de filhos de pais separados desenvolverem um comportamento mais materialista e compulsivo que aqueles com pais casados.

Ao investigar a variável filhos, foi possível observar que as pessoas que não os possuem obtiveram maior pontuação (média 1,674) se comparadas àqueles com filhos (média 1,574), indicando a maior probabilidade dos primeiros de desenvolver comportamentos compulsivos (média 1,674). Mensurando os resultados para a renda, percebeu-se que os indivíduos que auferem renda mensal mediana, entre 2 e 3 salários mínimos, são os que apresentam maior propensão a desenvolver comportamentos compulsivos (média 1,749), seguido pelos indivíduos com baixa renda mensal, até 1 salário mínimo (média 1,668). As menores pontuações foram alcançadas por aqueles que têm um bom rendimento mensal, entre 5 e 10 salários mínimos (média 1,516) e acima de 10 salários mínimos (média 1,558). Tavares et al. (2008) sugerem que a compra compulsiva é verificada, majoritariamente, em indivíduos com menor nível de renda, devido à pouca capacidade apresentada pelos mesmos de controlar seus gastos com bens desnecessários ou inapropriados. Outra possível explicação está na diferença de condições sociais e financeiras reais e idealizadas por aqueles com baixo nível de renda, levando-os a assumirem comportamentos de consumo compulsivo.

A posse de um maior número de cartões estimula a adoção de comportamentos de compra compulsiva fazendo com que o indivíduo passe a adquirir bens de pouca utilidade (ROBERTS; JONES, 2001). Os resultados encontrados nesta pesquisa corroboram a constatação dos autores, uma vez que os indivíduos mais propensos a apresentar comportamentos compulsivos são os detentores de 4 ou mais cartões de crédito (média 1,827), seguidos pelos detentores de 3 cartões (média 1,752). Os estudos desenvolvidos por O'Guinn e Faber (1989), Black (2007) e Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004) também encontraram que os compradores compulsivos tendem a possuir um maior número de cartões que os não compulsivos. Os indivíduos encontram nas atividades de compra combinadas com o uso do cartão de crédito um caminho para reduzir a sensação de ansiedade e aumentar o nível de bem-estar pessoal.

Dando continuidade à análise, verificou-se, com base na média (1,668), que os indivíduos que desconhecem o valor da taxa de juros paga em caso de utilização do crédito rotativo têm maior tendência a possuir comportamentos compulsivos na hora de adquirir bens materiais. Ao analisar a variável limite do cartão de crédito, notou-se que as maiores médias foram auferidas por aqueles com limite entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.500,00 e limite entre R\$

251,00 e R\$ 500,00. Enquanto os primeiros alcançaram média de 1,732, os últimos obtiveram média igual a 1,723, indicando que os mesmos são mais propensos à compulsividade.

Concluindo à investigação, analisaram-se as diferenças de média para as variáveis percentual da renda e valor do gasto mensal no cartão de crédito. Indivíduos que costumam gastar uma pequena fatia de seu rendimento mensal com o pagamento da fatura do cartão apresentaram as maiores médias. Mais especificamente, aqueles que despendem de 0% a 30% de sua renda (média 1,683) e aqueles que gastam entre R\$ 251,00 e R\$ 500,00 (média 1,706) tendem a ser mais compulsivos se contrastados com pessoas que gastam boa parte ou quase a totalidade de sua renda com o cartão.

Esse resultado mostra-se contrário aos achados da literatura especializada, os quais apontam que os compradores compulsivos utilizam o cartão de crédito de forma irresponsável se comparados com os não-compulsivos. Guerra e Penãloza (2008), em pesquisa realizada com 480 estudantes universitários de uma cidade do nordeste brasileiro, verificaram que 92,8% dos indivíduos que não apresentam comportamentos compulsivos usam o cartão de crédito de forma responsável ou muito responsável. Por outro lado, daqueles classificados como compradores compulsivos somente 22,4% utilizam irresponsável ou muito irresponsavelmente o cartão de crédito.

O próximo construto testado referiu-se ao Bem-estar financeiro, cujos resultados estão expostos na Tabela 24. Mostraram-se significativas as diferenças de média para as variáveis: idade, dependentes, filhos, raça, ascendência, renda, limite do cartão de crédito, percentual da renda e valor do gasto mensal no cartão de crédito.

No que tange à variável idade, os indivíduos mais velhos apresentaram maior pontuação (média 2,740) se comparados aos de idade inferior a 27 anos, demonstrando um nível maior de bem-estar financeiro. Tal resultado pode ser comparado ao obtido por Malone et al. (2010). Os autores concluíram que pessoas mais velhas acreditam que estão em uma boa situação financeira e que suas finanças domésticas estão bem organizadas exibindo, portanto, maiores níveis de satisfação financeira. Considerando a estrutura familiar, ou seja, as variáveis dependentes e filhos, verificou-se que aqueles que não os possuem apresentam um nível maior de satisfação com as finanças pessoais. Para os que não têm dependentes a média foi de 2,719, já para aqueles que não têm filhos a média foi igual a 2,740.

Tabela 24 – Teste de hipóteses para o fator Bem-estar financeiro

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Bem-estar financeiro	Gênero (1)	0,491	0,623
	Idade (1)	-2,328	0,020
	Estado civil (2)	1,714	0,144
	Dependentes (1)	2,471	0,014
	Filhos (1)	3,567	0,000
	Nível de escolaridade (2)	0,544	0,775
	Raça (2)	5,394	0,000
	Ascendência (2)	2,377	0,037
	Ocupação (2)	0,937	0,476
	Renda (2)	6,260	0,000
	Número de cartões de crédito (2)	0,424	0,736
	Conhecimento da taxa de juros (1)	0,923	0,356
	Limite do cartão de crédito (2)	6,084	0,000
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	7,746	0,000
	Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	3,846	0,004

Fonte: Dados da pesquisa.

Grable e Joo (2006) e Gutter e Copur (2011), em pesquisa desenvolvida com estudantes americanos, perceberam que, se mantidos todos os demais fatores constantes, os indivíduos de raça branca, se contrastados com os negros e com outras minorias étnicas apresentam menores níveis de stress financeiro quando expostos a situações de dificuldade financeira. O resultado auferido pelos autores pode ser comparado ao obtido na presente pesquisa, pois se observou que indivíduos que se consideram brancos (média 2,756), obtiveram maior pontuação, indicando melhores níveis de bem-estar financeiro. Consideraram-se com menor saúde financeira os de raça amarela ou oriental (média 2,463) e os de raça indígena (média 2,465).

Investigando a variável ascendência, notou-se que as maiores pontuações foram alcançadas por aqueles de origem alemã (média 2,952) e italiana (média 2,718), sugerindo que esses indivíduos apresentam uma situação financeira mais satisfatória se comparados aos de origem brasileira (2,658), portuguesa (2,691) e outras ascendências (2,611).

Ao avaliar a renda dos respondentes, descobriu-se que aqueles com rendimento mensal mediano, mais especificamente renda superior a 3 até 5 salários mínimos (média 2,849) e superior a 2 até 3 salários (média 2,832) são os que apresentam maiores níveis de bem-estar

financeiro. Em outras palavras, são aqueles que acreditam que conseguirão liquidar suas dívidas no curto prazo e, por isso, não costumam preocupar-se demasiadamente com esta questão. Pesquisas anteriores têm confirmado que o status econômico prediz fortemente, em muitas culturas, a felicidade e o bem-estar geral (GUTTER; COPUR, 2011), isto é, as pessoas sentem-se mais felizes e de bem com a vida quando estão financeiramente seguras. Na pesquisa desenvolvida, os autores verificaram que indivíduos com alto rendimento mensal apresentam maiores níveis de bem-estar financeiro se contrastados com pessoas de baixa renda mensal.

Investigando o limite no cartão de crédito, constatou-se que os maiores níveis de bem-estar financeiro foram alcançados por aqueles com limite de crédito entre R\$ 2.501,00 e R\$ 5.000,00 (média 2,882) e por aqueles com limite entre R\$ 1.001,00 e R\$ 2.500,00 (média 2,798). Por fim, foram analisadas as variáveis percentual da renda e valor mensal gasto no cartão de crédito, obtendo-se como resultado que os indivíduos que costumam gastar, em termos percentuais de 30% a 61% (média 2,845) e, em termos de valor, entre R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00 (média 2,860) de sua renda mensal com o pagamento do cartão de crédito consideram-se mais satisfeitos com a situação de suas finanças pessoais se comparados aos demais. Os menores níveis de bem-estar foram apresentados pelos indivíduos que gastam boa parcela de sua renda com o cartão. Particularmente por aqueles que gastam acima de R\$ 2.500,00 mensais.

O último construto a ser investigado conforme as variáveis demográficas e características do cartão de crédito referiu-se ao fator Emoções, cujos resultados estão expostos na Tabela 25.

Tabela 25 – Teste de hipóteses para o fator Emoções

Fator	Variáveis	Teste paramétrico	
		Valor teste	Sig
Emoções	Gênero (1)	-5,260	0,000
	Idade (1)	-2,216	0,027
	Estado civil (2)	6,744	0,001
	Dependentes (1)	-3,335	0,001
	Filhos (1)	-4,143	0,000
	Nível de escolaridade (2)	3,694	0,001
	Raça (2)	0,371	0,830
	Ascendência (2)	1,852	0,100
	Ocupação (2)	3,324	0,002

continua

		conclusão
Renda (2)	7,017	0,000
Número de cartões de crédito (2)	1,622	0,182
Conhecimento da taxa de juros (1)	-1,912	0,056
Limite do cartão de crédito (2)	4,458	0,000
Percentual da renda gasta com cartão de crédito (2)	3,426	0,033
Valor aproximado do gasto mensal no cartão de crédito (2)	1,369	0,242

Fonte: Dados da pesquisa.

Tendo por base os dados da Tabela, observou-se que das 15 variáveis inicialmente testadas, 10 apresentaram diferença de média significativa a um nível de 5%, sendo elas: gênero, idade, estado civil, dependentes, filhos, nível de escolaridade, ocupação, renda, limite do cartão de crédito e percentual da renda gasta com o cartão de crédito.

Quanto à variável gênero, as mulheres demonstraram maior propensão a vivenciar emoções negativas em caso de dificuldades financeiras, atingindo uma média de 3,475. Resultado semelhante foi encontrado por Shim et al. (2009) que investigando 781 estudantes de graduação de uma universidade do sudoeste norte-americano, constatou que as mulheres são mais propensas a vivenciar sentimentos como a depressão quando submetidas a situações de dificuldade financeira. Investigando a idade, verificou-se que as maiores médias foram obtidas por aqueles com idade superior a 27 anos (média 3,426), sendo, dessa forma, esses indivíduos os mais propensos a expressar emoções negativas em momentos de dificuldade financeira. A análise da variável estado civil revelou que os indivíduos viúvos (média 3,877), seguidos pelos separados (média 3,607) são mais propensos a desenvolver sentimentos negativos em situações de problemas financeiros.

Considerando a composição familiar, ou seja, as variáveis dependentes e filhos, notou-se que aqueles que possuem dependentes (média 3,502) e aqueles que possuem filhos (média 3,514) apresentam maior probabilidade de vivenciar emoções desagradáveis diante de problemas financeiros. A responsabilidade pelo sustento de uma família (esposo/esposa, filho(s), enteado(s)), explica a maior propensão dos indivíduos com dependentes/filhos vivenciarem sentimentos negativos como a ansiedade, nervosismo, falta de apetite e problemas de relacionamento pessoal e profissional quando submetidos a situações de dificuldade financeira.

Ao averiguar a variável nível de escolaridade, constatou-se que os respondentes com maior grau de instrução são os que apresentam as maiores pontuações, ou seja, maior probabilidade de experimentar emoções negativas em situações de dificuldade financeira.

Entre aqueles com maior pontuação, merecem destaque os indivíduos com doutorado, os quais obtiveram média igual a 3,718, sugerindo que é bastante provável que os mesmos sintam, por exemplo, vergonha, ansiedade, tristeza, quando suas finanças pessoais vão mal.

Com relação à variável ocupação, os indivíduos aposentados foram os que apresentaram a maior média (3,645), sugerindo que os mesmos são mais propensos a viver emoções negativas se comparados aos demais. Tal resultado corrobora os achados de Flores (2012). Prosseguindo na avaliação das diferenças, averiguou-se a variável renda, sendo constatado que pessoas com renda superior a 10 salários mínimos (média 3,641) são as mais propensas a vivenciar emoções negativas.

Sobre as questões relacionadas ao cartão de crédito, notou-se que existe diferença de média significativa entre os grupos para as variáveis limite de crédito e percentual da renda mensal gasta com cartão de crédito. No que refere à primeira, notou-se que as maiores médias foram alcançadas por aqueles indivíduos com limite superior a R\$ 10.000,00 (média 3,518). Quanto a segunda variável, observou-se que os indivíduos acostumados a gastar boa parcela da sua renda com o cartão de crédito (61% a 100% da renda), tendem a vivenciar com maior probabilidade emoções negativas.

Concluída a etapa de verificação das diferenças de média entre os grupos para os construtos se consideradas as variáveis demográficas e características do cartão de crédito, partiu-se para a fase de validação individual dos construtos.

#### **5.4 Validação individual dos construtos**

Para essa etapa foram considerados 9 construtos – Comportamento financeiro, Atitude financeira, Comportamento de uso do cartão de crédito, Dívida no cartão de crédito, Materialismo, Valores do Dinheiro, Compras compulsivas, Bem-estar financeiro e Emoções, os quais foram validados mediante o emprego da Análise Fatorial Confirmatória.

O processo de validação incluiu a aplicação de testes que visaram mensurar o grau de adequação e confiabilidade do modelo de mensuração. Para avaliar a adequação foram utilizados índices de ajuste absoluto – estatística *Qui-quadrado* ( $\chi^2$ ), *Root Mean Squares Residual* (RMR), *Root Mean Square Error of Aproximation* (RMSEA), *Goodness-of-Fit Index* (GFI) – e, índices de ajuste comparativos – *Comparative Fit Index* (CFI), *Normed Fit Index* (NFI) e *Tucker-Lewis Index* (TLI) – (SCHUMACKER, LOMAX, 1996; GARVER,

MENTZER, 1999; HAIR et al., 2009). Consideraram-se adequados os construtos que apresentaram estatística qui-quadrada não significativa, índices CFI, TLI, GFI e NFI superiores a 0,95, índice RMR inferior a 0,05 e índice RMSEA inferior a 0,08. Verificou-se igualmente à significância dos coeficientes estimados e a magnitude da carga fatorial, sendo necessária, para a adequação do modelo, que os coeficientes sejam significativos e com carga fatorial superior a 0,4.

A fim de verificar a confiabilidade utilizaram-se, concomitantemente, os testes *Alpha de Cronbach* e Variância Média Extraída. Foram considerados fidedignos os construtos com *Alpha* superior a 0,6 e Variância Extraída superior a 0,5. Os resultados individuais são descritos nas seções a seguir.

#### 5.4.1 Validação do construto Comportamento financeiro

A fim de mensurar o construto comportamento financeiro, utilizou-se o instrumento proposto por Matta (2007), o qual é constituído por 20 questões subdivididas nos tópicos: gestão financeira, utilização do crédito, consumo planejado, investimento e poupança. A Figura 26 representa o modelo inicial estimado pelo estudo.

Analisando a Figura, constatou-se que as questões 36, 40, 42, 49 e 50 apresentam uma formatação diferente das demais. Isso ocorre pelo fato dessas questões serem invertidas, ou seja, serem feitas no sentido contrário das demais exigindo a inversão da escala no momento da análise, a fim de facilitar a interpretação. O processo de reversão, denominado recodificação, foi realizado com o auxílio do software SPSS 17, sendo para tanto utilizadas as opções *Transform – Recode into diferente variables*.

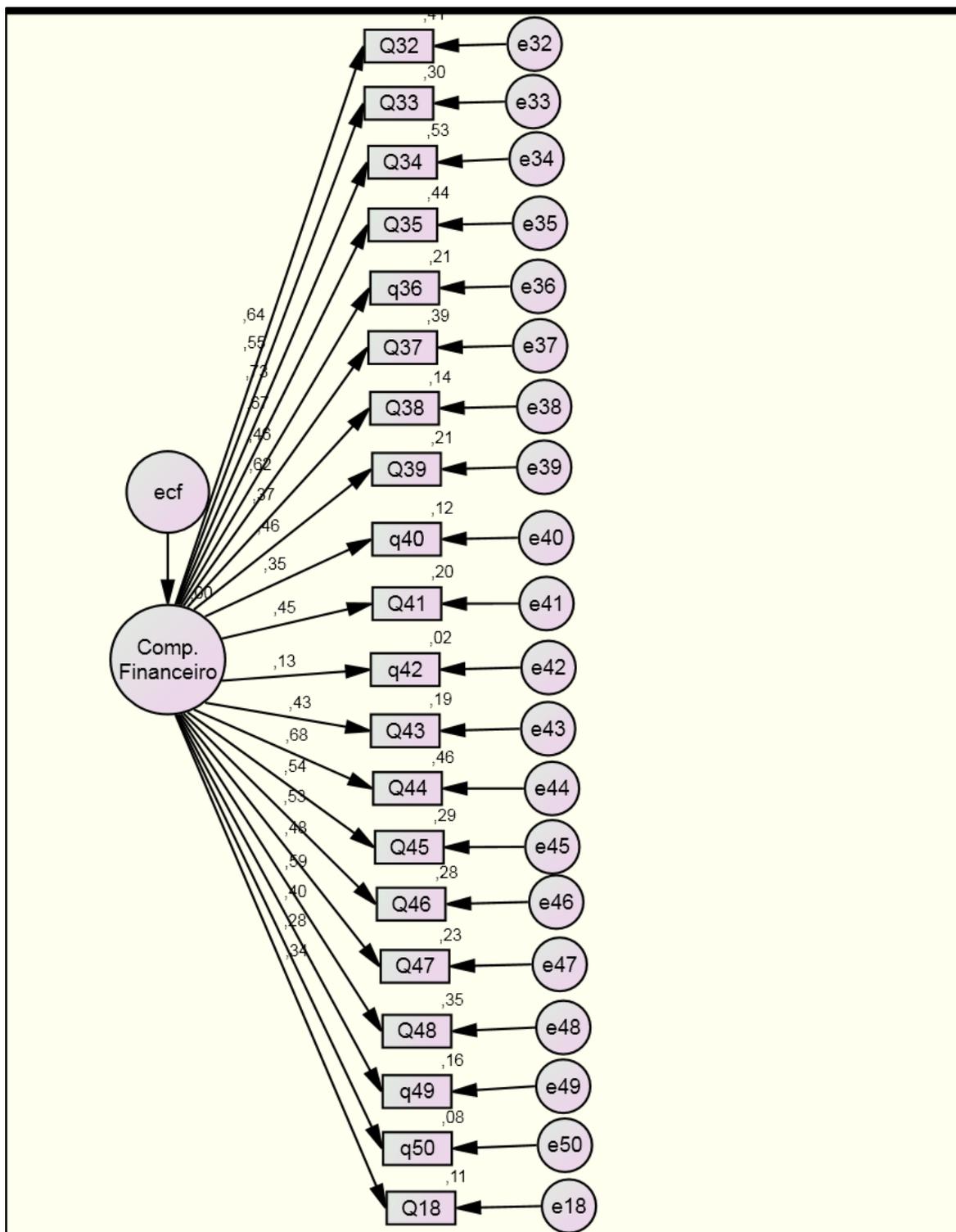


Figura 26 – Diagrama do construto Comportamento financeiro – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Depois de realizado tal processo, partiu-se para a validação do construto. Em um primeiro momento, foram calculados os coeficientes padronizados e a significância das

variáveis componentes do modelo, para na sequência serem estimados os índices de ajuste, conforme apresentado nas Tabelas 26 e 27, respectivamente.

Tabela 26 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento financeiro– modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q32	0,640 <sup>1</sup>	
Q33	0,552	20,699***
Q34	0,725	25,923***
Q35	0,667	24,254***
Q36	0,459	17,599***
Q37	0,622	22,911***
Q38	0,369	14,379***
Q39	0,461	17,645***
Q40	0,353	13,801***
Q41	0,446	17,131***
Q42	0,129	5,187***
Q43	0,432	16,641***
Q44	0,677	24,547***
Q45	0,542	20,374***
Q46	0,534	20,099***
Q47	0,482	18,383***
Q48	0,594	22,040***
Q49	0,403	15,597***
Q50	0,278	11,008***
Q18	0,337	13,220***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Conforme Hair et al. (2009), coeficientes padronizados significativos e superiores a 0,4 são um indicativo de adequação do modelo. Pela análise da Tabela 27, verifica-se que apesar de os coeficientes serem significativos a um nível de 1%, boa parte não atingiu o valor mínimo necessário (0,4).

Tabela 27 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	3052, 822
Graus de liberdade	170
Probabilidade	0,000
GFI	0,822
CFI	0,722
NFI	0,711
TLI	0,689
RMR	0,103
RMSEA	0,096
Variância extraída	0,270
Confiabilidade	0,900
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,859

Fonte: Dados da pesquisa.

A avaliação dos dados expostos na Tabela 27 permite-nos constatar que os índices de ajuste apresentam valores fora dos padrões pré-estabelecidos, corroborando a constatação de que o modelo não está adequado, sendo necessário, para tanto, a realização de ajustes e reestimações. Em um primeiro momento, optou-se por excluir todas as variáveis que apresentassem valores inferiores a 0,4, sendo excluída inicialmente a variável com menor coeficiente ( $q_{42} = 0,129$ ). Ressalta-se que a exclusão foi individual, ou seja, uma variável por vez em ordem crescente (do menor para o maior coeficiente). A cada nova exclusão um novo modelo foi estimado. Foram excluídas, nessa ordem, as variáveis  $q_{50}$  (0,294),  $q_{18}$  (0,340),  $q_{40}$  (0,339),  $q_{38}$  (0,352),  $q_{49}$  (0,388),  $q_{41}$  (0,448),  $q_{43}$  (0,421),  $q_{39}$  (0,418),  $q_{47}$  (0,417),  $q_{36}$  (0,458),  $q_{48}$  (0,510),  $q_{33}$  (0,529),  $q_{32}$  (0,549),  $q_{35}$  (0,552) e  $q_{37}$  (0,557). Apesar de as variáveis com coeficientes superiores a 0,4 serem consideradas adequadas, a exclusão de algumas delas foi julgada como necessária para validar o modelo. Todas as alterações mencionadas ajustaram o modelo, sendo os resultados finais apresentados na Figura 27 e nas Tabelas 28 e 29.

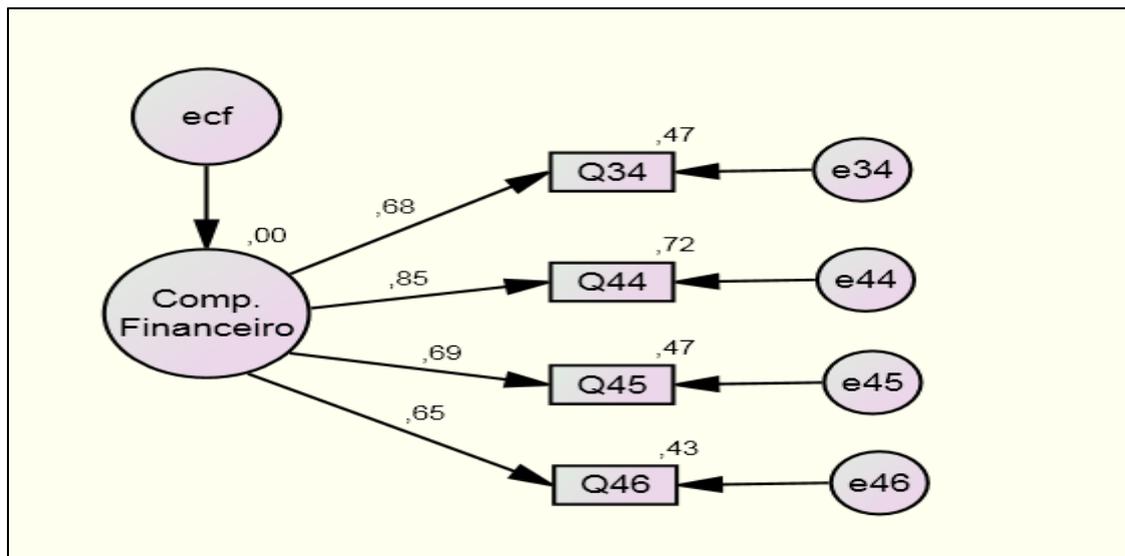


Figura 27 – Diagrama do construto Comportamento financeiro – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Como pode ser observado na Figura 27, o arquétipo final do construto Comportamento financeiro foi composto por 4 questões, com destaque para as variáveis da dimensão poupança e investimento que ficaram representadas por 3 variáveis (q44, q45, q46). A quarta variável integrante do modelo, compunha a dimensão gestão financeira.

Tabela 28 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento financeiro – modelo final

Variáveis	Coefficientes padronizados	Z
Q34	0,6831	
Q44	0,851	27,736***
Q45	0,688	24,983***
Q46	0,654	23,968***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Dentre as variáveis remanescentes, merece destaque a questão 44 (coeficiente 0,85), a qual indagava os respondentes acerca do ato de poupar mensalmente. Pelo resultado, verifica-se que os indivíduos habituados a poupar tendem a apresentar um melhor comportamento

financeiro. Modelo semelhante a este foi encontrado por Flores (2012) em pesquisa realizada com 1.046 moradores da cidade de Santa Maria. O modelo final estimado pela pesquisadora foi composto por 5 variáveis, sendo 4 idênticas às encontradas no modelo estabelecido nesta pesquisa. Tal resultado vem indicar a adequação do arquétipo para mensurar o comportamento financeiro dos indivíduos.

Tabela 29 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,981
Graus de liberdade	0,612
Probabilidade	2
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	1,000
TLI	1,000
RMR	0,006
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,523
Confiabilidade	0,813
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,805

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apresentados na Tabela 29 confirmam a adequação e validade do modelo, uma vez que o construto passou a apresentar índices de ajuste adequados: i) validade convergente, dado que os índices CFI, GFI, NFI e TLI foram superiores a 0,95 e os índices RMR e RMSEA foram inferiores a 0,05 e 0,08, respectivamente, ii) confiabilidade, tendo em vista que o índice de confiabilidade e o *Alpha de Cronbach* foram superiores a 0,6 e, iii) unidimensionalidade, dado que o valor de todos os resíduos padronizados foi inferior a 2,58 ( $p < 0,05$ ). Além disso, o qui-quadrado deixou de ser significativo, ao nível de 1%, confirmando os ajustes das matrizes estimadas e observadas.

## 5.4.2 Validação do construto Atitude financeira

Fundamentando-se no instrumento de pesquisa desenvolvido por Shockey (2002), avaliou-se o construto Atitude financeira através de 9 questões, conforme exposto na Figura 28.

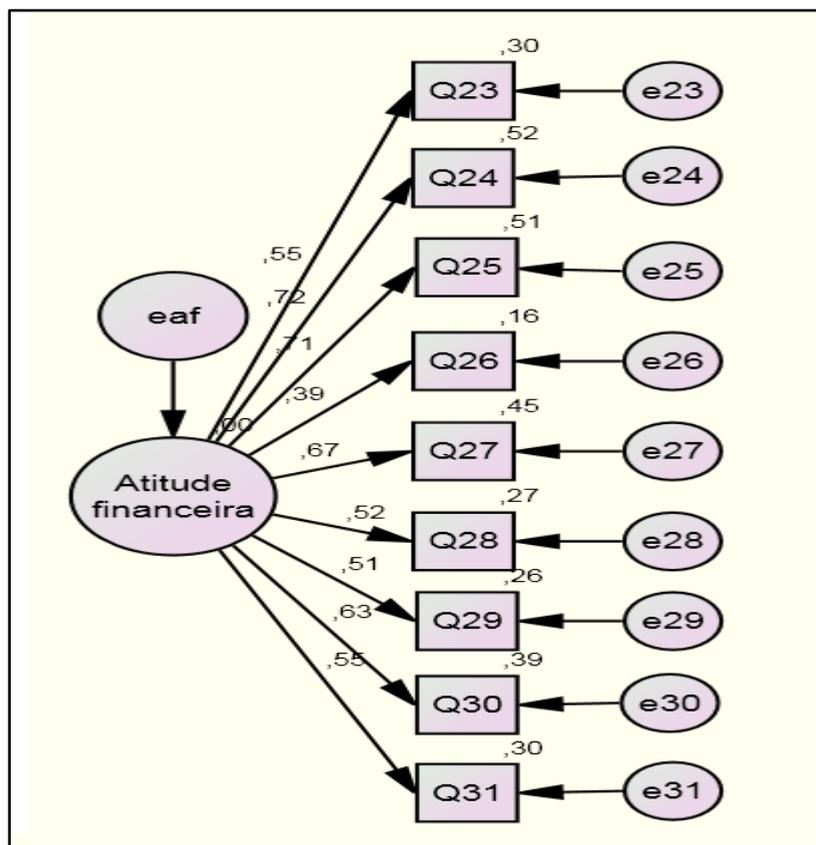


Figura 28 – Diagrama do construto Atitude financeira – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Todas as questões componentes do construto mensuraram o nível de boas atitudes financeiras apresentadas pelos respondentes. Nesse sentido, as alternativas “discordo totalmente (1)” e “discordo (2)” indicaram atitudes financeiras negativas, por outro lado, as alternativas “concordo (4)” e “concordo totalmente (5)” sugeriram a presença de atitudes financeiras favoráveis. Depois de apresentado o diagrama inicial, partiu-se para a avaliação dos valores e da significância dos coeficientes e para a análise dos índices de ajuste, conforme Tabelas 30 e 31.

Os coeficientes estimados apresentaram-se positivos e significativos, indicando a existência de uma relação entre as variáveis manifestas e o construto investigado. Analisando os dados da Tabela 30, nota-se que vários índices de ajuste não atingiram os valores mínimos exigidos para a validação do modelo, fazendo-se, portanto, necessária a realização de modificações.

Tabela 30 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Atitude financeira – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q23	0,552 <sup>1</sup>	
Q24	0,723	21,435***
Q25	0,713	21,276***
Q26	0,395	14,032***
Q27	0,673	20,586***
Q28	0,518	17,327***
Q29	0,514	17,225***
Q30	0,628	19,728***
Q31	0,546	17,967***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Tendo em mente que variáveis com coeficientes inferiores a 0,4 tendem a prejudicar o modelo, realizou-se como primeira alteração a exclusão da variável q26 (coeficiente 0,395).

O não ajuste do modelo após a eliminação de tal variável exigiu a exclusão de outras variáveis, inclusive aquelas com coeficientes superiores a 0,4, visando à adequação do modelo. Vale novamente ressaltar que após cada exclusão um novo modelo foi estimado.

Tabela 31 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	905,169
Graus de liberdade	27
Probabilidade	0
GFI	0,883
CFI	0,821
NFI	0,817
TLI	0,761
RMR	0,036
RMSEA	0,133
Variância extraída	0,350
Confiabilidade	0,830
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,808

Fonte: Dados da pesquisa.

No total foram excluídas 6 variáveis, nessa ordem: q29 (0,510), q28 (0,463), q30 (0,537), q31 (0,443) e q27 (0,552). Depois de realizadas essas alterações, obteve-se um modelo ajustado, o qual é apresentado na Figura 29.

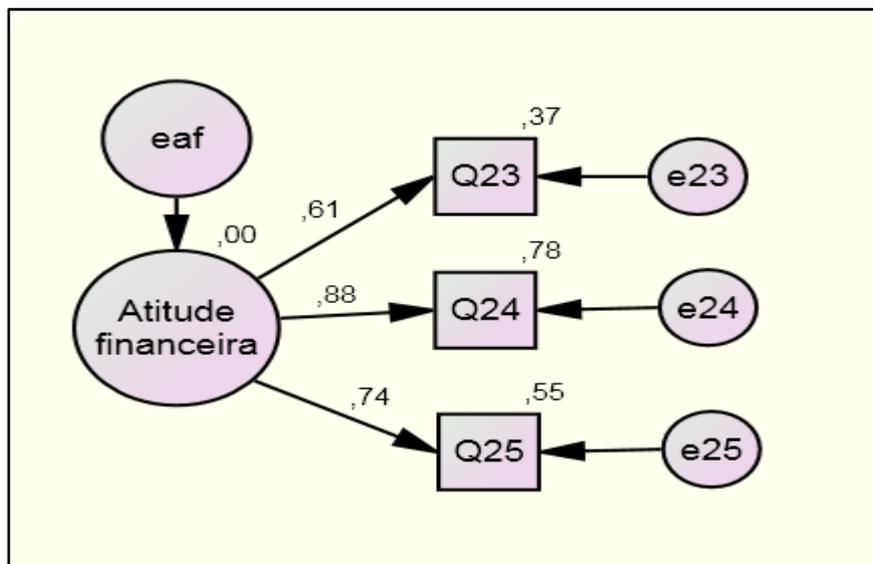


Figura 29 – Diagrama do construto Atitude financeira – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se na Figura 29 e na Tabela 32 que das 9 questões inicialmente propostas, 6 tiveram de ser excluídas a fim de se obter um modelo devidamente ajustado.

Tabela 32 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Atitude financeira – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q23	0,610	25,190***
Q24	0,884	35,277***
Q25	0,739 <sup>1</sup>	

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.  
\*\*\* significativo a 1%.

A análise da composição do modelo final permite-nos verificar que o construto Atitude financeira pode ser mensurado através do questionamento aos indivíduos acerca do grau de importância atribuído ao controle das despesas, ao estabelecimento de metas financeiras e ao ato de poupar. Os resultados da Tabela 33 demonstram a validade e adequação do modelo, uma vez que os índices de ajuste estão dentro dos limites estabelecidos.

Tabela 33 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,019
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,890
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	1,000
TLI	1,000
RMR	0,001
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,830
Confiabilidade	0,560
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,785

Fonte: Dados da pesquisa.

Mais especificamente, o modelo apresentou qui-quadrado não significativo, índices GFI, CFI, TLI e NFI superiores a 0,95, índices RMR e RMSEA inferiores a 0,05 e 0,08, respectivamente, variância extraída superior a 0,5, confiabilidade superior a 0,7 e unidimensionalidade, dado que o valor de todos os resíduos padronizados foi inferior a 2,58 ( $p < 0,05$ ).

#### 5.4.3 Validação do construto Comportamento de uso do cartão de crédito

O comportamento de uso do cartão de crédito foi mensurado por meio do instrumento de pesquisa desenvolvido por Roberts e Jones (2001). O arquétipo inicial está ilustrado na Figura 30.

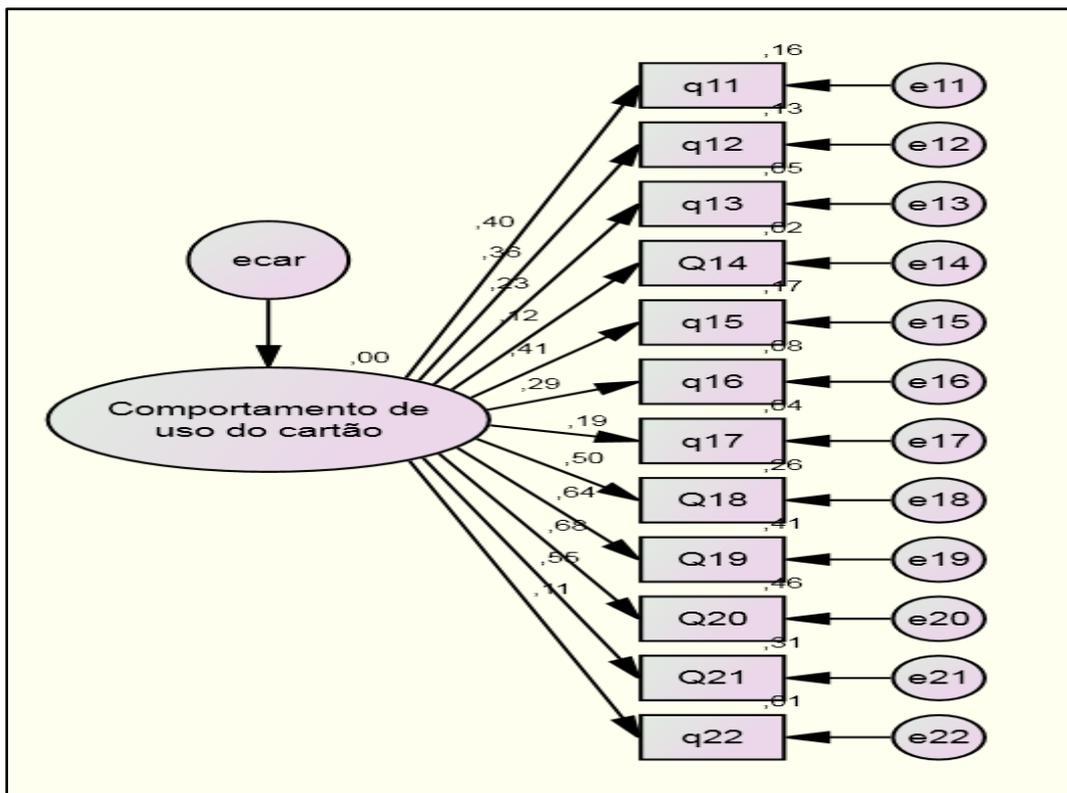


Figura 30 – Diagrama do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a Figura, percebe-se que as questões q11, q12, q13, q15, q16, q17 e q22 apresentam uma formatação distinta das demais. Isso ocorre pelo fato dessas variáveis terem sua interpretação realizada de forma inversa. Como tais questões indicam comportamentos de uso do cartão de crédito indesejados e a escala, por sua vez, avalia o nível de bom comportamento, os indivíduos que responderam, para essas questões, as alternativas “4” e “5” alegaram a presença de comportamentos indesejados. Com a inversão da escala, as respostas “4” e “5”, passaram a ser um indicativo de bom comportamento, assim como ocorria nas demais questões. Dando continuidade ao processo de validação, foram mensurados os coeficientes padronizados e os índices de ajuste, como exposto nas Tabelas 34 e 35, respectivamente.

Tabela 34 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q11	0,400 <sup>1</sup>	
Q12	0,356	10,521***
Q13	0,229	7,643***
Q14	0,124	4,45***
Q15	0,408	11,403***
Q16	0,290	9,159***
Q17	0,192	6,592***
Q18	0,505	12,712***
Q19	0,640	13,910***
Q20	0,678	14,132***
Q21	0,555	13,227***
Q22	0,111	4,010***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Pela análise da Tabela 34, nota-se que todos os coeficientes padronizados mostraram-se positivos e significativos, mas algumas variáveis não atingiram carga fatorial mínima, prejudicando o desempenho dos índices de ajuste e de confiabilidade. Observando os dados da Tabela 35, constata-se que nenhum dos índices estimados, com exceção do *Alpha de Cronbach*, apresentou valores adequados exigindo a realização de modificações com vistas a validar do construto.

Considerando que coeficientes padronizados com valores inferiores a 0,4 prejudicam a performance do modelo, optou-se, em um primeiro momento, pela exclusão de todas as variáveis com tal característica. Nesse sentido, foram eliminadas, nessa ordem, as variáveis q22 (0,111), q17 (0,183), q14 (0,136), q13 (0,179), q16 (0,233), q12 (0,292), q11 (0,303), q15 (0,313) e q18 (0,430). Depois de excluídas, o modelo ficou assim constituído (Figura 31).

Tabela 35 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	1653, 824
Graus de liberdade	54
Probabilidade	0,000
GFI	0,851
CFI	0,555
NFI	0,548
TLI	0,456
RMR	0,15
RMSEA	0,127
Variância extraída	0,170
Confiabilidade	0,670
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,679

Fonte: Dados da pesquisa.

Fazendo um comparativo entre os modelos inicial e final, percebe-se que foram mantidas 3 das 12 variáveis inicialmente propostas. A análise da composição do arquétipo final permite-nos verificar que o construto Comportamento de uso do cartão de crédito pode ser mensurado mediante o questionamento aos indivíduos sobre o nível de concordância ou discordância acerca das afirmativas i) raramente ultrapasso o limite disponível, ii) raramente sou inadimplente no pagamento das dívidas no cartão de crédito e iii) raramente utilizo o saque disponível no cartão de crédito.

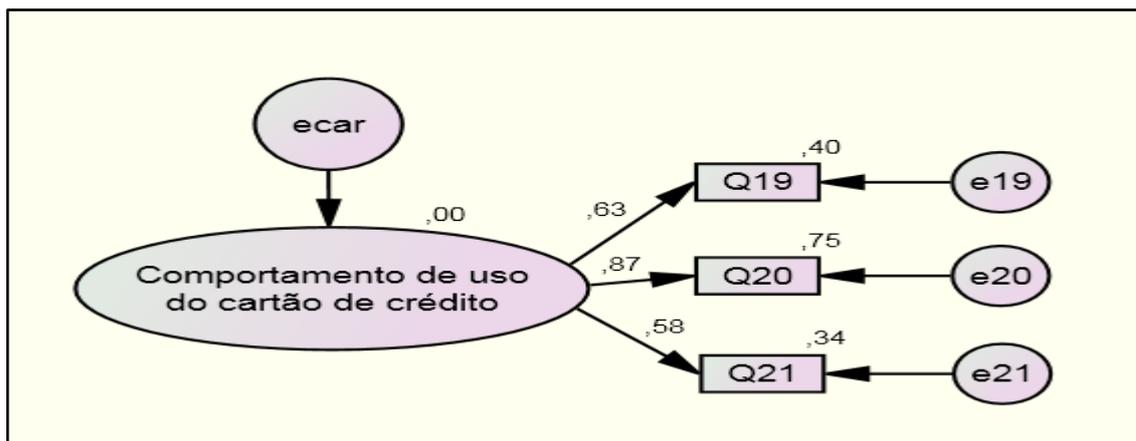


Figura 31 – Diagrama do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 36 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Comportamento de uso do cartão de crédito – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q19	0,631	20,913***
Q20	0,867 <sup>1</sup>	
Q21	0,584	19,183***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Dentre as questões remanescentes, merece destaque a variável 20, responsável por explicar 87% da variância do construto. Analisando os dados da Tabela 37, nota-se que todos os índices de ajuste e de confiabilidade calculados assumiram valores dentro do limite estabelecido, contribuindo para a validação do construto. De forma mais específica, ratificou-se a i) validade convergente, dado que os índices CFI, GFI, NFI e TLI foram superiores a 0,9 e os índices RMR e RMSEA foram inferiores a 0,00 e 0,08, respectivamente, ii) confiabilidade, tendo em vista que o *Alpha de Cronbach* e a variância média extraída foram superiores ao valor mínimo e, iii) unidimensionalidade, dado que o valor de todos os resíduos padronizados foi inferior a 2,58 ( $p < 0.05$ ). Além disso, o qui-quadrado deixou de ser significativo, ao nível de 1%, confirmando os ajustes das matrizes estimadas e observadas.

Tabela 37 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	3,853
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,052
GFI	0,999
CFI	0,998
NFI	0,997
TLI	0,993
RMR	0,037
RMSEA	0,039
Variância extraída	0,510
Confiabilidade	0,800
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,717

Fonte: Dados da pesquisa.

#### 5.4.4 Validação do construto Dívida no cartão de crédito

A avaliação do construto Dívida no cartão de crédito foi realizada com base no instrumento de pesquisa desenvolvido por Wang, Lu e Malhotra (2011) composto por 7 questões. O modelo inicial está representado na Figura 32.

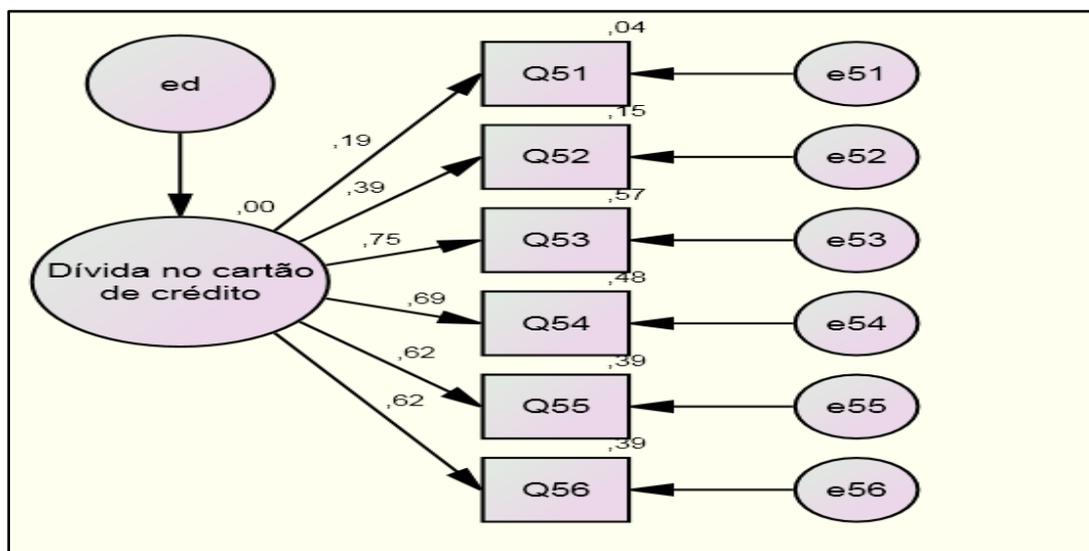


Figura 32 – Diagrama do construto Dívida no cartão de crédito – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Depois de ilustrado o modelo inicial partiu-se para a mensuração da validade e adequação do modelo. Para tanto, foram calculados os coeficientes padronizados e os índices de ajuste, conforme Tabelas 38 e 39, nesta ordem.

Tabela 38– Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Dívida no cartão de crédito – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q51	0,188 <sup>1</sup>	
Q52	0,392	6,608***
Q53	0,794	7,123***
Q54	0,691	7,091***
Q55	0,621	7,035***
Q56	0,625	7,039***

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Pela análise dos dados da Tabela 38, conclui-se que as variáveis manifestas guardam relação positiva e significativa com o construto Dívida no cartão de crédito. Além disso, verifica-se que os coeficientes padronizados das questões q51 e q52 assumiram valores inferiores a 0,4 prejudicando o desempenho do modelo.

A presença de variáveis com coeficientes fora dos padrões permitidos contribuiu para a não adequação da maior parte dos índices de ajuste, como o qui-quadrado que se mostrou significativo, os índices CFI, NFI e TLI que não atingiram valor superior a 0,95, os índices RMR e RMSEA que não atingiram valor inferior a 0,05 e 0,08, respectivamente e, a variância extraída cujo valor não alcançou 0,5. Para ajustar o modelo, realizou-se, em um primeiro momento, a exclusão das variáveis com coeficientes insatisfatórios. Nesse sentido, excluiu-se, primeiramente, a variável de menor coeficiente (q51 = 0,188). Depois de excluída, estimou-se um novo modelo, o qual apresentou, igualmente, índices insatisfatórios. Na sequência eliminou-se a variável q52 (coeficiente 0,381), não se obtendo ainda um modelo ajustado.

Prosseguindo na validação, optou-se por eliminar mais uma variável, apesar de todas apresentarem coeficientes superiores a 0,4. Nessa etapa, excluiu-se a questão 56 (coeficiente 0,613), a qual apresentou o menor coeficiente dentre as variáveis remanescentes.

Tabela 39 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	169,794
Graus de liberdade	9
Probabilidade	0,00
GFI	0,970
CFI	0,927
NFI	0,924
TLI	0,879
RMR	0,055
RMSEA	0,099
Variância extraída	0,330
Confiabilidade	0,728
Alpha de Cronbach	0,705

Fonte: Dados da pesquisa.

Depois de realizadas todas as alterações mencionadas o modelo mostrou-se ajustado, conforme exposto na Figura 33.

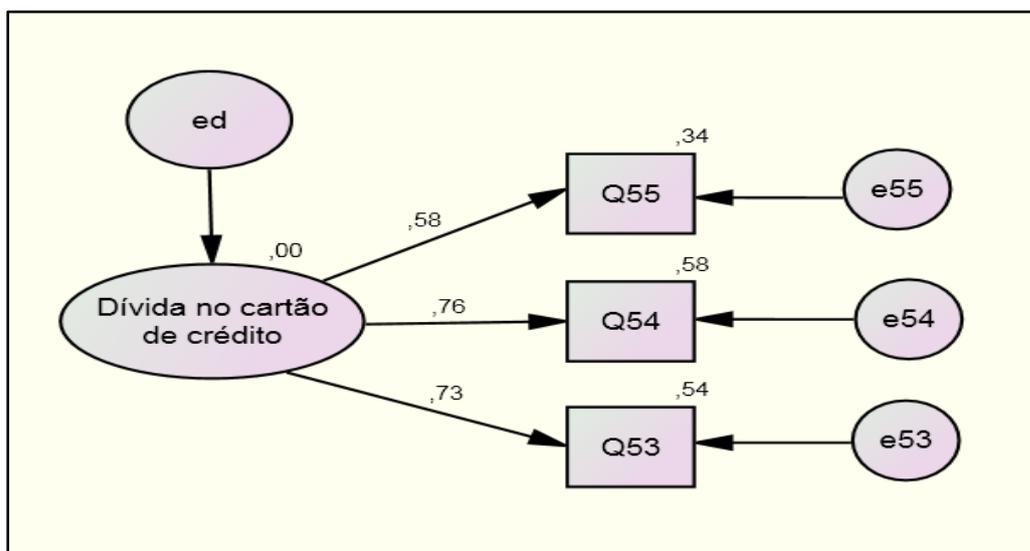


Figura 33 – Diagrama do construto Dívida no cartão de crédito – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Fazendo um comparativo entre os modelos inicial e final, constata-se que permaneceram 3 das 6 questões inicialmente propostas. Os novos coeficientes padronizados e os índices de ajuste estão expostos nas Tabelas 40 e 41.

Tabela 40 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Dívida no cartão de crédito – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q53	0,732	25,151***
Q54	0,760 <sup>1</sup>	
Q55	0,580	20,356***

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.  
\*\*\* significativo a 1%.

Este resultado indica que o construto pode ser mensurado mediante o questionamento aos indivíduos acerca da frequência de i) não pagamento da fatura integral do cartão, ii) não pagamento da fatura mínima exigida e, iii) utilização do saque disponível no cartão.

Tabela 41 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,100
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,752
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	1,000
TLI	1,000
RMR	0,004
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,500
Confiabilidade	0,800
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,733

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados expressos na Tabela 41 confirmam a adequação e validade do modelo, uma vez que todos os índices de ajuste, confiabilidade e unidimensionalidade calculados apresentaram valores satisfatórios.

#### 5.4.5 Validação do construto Materialismo

A fim de mensurar o nível de Materialismo dos indivíduos empregou-se a escala proposta em contexto brasileiro por Moura (2005) e originalmente desenvolvida por Richins e Dawson (1992). A escala composta por 9 questões avalia o nível de materialismo a partir de 3 dimensões: centralidade, felicidade e sucesso. Nesse estudo, optou-se por desconsiderar as dimensões e analisar a escala como um construto unidimensional, uma vez que pesquisadores como Richins (2004) afirmam que o instrumento como um todo mensura o nível de materialismo. O modelo inicial está ilustrado na Figura 34.

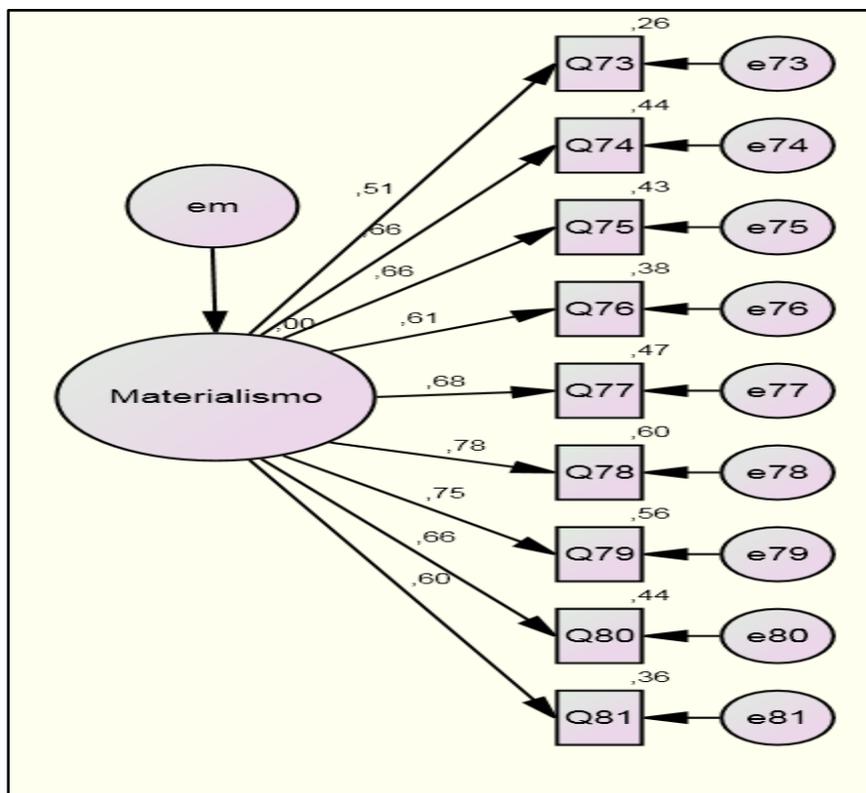


Figura 34 – Diagrama do construto Materialismo – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Depois de representado o modelo inicial, partiu-se para a avaliação dos coeficientes padronizados e dos índices de ajuste, como apresentado nas Tabelas 42 e 43. Embora todos os coeficientes tenham apresentado valores positivos, significativos e superiores ao mínimo estabelecido (coeficiente 0,4), foi necessário excluir algumas das variáveis, a fim de ajustar o modelo. Analisando os dados da Tabela 43, nota-se que somente os índices designados a avaliar a confiabilidade–confiabilidade (0,87) e *Alpha de Cronbach* (0,872)– apresentaram valores adequados, indicando a necessidade de ajuste do modelo.

Tabela 42 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Materialismo – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q73	0,513 <sup>1</sup>	
Q74	0,662	19,735***
Q75	0,655	19,616***
Q76	0,615	18,921***
Q77	0,683	20,066***
Q78	0,776	21,368***
Q79	0,752	21,049***
Q80	0,663	19,753***
Q81	0,600	18,650***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

No processo de ajuste, optou-se, em um primeiro momento, por eliminar as variáveis com menor carga fatorial. Sendo assim, excluíram-se, nessa ordem, as variáveis q53 (0,513), q81 (0,605), q76 (0,622) e q75 (0,644). Importante lembrar que a cada exclusão um novo modelo foi estimado. Depois de excluídas as 4 variáveis de menor carga fatorial o modelo apresentou índices de ajuste e confiabilidade adequados, mas qui-quadrado significativo, o que acabou exigindo a realização de novas modificações.

Seguindo as recomendações propostas no relatório de modificações do pacote estatístico Amos, inseriu-se uma correlação entre os erros das questões 77 e 80 (e77 e e80). A correlação indica a existência de uma relação entre o sentimento de felicidade na aquisição de mercadorias e o nível de incômodo por não poder comprar o que se deseja. A relação é bastante visível, uma vez que o ato de comprar gera sentimentos e emoções positivas e, por

sua vez, o ato de não poder comprar, tende a gerar sentimentos inversos, como a angústia, tristeza e raiva. A estimação do modelo com esta correlação manteve satisfatórios os coeficientes padronizados das variáveis e os índices de ajuste, no entanto não conseguiu alterar a situação do qui-quadrado que permaneceu significativo.

Considerando novamente o relatório de modificações, incluiu-se uma correlação entre os erros das questões 77 e 78 (e77 e e78). Tal correlação indica a relação positiva entre o sentimento de felicidade resultante da aquisição de mercadorias e a necessidade do indivíduo de possuir coisas que impressionam o próximo.

Tabela 43 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	678,98
Graus de liberdade	27
Probabilidade	0,000
GFI	0,919
CFI	0,899
NFI	0,896
TLI	0,866
RMR	0,064
RMSEA	0,115
Variância extraída	0,440
Confiabilidade	0,870
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,872

Fonte: Dados da pesquisa.

A inclusão dessa correlação regularizou a situação do qui-quadrado, validando o modelo. A Figura 35 ilustra o modelo final do construto Materialismo.

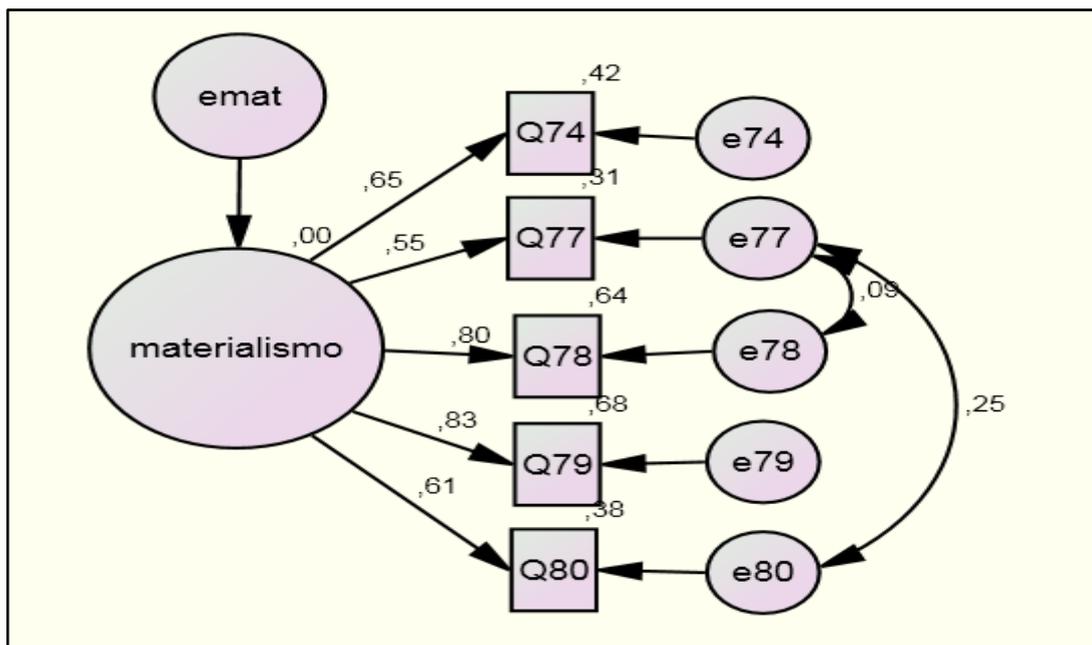


Figura 35 – Diagrama do construto Materialismo – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

O arquétipo resultante foi formado por 5 das 9 variáveis originalmente propostas. Merecem destaque as variáveis q79 (coeficiente 0,83) e q78 (coeficiente 0,80), as quais questionavam se os indivíduos gostam de possuir coisas que impressionam as pessoas e se gostam de luxo.

Tabela 44 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Materialismo – modelo final

Variáveis	Coefficientes padronizados	Z
Q74	0,647 <sup>1</sup>	
Q77	0,554	19,342***
Q78	0,802	26,516***
Q79	0,827	26,910***
Q80	0,615	21,963***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Tabela 45 – Índices de ajuste do construto – modelo final

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	2,540
Graus de liberdade	3
Probabilidade	0,467
GFI	0,999
CFI	0,999
NFI	1,000
TLI	1,000
RMR	0,006
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,489
Confiabilidade	0,822
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,828

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir desse resultado, nota-se que as pessoas que gostam de adquirir bens materiais e gostam de adquirir bens luxuosos costumam exibir comportamentos mais materialistas que os demais. Os resultados apresentados na Tabela 45 demonstram a validade e adequação do modelo, uma vez que todos os índices, com exceção da variância extraída alcançaram valores dentro dos limites estabelecidos. O item variância extraída, apesar de não ter alcançado o valor ideal – superior a 0,5 – atingiu valor muito próximo (0,489), sendo considerado, portanto, aceitável.

#### 5.4.6 Validação do construto Valores do dinheiro

A avaliação do construto Valores do dinheiro foi realizada com base em 9 questões extraídas do modelo originalmente proposto por Moreira (2000). A autora desenvolveu um instrumento de pesquisa composto por 82 questões distribuídas em 9 dimensões (progresso, cultura, desigualdade, poder, desapego, conflito, prazer, estabilidade e sofrimento), a fim de avaliar o significado que o dinheiro assume na vida das pessoas. Nesse estudo, optou-se por trabalhar com 1 variável de cada dimensão do dinheiro, definindo-se como representante de cada dimensão a questão de maior carga fatorial. O modelo inicial está exposto na Figura 36.

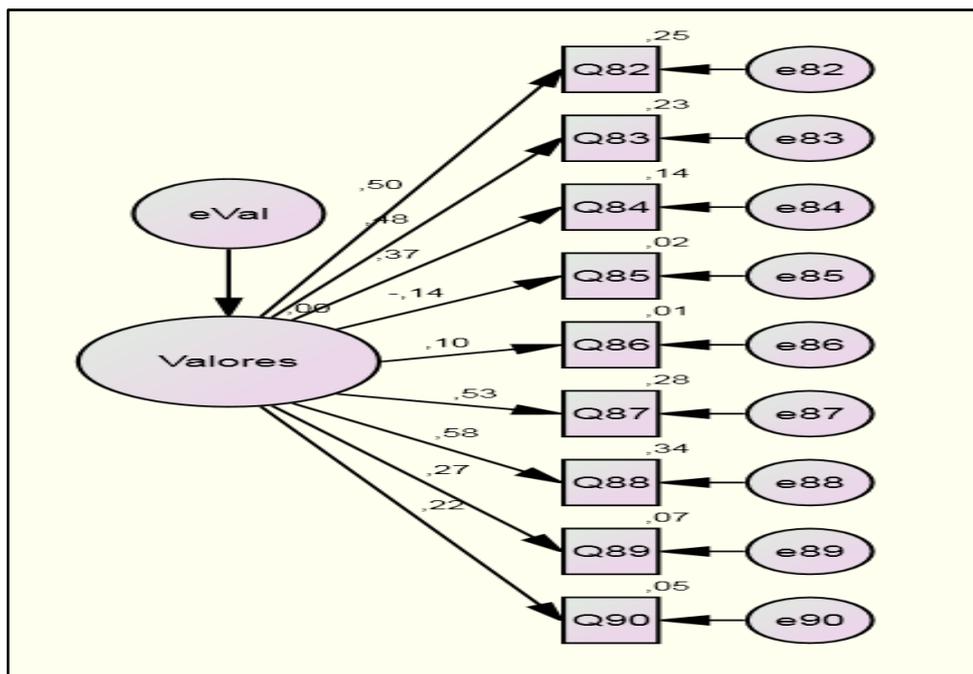


Figura 36 – Diagrama do construto Valores do dinheiro – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados referentes aos valores e significância dos coeficientes padronizados e aos índices de ajuste estão apresentados, respectivamente, nas Tabelas 46 e 47.

Tabela 46 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Valores do dinheiro – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q82	0,496 <sup>1</sup>	
Q83	0,479	12,48***
Q84	0,369	10,641***
Q85	-0,135	-4,526***
Q86	0,105	3,548***
Q87	0,525	13,051***
Q88	0,582	13,542***
Q89	0,268	8,336***
Q90	0,216	6,964***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Os dados expostos na Tabela 46 revelam que a maior parte das variáveis apresentou coeficientes padronizados insatisfatórios contribuindo para a não adequação dos índices de ajuste (Tabela 47).

Tendo em mente a necessidade de proceder a modificações que levem ao ajuste do modelo, decidiu-se, em um primeiro momento, excluir todas as variáveis com carga fatorial inferior a 0,5. Nesse sentido, foram eliminadas, respectivamente, as variáveis q85 (-0,135), q90 (0,220), q86 (0,149), q89 (0,262), q84 (0,382) e q83 (0,458). Mesmo depois de realizada a exclusão de tais variáveis, o modelo continuou a apresentar coeficientes padronizados insatisfatórios (inferiores a 0,5). O fato de o modelo ter passado a contar com somente 3 variáveis, sendo 2 com coeficientes não ajustados, inviabilizou a continuidade da análise, levando a sua exclusão.

Tabela 47 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	532,349
Graus de liberdade	27
Probabilidade	0,000
GFI	0,934
CFI	0,658
NFI	0,649
TLI	0,544
RMR	0,100
RMSEA	0,101
Variância extraída	0,150
Confiabilidade	0,530
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,523

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de o modelo não ter sido validado, os resultados do mesmo são apresentados na Figura 37 e nas Tabelas 48 e 49.

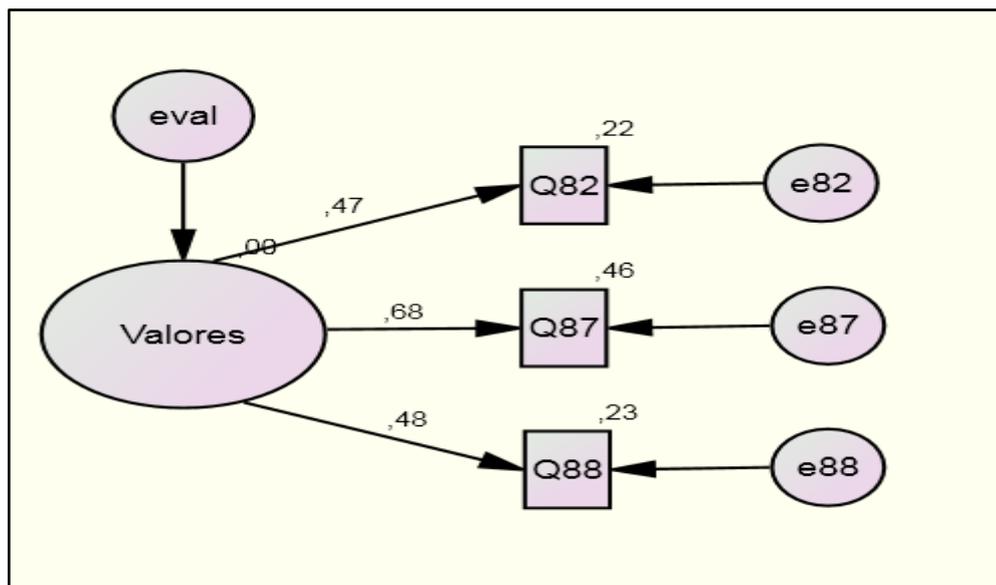


Figura 37 – Diagrama do construto Valores do dinheiro – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 48 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Valores do dinheiro – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q82	0,468 <sup>1</sup>	
Q87	0,677	12,809***
Q88	0,478	11,085***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Além de ter apresentado coeficientes padronizados insatisfatórios, o modelo não atingiu valores adequados nos índices de confiabilidade, Variância média extraída e *Alpha de Cronbach*, corroborando a necessidade de abandoná-lo.

Tabela 49 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,573
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,449

continua

	conclusão
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	0,999
TLI	1,003
RMR	0,006
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,360
Confiabilidade	0,690
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,546

Fonte: Dados da pesquisa.

#### 5.4.7 Validação do construto Compras compulsivas

Para avaliar a presença de comportamentos de compra compulsiva empregou-se a escala de compra compulsiva desenvolvida originalmente por Faber e O'Guinn (1992) e adaptada e validada para o Brasil por Leite et al. (2011). O modelo inicialmente proposto está ilustrado na Figura 38.

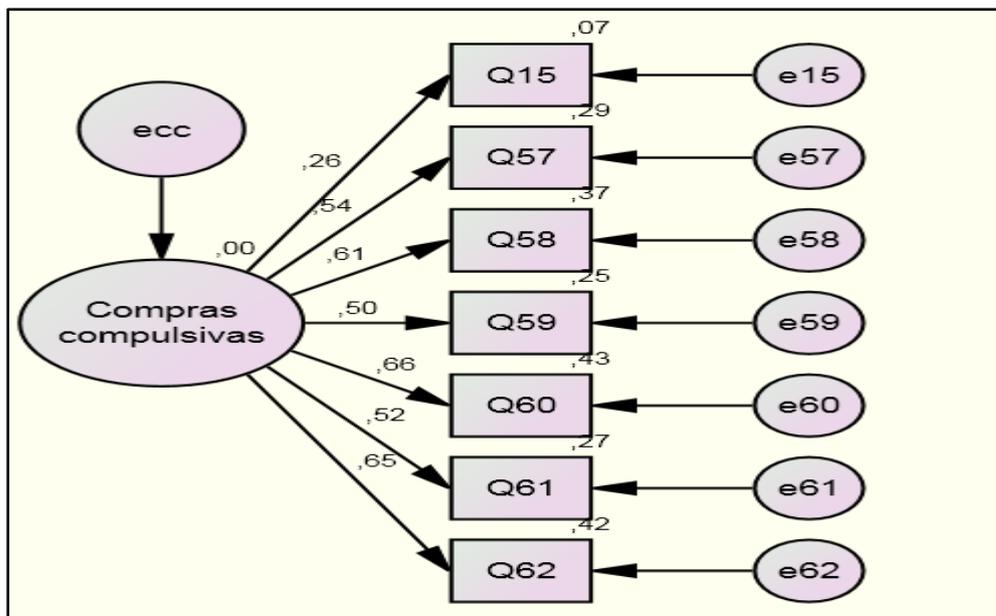


Figura 38 – Diagrama do construto Compras compulsivas – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

Depois de apresentado o arquétipo inicial, realizaram-se os testes para validação do modelo. Nesse sentido, foram calculados os coeficientes padronizados e os índices de ajuste, cujos resultados podem ser conferidos nas Tabelas 50 e 51.

Tabela 50 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Compras compulsivas – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q15	0,258	9,058***
Q57	0,538	15,937***
Q58	0,607	17,064***
Q59	0,499	15,200***
Q60	0,659	17,774***
Q61	0,521 <sup>1</sup>	
Q62	0,652	17,685***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Ao analisar os coeficientes padronizados, constata-se que as variáveis Q15 e Q59 apresentaram valores insatisfatórios (inferiores a 0,5), não contribuindo para a performance do modelo. As demais variáveis exibiram valores significativos e dentro do limite previamente estabelecido.

Tabela 51 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	239,678
Graus de liberdade	14
Probabilidade	0,000
GFI	0,963
CFI	0,902
NFI	0,897
TLI	0,853
RMR	0,046
RMSEA	0,094
Variância extraída	0,301
Confiabilidade	0,740
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,710

Fonte: Dados da pesquisa.

Avaliando, por sua vez, os índices de ajuste, percebeu-se que alguns dos itens testados, tais como a estatística qui-quadrado, os índices CFI, NFI, TLI, RMSEA e a variância média extraída, não se mostraram adequados.

Tendo em mente a não adequação do modelo, procedeu-se a uma série de modificações visando a sua validação. Considerando que variáveis com coeficientes padronizados inferiores a 0,4 prejudicam a adequação do modelo, optou-se por excluir tais questões. Nesse sentido, foram eliminadas, nesta ordem, as variáveis, q15 (0,25) e q59 (0,487). Depois de excluídas, estimou-se um novo modelo, o qual continuou a apresentar índices insatisfatórios, o que acabou por exigir novas alterações. Inicialmente, optou-se por estabelecer uma correlação entre os erros das questões 57 e 58 (e57 e e58), no entanto, tal procedimento acabou reduzindo o coeficiente padronizado das variáveis remanescentes. Dessa forma, optou-se por não estabelecer a correlação e, em seu lugar, excluir novas variáveis, inclusive aquelas com coeficiente superior a 0,5. Em um primeiro momento, eliminou-se a variável q57(0,549). Como o modelo continuou mostrando-se não ajustado, foi necessário excluir mais uma variável, a questão q58 (0,559). Após todas essas alterações, obteve-se um modelo ajustado. O arquétipo final está ilustrado na Figura 39.

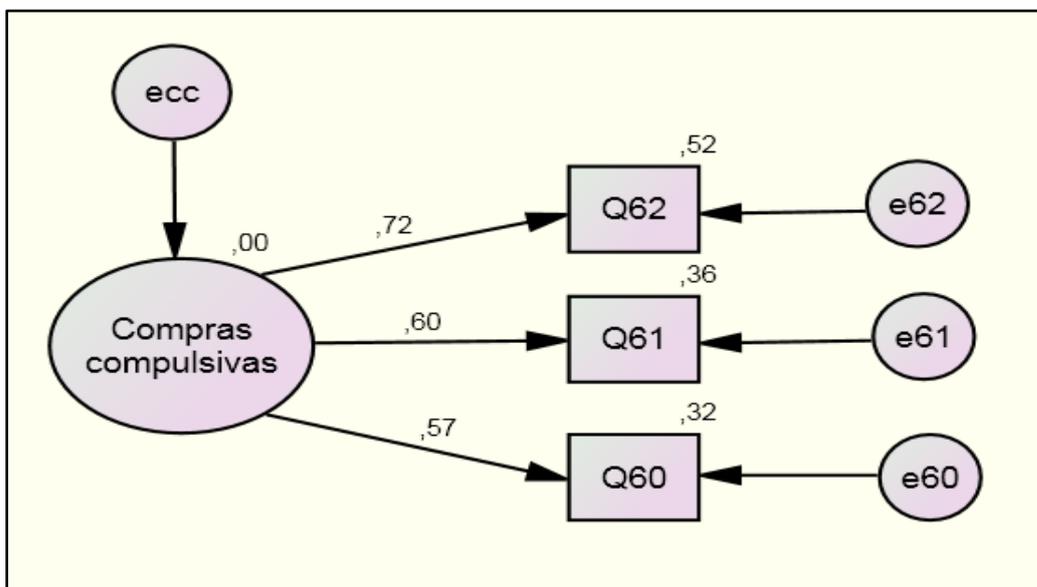


Figura 39 – Diagrama do construto Compras compulsivas – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 52 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Compras compulsivas – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q62	0,723	18,172***
Q61	0,602 <sup>1</sup>	
Q60	0,567	15,825***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Fazendo um comparativo entre o modelo inicial e o final, nota-se que das 7 questões originalmente propostas, 3 integram o arquétipo final. Com isso, conclui-se que indivíduos que compram coisas apesar de não ter recursos financeiros, compram coisas para se sentirem bem consigo mesmos e sentem-se ansiosos nos dias em que não vão as compras, tendem a ter um comportamento de consumo compulsivo maior que as demais. Todos os índices de ajuste, com exceção da variância média extraída, tornaram-se adequados depois das mudanças empreendidas.

Tabela 53 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,28
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,867
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	1,000
TLI	1,004
RMR	0,001
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,480
Confiabilidade	0,750
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,640

Fonte: Dados da pesquisa.

Embora a variância extraída não tenha atingido o valor esperado, optou-se por manter o construto no modelo, uma vez que o valor obtido foi próximo do necessário. De modo geral, o construto atendeu aos pressupostos de: i) validade convergente, ao apresentar índices CFI,

GFI, NFI e TLI superiores a 0,95 e índices RMR e RMSEA inferiores a 0,05, ii) confiabilidade, tendo em vista que o *Alpha de Cronbach* foi superior a 0,6 e, iii) unidimensionalidade, dado que o valor de todos os resíduos padronizados foi inferior a 2,58 ( $p < 0,05$ ).

#### 5.4.8 Validação do construto Bem-estar financeiro

As emoções financeiras dos indivíduos foram mensuradas mediante a escala de Bem-estar financeiro proposta por Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003). O diagrama inicial é exibido na Figura 40.

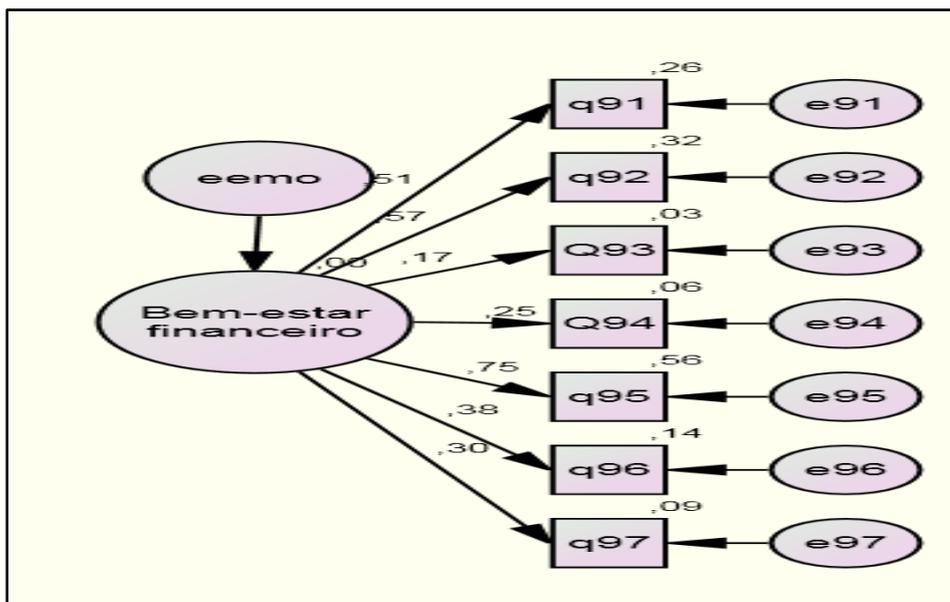


Figura 40 – Diagrama do construto Bem-estar financeiro – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando a Figura, percebe-se que as questões q91, q92, q95, q96 e q97 apresentam uma formatação distinta das demais. Isso ocorre pelo fato dessas variáveis terem sua interpretação realizada de forma inversa. Como tais questões indicam situações financeiras indesejadas e a escala, por sua vez, avalia o nível de bem-estar financeiro, os indivíduos que

responderam, para essas questões, as alternativas “4” e “5” indicaram a existência de uma situação financeira negativa. Com a inversão da escala, as respostas “4” e “5”, passaram a ser um indicativo de bem-estar, assim como ocorria nas demais questões. Dando continuidade ao processo de validação do construto, foram mensurados os coeficientes padronizados e os índices de ajuste, como exposto nas Tabelas 54 e 55, respectivamente.

Tabela 54 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Bem-estar financeiro – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q91	0,506 <sup>1</sup>	
Q92	0,568	15,072***
Q93	0,172	5,968***
Q94	0,248	8,3211***
Q95	0,748	15,563***
Q96	0,376	11,641***
Q97	0,303	9,85***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Ao avaliar os coeficientes padronizados, nota-se que todos são positivos e significativos a um nível de 1%, no entanto alguns apresentam valores insatisfatórios, prejudicando o desempenho do modelo.

Tabela 55 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	1288,65
Graus de liberdade	14
Probabilidade	0,000
GFI	0,862
CFI	0,464
NFI	0,463
TLI	0,196
RMR	0,157
RMSEA	0,223
Variância extraída	0,209
Confiabilidade	0,492
Alpha de Cronbach	0,474

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados da Tabela 55 possibilitam inferir que o modelo inicialmente estimado não obteve índices convincentes. De forma mais específica, a estatística qui-quadrado mostrou-se significativa, os índices de ajuste absoluto – RMR, RMSEA e GFI –, os índices de ajuste comparativos – CFI, NFI e TLI – e os índices de confiabilidade – variância média extraída e *Alpha de Cronbach* – não atingiram os valores mínimos exigidos.

A inadequação do modelo exigiu a realização de alterações. Inicialmente excluíram-se as variáveis com coeficientes insatisfatórios. Nesse sentido, foram eliminadas, respectivamente, as variáveis q93 (0,182), q94 (0,196), q97 (0,303) e q96 (0,357). Importante lembrar que após a exclusão de cada variável um novo modelo foi estimado. A realização de tais modificações possibilitou a validação do modelo.

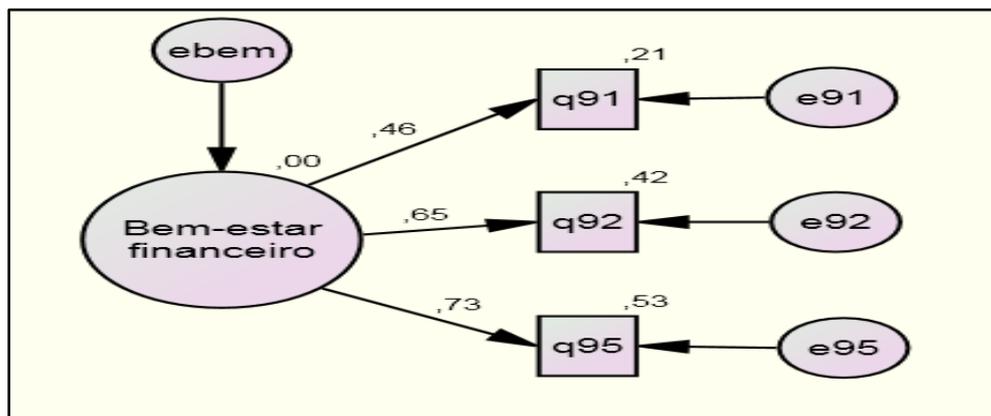


Figura 41 – Diagrama do construto Bem-estar financeiro – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Pela análise dos dados da Tabela 56, verifica-se que todos os coeficientes padronizados mostraram-se positivos, significativos e com valores satisfatórios. Entre as 3 variáveis remanescentes merecem destaque as questões 95 (coeficiente 0,73) e 92 (coeficiente 0,65) que abordam a preocupação do indivíduo com o pagamento das dívidas. De modo geral, os indivíduos que dispendem muito tempo e energia pensando em suas dívidas, tendem a ter um menor nível de bem-estar financeiro.

Tabela 56 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Bem-estar financeiro – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q91	0,731 <sup>1</sup>	
Q92	0,649	14,516***
Q95	0,458	15,516***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Tabela 57 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,975
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,323
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	0,999
TLI	1,000
RMR	0,009
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,450
Confiabilidade	0,740
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,630

Fonte: Dados da pesquisa.

As modificações empreendidas produziram um modelo ajustado, uma vez que o construto mostrou-se unidimensional, obteve um qui-quadrado não-significativo, índices GFI, CFI, NFI e TLI superiores a 0,95, índices RMR e RMSEA inferiores a 0,05 e 0,08, nessa ordem, confiabilidade superior a 0,7, *Alpha de Cronbach* superior a 0,6 (HAIR et al., 2009). A variância média extraída foi o único item a não atingir o valor necessário. Apesar de o modelo não ter apresentado o nível de variância exigido, optou-se por mantê-lo na mensuração do modelo integrado.

## 5.4.9 Validação do construto Emoções

Para ponderar os diferentes tipos de emoções vivenciadas pelos indivíduos em situações de dificuldade financeira, utilizou-se uma adaptação da escala desenvolvida por Disney e Gathergood (2011). O arquétipo inicial é apresentado na Figura 42.

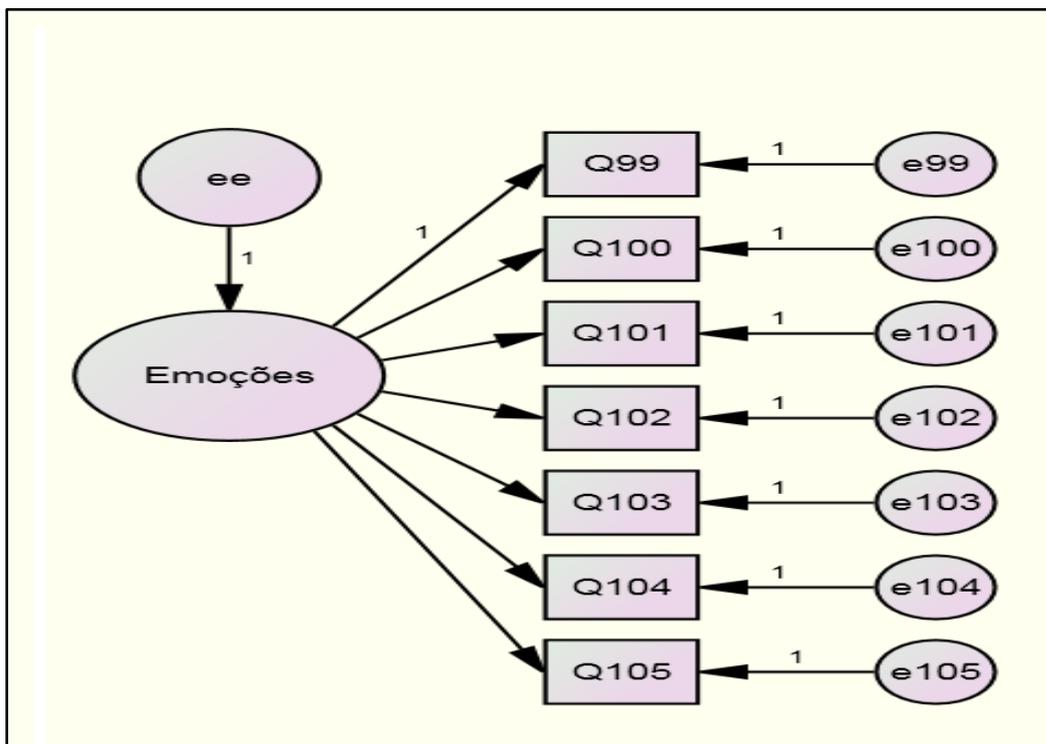


Figura 42 – Diagrama do construto Emoções – modelo inicial

Fonte: Dados da pesquisa.

As 7 questões utilizadas na mensuração do construto avaliam sentimentos e emoções negativos que podem vir a ser vivenciados em situações de dificuldade financeira. Depois de apresentado o arquétipo inicial, realizaram-se os testes para validação do modelo. Nesse sentido, foram calculados os coeficientes padronizados e os índices de ajuste, cujos resultados podem ser conferidos nas Tabelas 58 e 59. Pela avaliação dos dados, nota-se que todos os coeficientes padronizados assumiram valores positivos, significativos e dentro dos parâmetros estabelecidos.

Tabela 58 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Emoções – modelo inicial

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q99	0,622 <sup>1</sup>	
Q100	0,701	24,609***
Q101	0,764	26,194***
Q102	0,685	24,175***
Q103	0,763	26,185***
Q104	0,785	26,694***
Q105	0,735	25,493***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.

\*\*\* significativo a 1%.

Embora os coeficientes tenham se apresentado satisfatórios, alguns índices de ajuste (Tabela 59) não alcançaram o valor necessário. De forma mais específica, a estatística qui-quadrado mostrou-se significativa, os índices GFI, CFI, NFI e TLI não atingiram valor superior a 0,95 e os índices RMR e RMSEA não obtiveram valor inferior a 0,05 e 0,08, na devida ordem.

Tabela 59 – Índices de ajuste do construto – modelo inicial

Índice	Valor
Qui-quadrado	847,814
Graus de liberdade	14
Probabilidade	0,000
GFI	0,868
CFI	0,871
NFI	0,869
TLI	0,806
RMR	0,087
RMSEA	0,180
Variância extraída	0,524
Confiabilidade	0,885
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,883

Fonte: Dados da pesquisa.

Estes resultados exigiram a realização de modificações visando ao ajuste do modelo. Apesar de todos os coeficientes padronizados terem apresentado valor superior ao exigido (coeficiente de 0,4), optou-se, pela exclusão das variáveis de menor carga fatorial. Tal decisão foi ancorada nos resultados insatisfatórios obtidos mediante a inclusão de correlações entre os erros das questões.

Em outras palavras, a inclusão de correlações entre os erros por si só não foi capaz de gerar um modelo adequado, contribuindo para a decisão de excluir variáveis. Nesse sentido, foram eliminadas, nesta ordem, as questões q99 (0,622), q100 (0,660) e q101 (0,683). Depois de excluídas, estimou-se um novo modelo, o qual continuou apresentando resultados insatisfatórios, exigindo a realização de novas alterações.

Tendo por base o relatório de modificações gerado pelo AMOS, inclui-se uma correlação entre os erros das questões 104 e 105 (e104 e e105). Basicamente tais perguntas questionavam se os respondentes teriam seu sono e seus hábitos alimentares afetados em situações de dificuldade financeira. A relação entre as variáveis consiste basicamente no pressuposto de que as pessoas que enfrentam problemas financeiros tendem a desenvolver emoções e sentimentos negativos. A inclusão dessa correlação ajustou todos os índices, validando o construto. A Figura 43 ilustra o modelo final do construto Emoções.

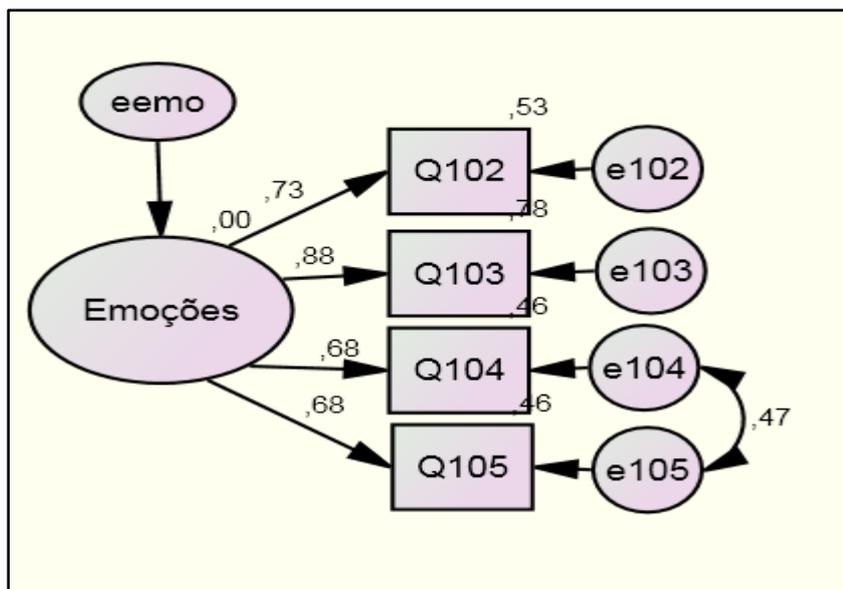


Figura 43 – Diagrama do construto Emoções – modelo final

Fonte: Dados da pesquisa.

Fazendo um comparativo entre os modelos inicial e final, percebe-se que foram mantidas 4 das 7 variáveis inicialmente estabelecidas e que foi inserida uma correlação entre os erros de duas questões, objetivando o ajuste do modelo. A análise da composição do arquétipo final permite-nos verificar que o construto Emoções pode ser mensurado mediante variáveis que questionam se os indivíduos, em situações de dificuldade financeira, tem i) o sono, ii) os hábitos alimentares, iii) as relações familiares e, iv) o rendimento profissional prejudicados.

Tabela 60 – Coeficientes padronizados e significância das variáveis do construto Emoções – modelo final

Variáveis	Coeficientes padronizados	Z
Q102	0,729	29,065***
Q103	0,885 <sup>1</sup>	
Q104	0,676	26,826***
Q105	0,676	26,832***

Fonte: Dados da pesquisa.

<sup>1</sup> Valor de z não calculado, devido à necessidade de fixar um parâmetro no modelo.\*\*\* significativo a 1%.

Tabela 61 – Índices de ajuste do construto – modelo final

Índice	Valor
Qui-quadrado	0,009
Graus de liberdade	1
Probabilidade	0,925
GFI	1,000
CFI	1,000
NFI	1,000
TLI	1,002
RMR	0,000
RMSEA	0,000
Variância extraída	0,557
Confiabilidade	0,832
<i>Alpha de Cronbach</i>	0,851

Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando a Tabela 61 verifica-se que o construto foi validado, uma vez que todos os índices obtiveram valores dentro dos padrões estabelecidos.

De forma resumida, pode-se afirmar que para os oito construtos foram confirmados os pressupostos de i) validade convergente, dado que os índices CFI, GFI, NFI e TLI foram superiores a 0,9 e os índices RMR e RMSEA foram inferiores a 0,05 e 0,08, respectivamente, ii) confiabilidade, tendo em vista que o *Alpha de Cronbach* e a variância média extraída foram superiores ao valor mínimo de 0,60 e 0,50, nessa ordem e, iii) unidimensionalidade, dado que o valor de todos os resíduos padronizados foi inferior a 2,58 ( $p < 0,05$ ).

### 5.5 Análise do modelo integrado

Depois de realizado o processo de validação individual dos construtos, partiu-se para a construção e avaliação do modelo integrado, o qual agrega tanto o modelo de mensuração quanto o modelo estrutural. Nesta etapa, teve-se por objetivo avaliar a estrutura teórica hipotetizada, isto é, as relações entre os construtos e as variáveis propostas no modelo. Para a construção do modelo empregou-se a estratégia de aprimoramento, na qual, a partir de um modelo inicialmente proposto, foram sendo inseridas modificações com vistas a obter um modelo melhor ajustado, respeitando, no entanto, a teoria subjacente (HAIR et al., 2009).

Para a avaliação da estrutura teórica, verificaram-se a significância estatística dos coeficientes de regressão estimados e os índices de ajuste do modelo. Os índices de ajuste foram os mesmos já utilizados para a validação do modelo de mensuração (Qui-quadrado, RMR, RMSEA, GFI, CFI, NFI, TLI). A Figura 44 e a Tabela 62 apresentam os resultados para a estimativa inicial do modelo proposto na etapa de “Desenvolvimento do modelo teórico”.



Fazendo uma análise do protótipo inicialmente proposto, verificou-se que algumas das relações estabelecidas mostraram-se não significativas. Entre as relações que não apresentaram significância estatística e, portanto, foram inicialmente excluídas do modelo estão: Atitude financeira < --- Conhecimento financeiro; Comportamento de uso do cartão de crédito < --- Materialismo; Dívida no cartão de crédito < --- Materialismo; Dívida no cartão de crédito < --- Conhecimento financeiro e; Emoções < --- Dívida no cartão de crédito.

Quanto aos índices de ajuste, representados na Tabela 62, verificou-se que nenhum deles, com exceção do RMSEA que atingiu valor inferior a 0,08, apresentou valores dentro dos parâmetros estabelecidos. De forma mais específica, a estatística qui-quadrado mostrou-se significativa, os índices de ajuste comparativos – CFI, TLI e NFI – apresentaram valores inferiores a 0,95 e os índices de ajuste absoluto – GFI e RMR – apresentaram valores inferiores a 0,95 e superiores a 0,05, respectivamente, não atingindo, desse modo, os valores recomendados pela literatura especializada. A obtenção de tais resultados exigiu a realização de modificações com vistas a validar o modelo.

Tabela 62 – Índices de ajuste iniciais do modelo integrado

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	2.065,16
Graus de liberdade	363
Probabilidade	0,000
GFI	0,924
CFI	0,900
NFI	0,881
TLI	0,888
RMR	0,074
RMSEA	0,051

Fonte: Dados da pesquisa.

Tendo por base o relatório de modificações sugeridas pelo software Amos, passou-se, em um primeiro momento, a inserir novas relações entre os construtos sendo, no entanto, respeitada a coerência teórica. Foram inseridas relações entre os construtos Materialismo < --- Comportamento financeiro; Compras compulsivas < --- Comportamento financeiro; Bem-estar financeiro < --- Comportamento financeiro; Emoções < --- Compras compulsivas e;

Bem-estar financeiro < --- Emoções, além da relação entre os construtos Emoções < --- Dívida no cartão de crédito, a qual voltou a ser significativa.

Em um segundo momento, depois de incluídas as novas relações entre os construtos, foram inseridas correlações entre os erros das questões. Entre as correlações incluídas estão aquelas entre os erros das questões q19 e q21 (e19 e e21) pertencentes ao construto Comportamento de uso do cartão de crédito, q53 e q55 (e53 e e55) do construto Dívida no cartão de crédito e q21 e q55 (e21 e e55) que abrange ambos os construtos acima citados. Todas as questões mencionadas avaliam, de modo geral, se o indivíduo tende a gastar demais no cartão de crédito, utilizando, por exemplo, o limite de crédito e o valor do saque na sua totalidade. A estreita relação de significado entre as questões explica o estabelecimento de correlações entre os seus erros.

No construto Bem-estar financeiro, incluiu-se a correlação entre os erros das questões q92 e q95 (e92 e e95). Ambas buscaram descobrir o quanto a posse de dívidas afeta o dia-a-dia das pessoas, justificando a inserção da correlação. Foram inseridas ainda correlações entre os erros das questões q74 e q77 (e74 e e77), q77 e q79 (e77 e e79) pertencentes ao construto Materialismo e entre o erro da questão q79 e o erro do construto Compras compulsivas (e79 e ecc), pertencente aos construtos Materialismo e Compras compulsivas, nessa ordem. Todas as questões mensuram o nível de importância que a posse de bens materiais tem para a felicidade e o bem-estar dos indivíduos.

Outra correlação foi estabelecida entre o erro da questão q60, pertencente ao construto Compras compulsivas e, o erro do construto Dívida no cartão de crédito. A relação entre essas questões consiste basicamente no fato de que pessoas que costumam comprar coisas mesmo sem ter condições de pagar por elas são muito mais propensas a incorrer em dívidas. Por fim, foi incluída uma correlações entre o erro da q23 e o erro do construto Atitude financeira e uma correlação entre o erro da q25 e o erro do construto Comportamento financeiro. A inserção dessa última correlação foi motivada pela proximidade de significado existente entre as questões, uma vez que ambas enfatizam a importância do ato de poupar.

A realização de todas essas modificações possibilitou a validação do modelo integrado, cujos resultados estão expostos na Figura 45 e nas Tabelas 63 e 64.



Os índices de ajuste, apresentados na Tabela 63, atingiram valores dentro dos parâmetros estabelecidos pela literatura especializada. A estatística qui-quadrado mostrou-se significativa, no entanto, conforme a recomendação de especialistas, por ser muito sensível ao tamanho amostral, em situações de pesquisa com amostras grandes pode ser utilizada no seu lugar a relação entre o valor do qui-quadrado e o número de graus de liberdade (qui-quadrado/graus de liberdade). No modelo, tal divisão obteve resultado de 2,98, valor dentro do limite aconselhado pela literatura (KLINE, 1998). Verificou-se ainda que os índices de ajuste absolutos – GFI, RMR, RMSEA – atingiram valores desejáveis. Quanto aos índices de ajuste comparativos – CFI, TLI, NFI – somente o índice NFI exibiu valores não satisfatórios, alcançando valor de 0,94.

Tabela 63 – Índices de ajuste finais do modelo integrado

<b>Índice</b>	<b>Valor</b>
Qui-quadrado	1.043,04
Graus de liberdade	350
Probabilidade	0,000
GFI	0,961
CFI	0,959
NFI	0,940
TLI	0,953
RMR	0,045
RMSEA	0,033

Fonte: Dados da pesquisa.

Em relação aos coeficientes padronizados (Tabela 64), constatou-se que todos foram significativos a um nível de 1% ou 5%, validando as relações entre os construtos. Considerando o sinal das relações, notou-se que 10 mostraram-se negativas, ou seja, quando ocorre um aumento/diminuição em um construto, gera-se um efeito contrário no outro construto e, 9 relações apresentaram sinal positivo, isto é, quando ocorre um aumento/diminuição em um construto, gera-se um efeito similar no outro construto.

Tabela 64 – Coeficientes padronizados e significância das relações do modelo final

<b>Relação entre os construtos</b>	<b>Coeficientes padronizados</b>	<b>Z</b>	<b>Sig</b>
Comportamento financeiro < --- Conhecimento financeiro	0,146	6,023	***
Comportamento financeiro < --- Atitude financeira	0,224	7,680	***
Materialismo < --- Comportamento financeiro	-0,134	-4,894	***
Compras compulsivas < --- Materialismo	0,506	16,018	***
Compras compulsivas < --- Comportamento financeiro	-0,210	-7,163	***
Compras compulsivas < --- Atitude financeira	-0,165	-5,716	***
Comportamento de uso do cartão de crédito < --- Conhecimento financeiro	0,125	5,086	***
Comportamento de uso do cartão de crédito < --- Atitude financeira	0,180	6,288	***
Comportamento de uso do cartão de crédito < --- Compras compulsivas	-0,084	-2,686	**
Comportamento de uso do cartão de crédito < --- Comportamento financeiro	0,128	4,331	***
Dívida no cartão de crédito < --- Comportamento de uso do cartão de crédito	-0,179	-6,967	***
Dívida no cartão de crédito < --- Atitude financeira	-0,095	-3,781	***
Dívida no cartão de crédito < --- Comportamento financeiro	-0,087	-3,368	***
Dívida no cartão de crédito < --- Compras compulsivas	0,267	8,596	***
Emoções < --- Dívida no cartão de crédito	-0,084	-2,913	**
Emoções < --- Compras compulsivas	0,168	5,057	***
Bem-estar financeiro < --- Comportamento financeiro	0,274	7,268	***
Bem-estar financeiro < --- Dívida no cartão de crédito	-0,255	-7,167	***
Bem-estar financeiro < --- Emoções	-0,069	-2,084	**

Fonte: Dados da pesquisa.

\*\*\* significativo a 1%.

\*\* significativo a 5%.

Iniciando as análises, verificou-se a correlação existente entre os construtos utilizados para mensurar a Alfabetização financeira. Ao avaliar tais relações, notou-se que todas são positivas, ou seja, caminham no mesmo sentido. As relações entre os construtos Comportamento financeiro <--- Conhecimento financeiro e Comportamento financeiro <--- Atitude financeira foram validadas confirmando as hipóteses H1 e H2. Já a relação entre os construtos Atitude financeira <--- Conhecimento financeiro não se confirmou, levando a rejeição da hipótese H3. Considerando que o Conhecimento financeiro impacta positivamente e é responsável por explicar 11% do Comportamento financeiro é claramente perceptível que o nível de conhecimento é um importante componente do processo de tomada de decisões financeiras (ROOB; WOODYARD, 2011). Segundo Xiao et al. (2011), o conhecimento financeiro influencia positivamente o comportamento de crédito, principalmente, quando esse conhecimento é internalizado e incorporado via atitudes financeiras positivas e desenvolvimento de um maior senso de controle.

Chen e Volpe (1998) foram um dos pioneiros a verificar a existência de uma estreita relação entre o nível de conhecimento e o comportamento financeiro. Embasados em um instrumento de pesquisa contendo 36 questões sobre diferentes temas financeiros, os autores verificaram que aqueles com maior nível de conhecimento foram mais propensos a tomar decisões financeiras satisfatórias em relação a investimentos, seguros, gastos pessoais se comparados com aqueles de menor nível de conhecimento. Resultados similares foram encontrados por Hilgert, Hogarth, Beverly (2003) e Lusardi, Mitchell (2007) confirmando a relação positiva entre os construtos. Assim como o Conhecimento financeiro, a Atitude afeta o processo de tomada de decisão financeira. Em outras palavras, a atitude, positiva ou negativa, desenvolvida pelo sujeito em relação a determinadas práticas financeiras influi no comportamento que o mesmo terá quando exposto a situações similares (ROOB, SHARPE, 2009).

Analisando a relação dos construtos Comportamento de uso no cartão de crédito <--- Conhecimento financeiro, Comportamento de uso no cartão de crédito <--- Atitude financeira e Comportamento de uso no cartão de crédito <---Comportamento financeiro, constatou-se que todas se mostraram significativas e positivas, explicando, respectivamente, 12,5%, 18% e 12,8% da variância do Comportamento de uso do cartão de crédito, validando as hipóteses H4, H6 e H8 e confirmando a importância da alfabetização financeira para a gestão adequada do crédito. A capacidade de tomar decisões de crédito consistente com as preferências do consumidor requer uma boa compreensão das condições de crédito e de mercado. Para Agarwall et al. (2008), quanto maior for o conhecimento e melhor a atitude e o comportamento frente ao uso do cartão de crédito, melhores serão as escolhas e as ações de utilização do cartão. Estudos anteriores como os realizados por Hilgert, Hogarth, Beverly (2003); Roob, Sharpe (2009) ratificam a estreita associação positiva existente entre a alfabetização financeira e o comportamento de utilização do crédito.

A significância e os sinais negativos dos coeficientes das hipóteses H7 ( $\beta = -0,095$   $p=0,000$ ) e H9 ( $\beta = -0,087$   $p=0,000$ ) confirmaram que a presença de Atitudes financeiras e Comportamentos financeiros saudáveis diminuem a propensão do indivíduo incorrer em Dívidas no cartão de crédito. Esses resultados estão em linha com a ideia de que a manutenção de boas Atitudes e bons Comportamentos proveem as ferramentas básicas para a gestão eficaz e responsável do crédito (MENDES-DA-SILVA; NAKAMURA; MORAES et al., 2012). Indivíduos conscientes dos altos custos inerentes à manutenção de um saldo devedor após o pagamento da fatura mensal tendem a ser menos predispostos a utilizar esse tipo de crédito ou então a utilizá-lo de forma responsável visando evitar consequências

negativas como, por exemplo, a redução do bem-estar financeiro e psicológico (ROBB, 2011).

Apesar de a relação entre os construtos Dívida no cartão de crédito e Conhecimento financeiro não ter se perpetuado, levando a rejeição da hipótese H5, constatou-se uma relação indireta entre os construtos, uma vez que o Conhecimento impacta no Comportamento de uso do cartão de crédito e este, por sua vez, impacta no construto Dívida no cartão de crédito. Dentro dessa perspectiva, Joo, Grable e Bagwell (2003) ratificam a necessidade de os indivíduos serem educados formalmente acerca dos riscos e consequências da má gestão do cartão de crédito de modo que os mesmos consigam melhorar sua habilidade na tomada de decisões financeiras conscientes.

A confirmação do impacto do conhecimento financeiro, da atitude financeira e do comportamento financeiro sobre o uso responsável do cartão de crédito e sobre a dívida ratifica a importância da alfabetização financeira para a adequada administração das finanças pessoais. Conforme destacado por Sevim, Temizel e Saylilir (2012), a alfabetização financeira é um processo que permite aos consumidores melhorar sua compreensão acerca dos instrumentos e conceitos financeiros, identificar riscos e oportunidades, tomar decisões informadas e realizar atividades eficientes com vistas a aumentar o bem-estar financeiro. Dentro desse contexto, Huston (2010) sugere que os indivíduos financeiramente alfabetizados tenham o discernimento necessário para usar o crédito de forma mais eficiente, aproveitando-se dos benefícios e evitando sua utilização excessiva ou inadequada.

Dando seguimento à avaliação, verificou-se a aceitação da hipótese H12, confirmando a existência de uma relação positiva entre os construtos Compras compulsivas e Materialismo, sendo que o último explica 51% da variância do primeiro construto. Para Dittmar (2004), os compradores compulsivos, considerados mais emotivos e, particularmente, mais propensos a experimentar emoções negativas e a apresentar baixa autoestima, tendem a interiorizar valores materialistas de tal maneira que a sua identidade e seu bem-estar pessoal passam a ser condicionados à quantidade de bens materiais possuídos. Como resultado, as pessoas materialistas veem a aquisição e posse de bens materiais como a principal fonte de sucesso, felicidade e identidade (RICHINS, 2004). Nesse sentido, os materialistas que acreditam possuir baixa autoestima e não ter encontrado sua identidade pessoal ideal, seriam mais propensos a exibir comportamentos de compra compulsiva (DITTMAR, 2004).

As relações Comportamento de uso do cartão de crédito <--- Materialismo e Dívida no cartão de crédito <--- Materialismo, que correspondem às hipóteses H10 e H11, não foram confirmadas. Esse resultado, apesar de contrário ao esperado, confirma os achados de Watson

(2003) e Norvilitis et al. (2006). Apesar disso, concluiu-se que o Materialismo exerce sobre ambos os construtos um efeito indireto através do construto Compras compulsivas. O Materialismo é indiretamente responsável por explicar 4,25% da variância do Comportamento de uso do cartão de crédito e 13,5% da variância do construto Dívida. Para Garðarsdóttir e Dittmar (2012), há um consenso quanto às implicações do materialismo sobre a força e o crescimento da economia em um contexto macroeconômico e, sobre o comportamento financeiro dos indivíduos em um contexto microeconômico. Para satisfazer o forte desejo pela aquisição de bens, os indivíduos materialistas assumem comportamentos de consumo compulsivos, o que os leva a comportamentos financeiros mais favoráveis ao gasto e à dívida tanto no cartão de crédito quanto em outras modalidades de crédito (WATSON, 2003). Ideia similar foi defendida por Richins (1992) que sugeriu que pessoas com altos níveis de materialismo por tomarem como referência indivíduos de nível sócio-econômico superior, seriam mais propensas à aquisição de dívidas com vistas a acompanhar as demandas de consumo daqueles com renda superior.

As próximas hipóteses, H13 e H14, que avaliaram a relação existente entre Comportamento de uso do cartão de crédito <--- Compras compulsivas e Dívida no cartão de crédito <--- Compras compulsivas foram confirmadas a um nível de significância de 5% e 1%, nessa ordem. O sinal negativo vigente na primeira relação revela que indivíduos com comportamento de consumo compulsivo tendem a ser menos responsáveis na hora de utilizar o cartão de crédito ( $\beta = -0,084$ ). Por outro lado, o sinal positivo da segunda relação mostra que a presença de comportamentos de compra compulsiva leva o indivíduo a incorrer mais fortemente na dívida ( $\beta = 0,267$ ). Entre as maiores preocupações em relação à dívida no cartão de crédito estão a sua associação com o excesso de gastos (LEE; KWON, 2002) e o comportamento de compra compulsiva (ROBERTS; JONES, 2001). Os indivíduos brasileiros assim como os de outras nacionalidades estão vivendo em uma sociedade do cartão de crédito, na qual ter dinheiro e possuir bens materiais parece ter se tornado muito mais importante do que era em gerações anteriores. A importância atribuída ao status e a aceitação do crédito como meio de pagamento vem contribuindo para ampliar o comportamento de compra compulsiva e, conseqüentemente, os níveis de dívida (NORUM, 2008). Segundo Roberts (1998), não é de se estranhar que os compradores compulsivos sejam mais propensos a gastar mais e a apresentar algum tipo de dívida, uma vez que buscam lidar com a baixa autoestima e o humor negativo por meio da realização de compras. Os consumidores maximizam a utilidade de seu consumo usando o cartão de crédito como um recurso de crédito (O'GUINN; FABER, 1989).

Prosseguindo com a avaliação, foi possível verificar a rejeição das hipóteses H15 e H16 que apontavam para a presença de relações entre os construtos Compras compulsivas < -- - Valores do dinheiro e Materialismo < --- Valores do dinheiro. As relações não se confirmaram uma vez que o construto Valores do dinheiro não se mostrou adequado no processo de validação individual, sendo, portanto, excluído do modelo final.

A associação significativa e negativa encontrada entre os construtos Comportamento de uso do cartão de crédito e Dívida no cartão de crédito ( $\beta = -0,179$   $p=0,000$ ) valida a hipótese H17 e confirma a tese defendida pela literatura especializada de que bons comportamentos de gestão do crédito diminuem a probabilidade de o indivíduo tornar-se endividado. Para Robb e Pinto (2010), indivíduos detentores de bons comportamentos de crédito são mais propensos a gerenciar adequadamente o uso do cartão, não usando, por exemplo, o crédito rotativo, optar por modalidades de crédito com taxas de juros menores e manter boas práticas de administração financeira evitando dificuldades futuras.

A confirmação das hipóteses H18 e H19 revela a presença de relações negativas entre os construtos Bem-estar financeiro < --- Dívida no cartão de crédito e Emoções < --- Dívida no cartão de crédito, sendo que o construto Dívida é responsável por explicar 8,4% da variância das Emoções e 25,5% da variância do construto Bem-estar financeiro. Circunstâncias financeiras como a má gestão do cartão de crédito e/ou a acumulação de dívidas no cartão, conforme Norvilitis et al. (2006), tem um efeito negativo sobre o bem-estar e a satisfação dos indivíduos. Considerando a relação da Dívida com as Emoções, Flores (2012) sugere que indivíduos que vivenciam um nível muito elevado de emoções negativas tendem a reduzir seu endividamento a fim de melhorar seu bem-estar emocional. Segundo a autora, quanto mais emoções negativas estiver vivenciando, mais o indivíduo evitará a acumulação de novas dívidas.

Levando em consideração as novas relações inseridas no modelo integrado, verificou-se a existência de uma relação positiva entre os construtos Emoções <--- Compras compulsivas, sendo que último explica 16,8% da variância do primeiro construto. Em geral, a gana pela posse de bens materiais traz, em um primeiro momento, uma sensação de satisfação pessoal e felicidade fazendo com que o indivíduo pense que quanto mais bens adquirir maior será a sensação de bem-estar pessoal (FLORES, 2012). No entanto, segundo Roberts (1998), a continuidade da realização de compras de forma compulsiva conduz o indivíduo, contraditoriamente ao que havia se pensado inicialmente, a graves problemas financeiros, os quais contribuem para o stress e a presença de emoções negativas. Dentro dessa perspectiva, é

possível concluir que quanto mais o indivíduo consumir compulsivamente, mais ele vivenciará emoções negativas.

Também foram incluídas e validadas as relações negativas entre os construtos Compras compulsivas < --- Comportamento financeiro ( $\beta = - 0,210$   $p=0,000$ ), Materialismo < --- Comportamento financeiro ( $\beta = - 0,134$   $p=0,000$ ) e Compras compulsivas < --- Atitude financeira ( $\beta = - 0,165$   $p=0,000$ ), confirmando a tese de que a presença de atitudes e comportamentos financeiros saudáveis diminui a probabilidade de o indivíduo adotar comportamentos materialistas. A adoção de práticas de gerenciamento financeiro é recomendada por especialistas como um caminho para evitar os gastos excessivos (ROBERTS, 1998). Para o autor, indivíduos materialistas e compradores compulsivos não estão cientes ou não se engajam nessas práticas. Por conseguinte, tem-se sugerido, para esses indivíduos, o aconselhamento financeiro como alternativa para melhorar a gestão das finanças pessoais e para interromper, definitivamente, o ciclo de compra compulsiva e o consequente endividamento. Conforme Pham, Yap e Dowling (2012), indivíduos altamente materialistas são mais propensos a consumirem compulsivamente se engajados em práticas pobres de gestão financeira. Por outro lado, indivíduos altamente materialistas com boas práticas de gestão financeira são menos propensos a relatar problemas de compra compulsiva. Em outras palavras, a presença de práticas adequadas de gestão financeira atua como uma barreira protetora contra a presença de comportamentos materialistas e de consumo compulsivo.

Outra associação confirmada pela pesquisa foi a relação negativa entre os construtos Bem-estar financeiro < --- Emoções ( $\beta = - 0,069$   $p=0,000$ ). Como o estudo avaliou a presença de emoções negativas, justifica-se a existência de uma ligação negativa entre os construtos, uma vez que quanto mais emoções negativas o indivíduo vivenciar em virtude de dificuldades financeiras, menor será seu nível de bem-estar financeiro. Para Xiao et al. (2011), as emoções estão intimamente associadas não somente com o bem-estar financeiro, mas também com a saúde física e psicológica e com satisfação geral com a vida.

Por fim, confirmou-se a relação Bem-estar financeiro < --- Comportamento financeiro, sendo o último construto responsável por explicar 27,4% da variância do primeiro. Esse resultado corrobora os achados de muitos outros estudos, os quais revelaram que indivíduos que seguem boa parte das práticas financeiras recomendadas por especialistas tendem a relatar menores níveis de dificuldade financeira e stress (JOO, GRABLE, 2004; LEA, WELBLEY, WALKER, 1995) e maiores níveis de satisfação com o status financeiro atual (LOW, JU, 1992; JOO, GRABLE, 2004; NORVILITIS, MACLEAN, 2010). O bem-estar financeiro das famílias é cada vez mais determinado pela habilidade de seus membros de tomar decisões

financeiras complexas (SCHMEISER; SELIGMAN, 2013). Dentro desse contexto, indivíduos com fortes intenções para realizar comportamentos financeiros positivos tendem a apresentar maiores níveis de satisfação financeira (JOO; GRABLE; BAGWELL 2003) e menor probabilidade de incorrer em dívidas (SHIM et al., 2010). Shim et al. (2009) acrescentam que indivíduos financeiramente alfabetizados sentem maior satisfação com a quantia de dinheiro poupada, com a situação financeira atual e com a habilidade e capacidade pessoal de gestão financeira.

Para Huston (2010), tal resultado reforça a importância de os indivíduos apresentarem um bom nível de conhecimento financeiro e possuir a habilidade e a confiança necessárias para aplicar esse conhecimento na tomada de decisões conscientes de modo a aumentar o seu bem-estar financeiro. Pesquisas têm indicado, igualmente, que comportamentos financeiros positivos podem melhorar o bem-estar financeiro (SHIM et al. 2009; XIAO et al. 2011). Xiao, Sorhaindo e Garman (2006) examinando os possíveis efeitos do comportamento financeiro sobre o bem-estar, verificou que indivíduos que realizam uma adequada gestão do caixa, do crédito e da poupança/investimento e não incorrem em comportamentos de risco na hora de usar o cartão de crédito melhoram, significativamente, seus níveis de satisfação financeira e bem-estar pessoal.

A Figura 46 resume os resultados encontrados pelo estudo, levando em consideração as relações inicialmente estabelecidas e as relações inseridas no modelo final por sugestão do relatório de modificações do software Amos.

<b>Hipóteses</b>	<b>Resultados</b>	<b>Estudos</b>
H1: O Conhecimento financeiro impacta positivamente no Comportamento financeiro.	Confirmada	Chen e Volpe (1998), Shim et al. (2009), Hilgert et al. (2003), Hung et al. (2009), Robb e Woodyard (2011), Xiao et al. (2011)
H2: A Atitude financeira impacta positivamente no Comportamento financeiro.	Confirmada	Hilgert et al. (2003), Hung et al. (2009)
H3: O Conhecimento financeiro impacta positivamente na Atitude financeira.	Rejeitada	Hilgert et al. (2003), Hung et al. (2009)
H4: O Conhecimento financeiro impacta negativamente no Comportamento de uso do cartão de crédito.	Confirmada	Lea, Webley e Walker (1995), Robb (2011), Lusardi e Tufano (2009), Shim et al. (2010), Disney e Gahtergood (2011)
H5: O Conhecimento financeiro impacta negativamente na Dívida no cartão de crédito.	Rejeitada	Lyons (2007), Lusardi e Tufano (2009), Shim et al. (2010), Disney e Gahtergood
H6: A Atitude financeira impacta negativamente no Comportamento de uso do cartão de crédito.	Confirmada	Matta (2007), Pham, Yap e Dowling (2012), Xiao et al. (2011)
H7: A Atitude financeira impacta negativamente na Dívida no cartão de crédito.	Confirmada	Matta (2007), Pham, Yap e Dowling (2012), Xiao et al. (2011)

continua

Hipóteses	Resultados	Estudos
H8: O Comportamento financeiro impacta negativamente no Comportamento de uso do cartão de crédito.	Confirmada	Matta (2007), Pham, Yap e Dowling (2012), Xiao et al. (2011)
H9: O Comportamento financeiro impacta negativamente na Dívida no cartão de crédito.	Confirmada	Matta (2007), Pham, Yap e Dowling (2012), Xiao et al. (2011)
H10: O Materialismo impacta positivamente no Comportamento de uso do cartão de crédito.	Rejeitada	Phau e Woo (2008), Richins (2011), Pirog; Roberts, 2007, Watson (2003), Norvilits et al. (2006)
H11: O Materialismo impacta positivamente na Dívida no cartão de crédito.	Rejeitada	Garðarsdóttir e Dittmar (2012), Ponchio (2006), Trindade (2009)
H12: O Materialismo impacta positivamente nas Compras compulsivas.	Confirmada	Dittmar (2004), Dittmar (2005), Rose (2007), Joji e Raveendran (2008), Garðarsdóttir e Dittmar (2012), Richins (1994), Rindfleisch, Burroughs e Watson (2003)
H13: As Compras compulsivas impactam positivamente no Comportamento de uso do cartão de crédito.	Confirmada	Wang e Xiao (2009), Black (2007), Veludo-De-Oliveira, Ikeda e Santos (2004), Roberts e Jones (2001), Faber e O'guinn (1992)
H14: As Compras compulsivas impactam positivamente na Dívida com cartão de crédito.	Confirmada	Wang e Xiao (2009), Black (2007), Veludo-de-Oliveira, Ikeda e Santos (2004), Roberts e Jones (2001), Norum (2008), Roberts (1998)
H15: O Valor do dinheiro impacta nas Compras compulsivas.	Rejeitada	Roberts e Jones (2001), Karabati e Cemalcilar (2010)
H16: O Valor do dinheiro impacta no Materialismo.	Rejeitada	Roberts e Jones (2001)
H17: O Comportamento de uso do cartão de crédito impacta negativamente na Dívida com cartão de crédito.	Confirmada	Lyons (2004), Lyons (2007), Grable e Joo (2006), Norvilitis et al. (2006), Norvilitis e MacLean (2010), Xiao et al. (2011), Robb e Pinto (2010)
H18: A Dívida no cartão de crédito impacta negativamente no Bem-estar financeiro.	Confirmada	Norvilitis, Szablicki e Wilson (2003), Norvilitis et al. (2006), Sevim, Temizel e Sayilir (2012), Shim et al. (2009)
H19: A Dívida no cartão de crédito impacta negativamente nas Emoções.	Confirmada	Quelch e Jocz (2007), Nelson et al. (2008), Berg et al. (2010), Sevim, Temizel e Sayilir (2012)
H1: As Compras compulsivas impactam positivamente nas Emoções.	Confirmada	Flores (2012), Roberts (1998)
H2: A Atitude financeira impacta negativamente nas Compras Compulsivas.	Confirmada	Roberts (1998)
<b>Hipóteses inseridas no modelo final</b>		
H3: O Comportamento financeiro impacta negativamente no Materialismo.	Confirmada	Pham, Yap e Dowling (2012)
H4: O Comportamento financeiro impacta negativamente nas Compras Compulsivas.	Confirmada	Roberts (1998)
H5: As Emoções impactam negativamente no Bem-estar financeiro.	Confirmada	Xiao et al. (2011)
H6: O Comportamento financeiro impacta positivamente no Bem-estar financeiro.	Confirmada	Joo, Grable (2004), Low e Ju (1992), Joo e Grable, (2004), Norvilitis e Maclean (2010), Schmeiser e Seligman (2013), Jo, Grable e Bagwell (2003), Shim et al. (2010), Shim et al. (2009), Huston (2010)

Figura 46 – Resumo das hipóteses e dos resultados encontrados

Fonte: Dados da pesquisa.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como propósito central desenvolver e validar um modelo para mensuração da dívida pessoal no cartão de crédito. Quanto aos objetivos específicos buscou-se a) identificar e validar os fatores associados à dívida no cartão de crédito; b) analisar a influência direta e indireta dos fatores na dívida; c) construir e validar um modelo estrutural para as relações entre os fatores e; d) verificar a relação entre os aspectos demográficos, os aspectos culturais, as características do cartão de crédito e os construtos do modelo de mensuração.

Durante o processo de construção teórica do estudo, comprovou-se a complexidade do tema, uma vez que se trata da relação de um construto (dívida no cartão de crédito) com diferentes variáveis de caráter demográfico, socioeconômico, cultural, psicológico e comportamental, dificultando a realização de uma pesquisa completa que abranja a totalidade de variáveis indicadas pela literatura especializada. Fundamentados na literatura consultada e na técnica de Modelagem de Equações Estruturais mensurou-se a relação da Dívida no cartão de crédito com os fatores comportamentais investigados (Conhecimento financeiro, Atitude financeira, Comportamento financeiro, Comportamento de uso do cartão de crédito, Materialismo, Compras compulsivas, Bem-estar financeiro, Emoções), sendo levantadas 19 hipóteses, das quais 8 envolveram diretamente o construto Dívida. Já a investigação da relação do endividamento com as variáveis demográficas e características de uso do cartão de crédito foi baseada em testes de hipóteses paramétricos, sendo levantadas, para essa fase, 15 hipóteses.

Em termos de resultados, confirmou-se, em um primeiro momento, a validade de todos os construtos comportamentais propostos, com exceção do fator Valores do dinheiro que, por não atingir valores satisfatórios nos índices testados, foi excluído na fase de validação individual dos construtos. Em um segundo momento, valendo-se da estratégia de aprimoramento do modelo, confirmou-se a robustez do modelo integral, na medida em que todos os índices de ajuste atingiram os níveis recomendados pela literatura (qui-quadrado, CFI, GFI, NFI, TLI, RMR, RMSEA) e os coeficientes padronizados mostraram-se significativos validando as relações estabelecidas. Tendo em mente as relações causais do modelo integrado, verificou-se a validação de 13 das 19 hipóteses inicialmente propostas. Do

total de hipóteses confirmadas, 6 relacionam diretamente o construto Dívida aos fatores comportamentais, explicando, aproximadamente, 62% da variância do construto.

Dentro dessa perspectiva, notou-se que o endividamento pessoal com cartão de crédito pode ser influenciado por fatores comportamentais como o Comportamento financeiro, a Atitude financeira, o Comportamento de uso do cartão de crédito, as Compras compulsivas, o Materialismo e o Conhecimento financeiro, estes dois últimos de forma indireta. As pessoas detentoras de atitudes e comportamentos de gestão orçamentária, creditícia e de gestão do investimento satisfatórios, ou seja, pessoas financeiramente alfabetizadas tendem a melhor controlar e gerenciar suas finanças evitando incorrer em dívidas. Tal conclusão traz sérias implicações ao ratificar a necessidade de desenvolvimento de programas de educação financeira que consigam, através de um esforço sistemático, melhorar o conhecimento financeiro dos indivíduos e, principalmente, melhorar suas habilidades financeiras de modo que os mesmos possam tomar decisões informadas e usar os serviços financeiros de forma responsável.

Num cenário de níveis exorbitantes de consumo e de estímulo ao uso do crédito, destacam-se o comportamento mantido na hora de utilizar o cartão de crédito e o comportamento de consumo compulsivo. Aqueles indivíduos que sabem aproveitar os benefícios do cartão de crédito, e, sabem, igualmente, utilizá-lo de forma responsável e equilibrada, não extrapolando os limites do orçamento, são menos predispostos a endividarem-se. De forma similar, aqueles com bons comportamentos de compra, isto é, aqueles que não consideram central para sua vida a aquisição e posse de bens materiais, tendem a apresentar menores níveis de dívida no cartão de crédito.

Considerando as consequências da Dívida, o estudo comprovou a influência da mesma sobre o Bem-estar financeiro, num grau de 25,5% e, sobre as Emoções, num grau de 8,4%. Desta forma, pessoas endividadas sentem-se menos satisfeitas com sua situação financeira atual e menos confiantes em uma situação financeira futura confortável. Além disso, a presença de Dívidas acarreta sensações de tristeza, ansiedade, nervosismo, podendo, inclusive, afetar as relações sociais, profissionais e familiares dos endividados.

Além da influência de fatores comportamentais, o estudo demonstrou que variáveis demográficas e características de uso do cartão de crédito também influenciam o nível de predisposição ao endividamento. Mais especificamente, comprovou-se que indivíduos do gênero masculino, jovens, com dependentes/com filhos, baixo nível de escolaridade, baixa renda, detentores de um maior número de cartões de crédito, desconhecedores do valor da

taxa de juros cobrada em caso de utilização do crédito rotativo e detentores de um baixo limite de crédito são mais propensos a apresentar dívidas no cartão de crédito.

Secundariamente, mas não menos importante, a pesquisa trouxe a tona o baixo nível de conhecimento financeiro dos indivíduos tanto em relação a questões básicas, imprescindíveis para o bom entendimento de transações cotidianas, quanto em relação a questões de maior complexidade, necessárias para um entendimento mais completo do mercado financeiro. Apenas 3,6% dos 1.831 indivíduos pesquisados detém um bom nível de conhecimento financeiro (acertaram mais de 80% das questões). A ausência de programas de educação financeira e a pequena ênfase dada às finanças pessoais podem ser apontadas como uma das principais razões para o baixo nível de conhecimento.

Antes de discutir as contribuições e implicações desse estudo, algumas limitações devem ser mencionadas. Em termos metodológicos, tem-se a não generalização da amostra, a qual, apesar de heterogênea e representativa de diferentes culturas, precisa ser ampliada, a fim de fornecer resultados mais completos e densos. Quanto à técnica de coleta de dados, a pesquisa *survey* baseada em um questionário estruturado, apesar das vantagens, como possibilitar a investigação de um grande número de pessoas, abre brecha para a omissão de dados e o preenchimento de informações inverídicas, os quais ocasionam desvios no resultado e diminuem a credibilidade da pesquisa. No que se refere às escalas selecionadas, durante o processo de estimação várias escalas sofreram grandes reduções, indicando a necessidade de aprimoramento das mesmas. Especificamente, a escala do Bem-estar financeiro, apesar de validada, necessita ser reaplicada em outros estudos nacionais, de modo que as questões se ajustem de forma mais precisa a realidade brasileira.

Outra limitação está atrelada ao número de variáveis investigadas se considerado que o estudo enfatizou somente questões comportamentais, demográficas e características do cartão de crédito. Nesse sentido, pesquisas futuras podem acrescentar outras variáveis, pois a melhor compreensão dos motivos que levam ao mau gerenciamento no uso do cartão de crédito exige o estudo de variáveis de caráter demográfico, social, cultural, econômico, psicológico e comportamental, tendo em vista a multidimensionalidade dos motivos que afetam as decisões financeiras.

Apesar dos problemas ressaltados, os resultados obtidos ratificam, em sua maioria, os pressupostos das teorias sobre o endividamento e da influência das variáveis investigadas. Nesse sentido, a pesquisa confirma as conjecturas defendidas pela teoria das Finanças Comportamentais, uma vez que demonstra, quantitativamente, que o processo de tomada de decisões a respeito do ato de incorrer ou não em dívidas não é plenamente racional, sendo

influenciado, conforme achados da pesquisa, por variáveis comportamentais, demográficas e características de uso do cartão de crédito.

Como uma das principais contribuições do estudo, destaca-se o desenvolvimento de um modelo de mensuração das causas e consequências da dívida no cartão de crédito. O reconhecimento das variáveis associadas à dívida pode ajudar na construção de modelos de concessão de crédito mais robustos e, por consequência, contribuir para a prevenção e redução dos níveis de endividamento. Considerando que muitos bancos utilizam somente variáveis demográficas para avaliar o potencial dos titulares de cartão de crédito e para determinar os limites de crédito e risco, o estudo torna-se uma importante ferramenta para o sistema bancário, uma vez que aponta para a necessidade de conferir maior atenção ao comportamento do indivíduo.

Cada um dos agentes e instituições envolvidos nessa questão, administradoras de cartão de crédito, bancos, organizações de proteção e defesa do consumidor, educadores, bem como a própria família, devem conscientizar os usuários quanto à importância de atitudes e comportamentos responsáveis na hora de utilizar o cartão de crédito, mostrando as vantagens proporcionadas pelo cartão, mas também alertando sobre os riscos e situações pesquisadas nesse estudo. Além disso, esses agentes podem auxiliar os usuários a identificar os traços de personalidade mais influentes nas decisões e a melhor analisar as decisões envolvendo o uso do cartão de crédito e o uso do crédito rotativo do cartão. Até certo ponto, é possível supor que a ausência/deficiência de um efetivo gerenciamento financeiro e a reduzida autodisciplina financeira contribuam para o endividamento. Dessa forma, sugere-se ainda a promoção de programas educacionais que orientem o cidadão a adotar práticas orçamentárias como a definição de metas financeiras a curto e longo prazo e o desenvolvimento de um plano de gastos e investimentos.

As instituições mencionadas em conjunto com os órgãos que defendem os interesses dos consumidores, poderão disseminar informações a respeito das consequências decorrentes da posse de conhecimentos financeiros insuficientes, da adoção de comportamentos inadequados, do consumo excessivo e do uso indevido ou descontrolado do cartão.

Para trabalhos futuros, sugere-se que o assunto seja explorado em pesquisas de caráter longitudinal, necessárias para acompanhar mais de perto o nível de utilização e endividamento no cartão de crédito. Temáticas que liguem o estudo a partir de um corte longitudinal e incorporem novas perspectivas, devem ser objeto de estudos acadêmicos face suas implicações gerenciais. A realização de novas pesquisas com vistas a i) compreender a(s) melhor(es) maneira(s) de evitar a sobrecarga de dívidas no cartão de crédito e ii) examinar o

efeito de grandes saldos devedores no cartão sobre o consumo e o bem-estar das famílias com dados longitudinais são possibilidades interessantes de pesquisa. Ademais, a reavaliação do modelo em outras amostras, juntamente com outras técnicas de coleta e análise dos dados, possibilitará dirimir limitações e aprofundar o conhecimento sobre o assunto.



## REFERÊNCIAS

AJZEN, I. The theory of planned behavior. **Organization Behavior Human Decision Process**, v. 50, p. 179–211, 1991.

AMADEU, J. R. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento: proposta de inserção da disciplina na matriz curricular**. 91 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade do Oeste Paulista, São Paulo, 2009.

AMATO, S.; VINZI, V. E.; TENENHAUS, M. A global Goodness-of-Fit index for PLS structural equation modeling. **HEC School of Management**, France, 2004.

ANDERLONI, L; VANDONE, D. Risk of Overindebtedness and Behavioural Factors. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/results.cfm?npage=2&>>. Acesso em: 02 fev. 2014.

ANSONG, A. Level of knowledge in personal finance by university freshmen business students. **African Journal of Business Management**, v. 5, n. 22, p. 8933-8940, 2011.

ANTHONY, R. **Knowledge, attitude, practice and satisfaction on personal financial management among the medical practitioners in the public and private medical services in Malaysia**. 156 f. Tese (Doutorado em Ciências Médicas) - Universiti Kebangsaan, 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS (ABECS). **Mercado de cartões consolidado, 2012**. Disponível em: <[http://www.abecs.org.br/site2012/admin/arquivos/estudos/%7B3A5E429C-ABC1-4EB1-B7DE-EEFF0D493342%7D\\_2247-A-MercadoDeCartoesConsolidado.pdf](http://www.abecs.org.br/site2012/admin/arquivos/estudos/%7B3A5E429C-ABC1-4EB1-B7DE-EEFF0D493342%7D_2247-A-MercadoDeCartoesConsolidado.pdf)>. Acesso em: 16 jun. 2013.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS. **Mercado de meios eletrônicos de pagamento**. Disponível em: <<http://www.abecs.org.br/app/webroot/files/media/7/6/0/b22af92330e3c5e830f69bee3e064.pdf>>. Acesso em: 05 fev. 2014.

AUSUBEL, L. M. The failure of competition in the credit card market. **American Economic Review**, v. 81, n. 1, p. 50-70, 1991.

BABIARZ, P. K.; ROBB, C. A. Financial literacy and emergency saving. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 35, n. 1, p. 40-50, 2014.

BAEK, E.; HONG, G. Effects of family life-cycle stages on consumer debts. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 25, n. 3, p.359-385, 2004.

BAKER, M. J. Selecting a research methodology. **The Marketing Review**. Westburn Publishers Ltda, v. 1, p. 373-397, 2001.

BAKER, H. K.; NOFSINGER, J. R. Psychological biases of investors. **Financial Services Review**, v. 11, p. 97-116, 2002.

BARBERIS, N.; SHLEIFER, A.; VISHNY, N. A model of investor sentiment. **Journal of Financial Economics**, v. 49, p. 307-343, 1998.

BARBERIS, N.; THALER, R. A survey of behavioral finance, 2002. In: **Social Science Research Network**. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=327880](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=327880)>. Acesso em: 10 out. 2012.

BASSO, L. F. C.; KIMURA, H.; KRAUTER, E. Finanças comportamentais: investigação do comportamento decisório dos agentes brasileiros de acordo com a Teoria do Prospecto de Kahneman e Tversky. In: 28ª Assembleia do Conselho Latino-Americano das Escolas de Administração. **Anais...** Lima, 2003.

BAZERMAN, M. H. **Processo decisório para cursos de administração, economia e MBAs**. Rio de Janeiro. Editora Elsevier, 2004.

BEAL, D. J.; DELPACHITRA, S. B. Financial literacy among Australian university students. **Economic Papers**, v. 22, n. 1, p. 65-78, 2003.

BELK, R. W. Materialism: trait aspects of living in the material world. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 12, n. 3, p. 265-280, 1985.

BERG, C. J.; SANEM, J. R.; LUST, K. A.; AHLUWALIA, J. S.; KIRCH, M. A. Health-related characteristics and incurring credit card debt as problem behaviors among college students. **The Internet Journal of Mental Health**, v. 6, n. 2, 2010.

BERNTHAL, M. J.; CROCKETT, D.; ROSE, R. L. Credit cards as lifestyle facilitators. **Journal of Consumer Research**, v. 32, n. 1, p. 130-145, 2005.

BERTAUT, C. C.; HALIASSOS, M. Credit cards: facts and theories. In: **Social Science Research Network**, 2005. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=931179](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=931179)>. Acesso em: 01 jun. 2012.

BLACK, D. W. A review of compulsive buying disorder. **World Psychiatry**, v. 6, n. 1, p. 14-18, 2007.

BLOCK-LIEB, S., & JANGER, E. J. The myth of the rational borrower: rationality, behavioralism and the misguided “reform of bankruptcy law”. In: **Social Science Research Network**. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=786427](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=786427)>. Acesso em: 02 out. 2013.

BRICKER, J.; KENNICKELL, A. B.; MOORE, K. B.; SABELHAUS, J. Changes in U.S. family finances from 2007 to 2010: evidence from the Survey of Consumer Finances. **Federal reserve Bulletin**, v. 98, n. 2, p. 1-80, 2012.

BRUNI L. A. **Estatística aplicada à gestão empresarial**, 2 ed., São Paulo: Atlas, 2008.

BURROUGHS, J. E.; RINDFLEISCH, A. Materialism and well-being: a conflicting values perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 29, n. 3, p. 348-370, 2002.

CAMPBELL, J. Household finance. **Journal of Finance**, v. 61, n. 4, p. 1553-1604, 2006.

CASADO, M, M. Os princípios fundamentais como ponto de partida para uma primeira análise do sobre-endividamento no Brasil. RDC 33, 2001.

CHAN, K. I. K.; CHAN, S. F.; CHAU, A. W. L. Financial knowledge and aptitudes: impacts on college students' financial well-being. **College Student Journal**, v. 46, n. 1, p. 114-129, 2012.

CHEN, H; VOLPE, R. P. An analysis of personal financial literacy among college students. **Financial Services Review**, v. 7, n. 2, p. 107-128, 1998. Disponível em: <[http://www2.stetson.edu/fsr/abstracts/vol\\_7\\_num2\\_107.pdf](http://www2.stetson.edu/fsr/abstracts/vol_7_num2_107.pdf)>. Acesso em: 16 abr. 2012.

CHEUNG, G. W.; LAU, R. S. Testing mediation and suppression effects of latent variables: Bootstrapping with structural equation models. **Organizational Research Methods**, v. 11, n. 2, p. 296-325, 2008.

CHIEN, Y.; DEVANEY, S. A. The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 1, p. 162-179, 2001.

CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. da. Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. In: XII Seminários em Administração. **Anais...** São Paulo, 2009.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS (CNDJ). **Indicador CNDL/SPC Brasil de Vendas e Inadimplência**. Disponível em: <<http://www.cndl.org.br/indicadores.php>>. Acesso em: 16 jun. 2012.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) – fevereiro 2014**. Disponível em: <[http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release\\_peic\\_fevereiro\\_2014.pdf](http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_fevereiro_2014.pdf)>. Acesso em: 01 mar. 2014.

D'ASTOUS, A. An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. **Journal of Consumer Policy**, v. 13, p. 15-31, 1990.

D'ASTOUS, A.; MALTAIS, J.; ROBERGE, C. Compulsive buying tendencies of adolescent consumers. **Advances in Consumer Research**, v. 17, p. 306-312, 1990.

DAVIES, E.; LEA, S. E. G. Student attitudes to student debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 16, n. 1, p. 663-679, 1995.

DEAVES, R.; LÜDERS, E.; LUO, G. Y. An experimental test of the impact of overconfidence and gender on trading activity. In: **Social Science Research Network**, 2004. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=497284](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=497284)>. Acesso em: 20 nov. 2013.

DELAVANDE, A.; ROHWEDDER, S.; WILLIS, R. J. **Retirement Planning and the Role of Financial Literacy and Cognition**. Michigan Retirement Research Center Working Paper 2008-190. 2008.

DIAS, C. S.; CRUZ, J. F.; FONSECA, A. M. Emoções: passado, presente e futuro. **Revista Psicologia**, v. 22, n. 2, p. 11-31, 2010.

DISNEY, R.; GATHERGOOD, J. Financial literacy and indebtedness: new evidence for UK consumers. In: **EconPapers**, 2011. Disponível em: <[http://econpapers.repec.org/paper/notnotcfc/11\\_2f05.htm](http://econpapers.repec.org/paper/notnotcfc/11_2f05.htm)> Acesso em: 09 mai. 2013.

DITTMAR, H. Understanding and diagnosing compulsive buying. In: R. Coombs (Ed.), **Handbook of addictive disorders: a practical guide to diagnosis and treatment**. New York: Wiley, 2004.

DITTMAR, H. A new look at “Compulsive Buying”: self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. **Journal of Social and Clinical Psychology**, v. 24, n. 6, p. 832-859, 2005.

DITTMAR, H.; LONG, K.; BOND, R. When a better self is only a button click away: associations between materialistic values, emotional and identity – related buying motives, and compulsive buying tendency online. **Journal of Social and Clinical Psychology**, v. 26, n. 3, p. 334-361, 2007.

DURKIN, A. T. Credit cards: use and consumer attitudes. **Federal Reserve Bulletin**, v. 86, n. 9, p.623-634, 2000.

EDWARDS, E. A. Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. **Financial Counseling and Planning**, v.4, n. 1, p. 67-84, 1993.

FABER, R. J.; O’GUINN, T. C. A clinical screener for compulsive buying. **Journal of Consumer Research**, v. 19, p. 459-469, 1992.

FABER, R. J.; CHRISTENSON, G. A. In the mood to buy: differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. **Psychology & Marketing**, v. 13, n. 8, p. 803-819, 1996.

FERREIRA. R. **Como planejar, organizar e controlar seu dinheiro**. São Paulo: Thomson IOB, 2006.

FERREIRA, V. R. M. **Psicologia econômica: como o comportamento econômico influencia nas nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FLORES, S. A. M. **Modelagem de equações estruturais aplicada à propensão ao endividamento: uma análise de fatores comportamentais**. 192 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Maria, 2012.

FOURNIER, S. RICHINS, M. Some theoretical and popular notions concerning materialism. **Journal of Social Behavior and Personality**, v. 6, n. 6, p. 403-414, 1991.

FURNHAM, A. "Many sides of the coin: the psychology of money usage". **Personality and Individual Difference**, v. 5, n. 5, p. 501-509, 1984.

FURNHAM, A.; WILSON, E.; TELFORD, K. The meaning of money: the validation of a short money-types measure. **Personality and Individual Differences**, v. 52, n. 6, p. 707-711, 2012.

GARÐARSDÓTTIR, R. B.; 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. 6, p. 471-481, 2012.

GARVER, N. S., MENTZER, J. T. Logistics research methods: employing structural equation modeling to test for construct validity. **Journal of Business Logistics**, v. 20, n. 1, p. 33-57, 1999.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODWIN, D. D. Household debt quintiles: explaining changes 1983-1989. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 32, n. 2, p. 369-393, 1998.

GRABLE, J. E.; JOO, S. H. Student racial differences in credit card debt and financial behaviors and stress. **College Student Journal**, v. 40, n. 2, p. 400-408, 2006.

GUERRA, D.; PEÑALOZA, V. Compra compulsiva: uma abordagem multidisciplinar com estudantes universitários. In: 12º Seminário de Administração. **Anais...** São Paulo, SemeAd, 2009.

GUTTER, M.; COPUR, Z. Financial behaviors and financial well-being of college students: evidence from a national survey. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 32, n. 4, p. 699-714, 2011.

HAIR, J. R.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HALFELD, M.; TORRES, F. F. L. Finanças comportamentais: aplicações no contexto brasileiro. **Revista de Administração de Empresas**, v. 41, n. 2, p. 64-71, 2001.

HANCOCK, A.; JORGENSEN, B.; SWANSON, M. College students and credit card use: the role of parents, work experience, financial knowledge, and credit card attitudes. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 34, n. 4, p. 369-381, 2013.

HAYHOE, C. R.; WILHELM, M. S. Modeling perceived economic well-being in a family setting: a gender perspective. **Financial Counseling and Planning**, v. 9, n. 1, p. 21-34, 1998.

HILGERT, M. A.; HOGARTH, J. M.; BEVERLY, S. G. Household financial management: the connection between knowledge and behavior. **Federal Reserve Bulletin**, p. 309-322, 2003.

HOGARTH, J. Financial literacy and family and consumer sciences. **Journal of Family and Consumer Sciences**, v. 94, p. 14-28, 2002.

HOOPER, D; COUGHLAN, J; MULLEN, M. Structural equation modeling: guidelines for determining model fit. **The Electronic Journal of Business Research Methods**, v. 6, n. 1, p. 53-60, 2008.

HOYLE, R. H. The structural equation modeling approach: basic concepts and fundamental issues. In: **Structural equation modeling: concepts, issues and applications**. California: Sage publications, 1995.

HUSTON, S. J. Measuring financial literacy. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 2, p. 296-316, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidades**. Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1> > Acesso em: 16 jun. 2012.

JOJI, A. N.; RAVEENDRAN, P. T. **Compulsive buying behavior in Indian consumers and its impact on credit default - an emerging paradigm**, 2008. Disponível em: <<http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/2259/329/1/545-562.pdf>>. Acesso em: 03 jan. 2013.

JONES, J. E. College students' knowledge and use of credit. **Financial Counseling and Planning**, v. 16, n. 2, p. 09-16, 2005.

JOO, S. Personal financial wellness. In J. J. Xiao (Ed.), **Handbook of consumer finance research** (pp. 21-34). New York: Springer, 2008.

JOO, S. H.; GRABLE, J. E.; BAGWELL, D. C. Credit attitudes and behaviors of college students. **College Student Journal**, v. 37, n. 3, p. 405-419, 2003.

JORGENSEN, B. L.; SAVLA, J. Financial Literacy of Young Adults: The Importance of Parental Socialization. **Family Relations**, v. 59, n. 4, p. 465-478, 2010.

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. Prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, p. 263-292, 1979.

KARABATI S. A.; CEMALCILAR, Z. Values, materialism, and well-being: a study with Turkish university students. **Journal of Economic Psychology**, v. 31. n. 4, p. 624-633, 2010.

KEESE, M. Who feels constrained by high debt burdens? – subjective vs. objective measures of household indebtedness. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <<http://papers.ssrn.com/sol3/results.cfm?npage=2&>>. Acesso em: 25 mai. 2013.

KEESE, M.; SCHMITZ, H. Broke, ill and obese: the effect of household debt on health. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <<http://papers.ssrn.com/sol3/results.cfm?npage=2&>>. Acesso em: 30 mai. 2013.

KILBOURNE, W.; GRÜNHAGEN, M.; FOLEY, J. A cross-cultural examination of the relationship between materialism and individual values. **Journal of Economic Psychology**, v. 26, n. 5, p. 624-641, 2005.

KIM, H.; DEVANEY, S. A. **The determinants of outstanding balances among credit card revolvers**, 2001. Association for Financial Counseling and Planning Education. Disponível em: <<http://www.afcpe.org/assets/pdf/vol1216.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2012.

KIM, J.; GARMAN, E. T.; SORHAINDO, B. Relationships among credit counseling clients' financial well-being, financial behaviors, financial stressor events and health. **Journal of Financial Counseling and Planning**, v. 14, n. 2, p. 75-87, 2003.

KIMURA, H. Aspectos comportamentais associados às reações do mercado de capitais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 2, n. 1, p. 1-14, 2003.

KLINE, R. B. **Principles and practice of structural equation modeling**. New York: The Guilford Press, 1998.

KORAM, L. M.; FABER, R. J.; ABOUJAOUDE, E.; LARGE, M. D.; SERPE, R. T. Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. **The American Journal of Psychiatry**, v. 163, n. 10, p. 1806-1812, 2006.

KOUFTEROS, X. A. Testing a model of pull production: a diagram for manufacturing research using structural equation modeling. **Journal of Operations Management**, v. 17, n. 4, p. 467-488, 1999.

KUKAR-KINNEY, M.; RIDGWAY, N, M.; MONROE, K. B. The role of price in the behavior and purchase decisions of compulsive buyers. **Journal of Retailing**, v. 88, n. 1, p. 63-71, 2012.

KYRIUS, M.; MCQUEEN, P.; MOULDING, R. Experimental analysis of the relationship between depressed mood and compulsive buying. **Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry**, v. 44, n. 1, p. 194-200, 2013.

LANDIS, R. S.; BEAL, D. J.; TESLUK, P. E. A comparison of approaches to forming composite measures in Structural Equation Models. **Organizational Research Methods**, v. 3, n. 2, p. 186-207, 2000.

LEA, S. E. G.; WEBLEY, P.; LEVINE, R. M. The economic psychology of consumer debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 14, n. 1, p. 85-119, 1993.

LEA, S. E. G.; WEBLEY, P.; WALKER, C. M. Psychological factors in consumer debt: money management, economic socialization, and credit use. **Journal of Economic Psychology**, v. 16, n. 4, p. 681-701, 1995.

LEE, J.; KWON, K. N. Consumers' use of credit cards: store credit card usage as an alternative payment and financing medium. **Journal of Consumer Affairs**, v. 36, n. 2, p. 239-262, 2002.

LEITE, P. L.; RANGÉ, B. P.; RIBAS, R. C. Jr.; FILOMENSKY, T. Z.; OLIVEIRA E SILVA, A. C. Tradução e adaptação semântica da Compulsive Buying Scale para o português brasileiro. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 60, n. 3, p. 176-181, 2011.

LEJOYEUX, M.; WEINSTEIN, A. Compulsive buying. **The American Journal of Drug and Alcohol Abuse**, v. 36, n. 2, p. 248-253, 2010.

LEWIS, M. The emergence of human emotions. In M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Eds.) **Handbook of emotions**, 2. ed. p. 265-280. New York: The Guilford Press, 2004.

LIE, C.; HUNT, M.; PETERS, H. L.; VELIU, B.; HARPER, D. The 'negative' credit card effect: credit cards as spending-limiting stimuli in New Zealand. **The Psychological Record**, v. 60, n. 3, p. 339-412, 2010.

LIMA, M. V. Um estudo sobre finanças comportamentais. **Revista de Administração de Empresas**, v. 2, n. 1, p. 1-19, 2003.

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

LOWN, J. M.; JU, I. S. A model of credit use and financial satisfaction. **Financial Counseling and Planning**, v. 3, n. 1, p. 105-123, 1992.

LUSARDI, A.; MITCHELL, O. S. Financial literacy and retirement planning: new evidence from the rand American life panel. In: **Social Science Research Network**, 2007. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1095869](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1095869)>. Acesso: 20 nov. 2013.

LUSARDI, A.; MITCHELL, O. S.; CURTO, V. Financial Literacy among the Young. **The journal of consumer affairs**, v. 44, n. 2, p. 358-380, 2010.

LUSARDI, A.; TUFANO, P. Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. In: **National Bureau of Economic Research**, Cambridge, 2009. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w14808.pdf>>. Acesso em: 23 jun. 2013.

LYONS, A. C. A profile of financially at-risk college students. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 38, n. 1, p. 56-80, 2004.

LYONS, A. C. Credit practices and financial education needs of Midwest college students. In: **Social Science Research Network**, 2007. Disponível em: <<http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=6915>>. Acesso em: 26 set. 2013.

LYONS, A.; RACHLIS, M.; SCHERPF, E. What's in a Score? Differences in consumers' credit knowledge using ols and quantile regressions, 2007. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=985650](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=985650)>. Acesso em: 20 jan. de 2014.

MACEDO, J. S. **Teoria do Prospecto: uma investigação utilizando simulação de investimentos**. 218f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, 2003.

MACEDO, JR. J. S.; KOLINSKI, R.; DE MORAIS, J. C. J. **Finanças comportamentais: como o desejo, o poder, o dinheiro e as pessoas influenciam nossas decisões**. São Paulo: Atlas, 2011.

MACGEE, J. The rise in consumer credit and bankruptcy: cause for concern? In: **Social Science Research Network**, 2012. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2046574](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2046574)>. Acesso em: 17 jun. 2013.

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

MALONE, K.; STEWART, S. D.; WILSON, J.; KORSCHING, P. F. Perceptions of financial well-being among American women in diverse families. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 31, n. 1. p. 63-81, 2010.

MANDELL, L. **The impact of financial education in high school and college on financial literacy and subsequent financial decision making**. In: American Economic Association Meetings, 2009.

MATTA, R. C. B. **Oferta e demanda de informação financeira pessoal: o Programa de Educação Financeira do Banco Central do Brasil e os universitários do Distrito Federal**. 2007. 214 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MENDES-DA-SILVA, W. M.; NAKAMURA, W. T.; DE MORAES, D. C. Credit card risk behavior on college campuses: evidence from Brazil. **Brazilian Administration Review**, v. 9, n. 3, p. 351-373, 2012.

MICK, D. G. Are studies of dark side variables confounded by socially desirable responding? The case of materialism. **Journal of Consumer Research**, v. 23, n. 1, p. 106-119, 1996.

MOORE, D. Survey of financial literacy in Washington State: knowledge, behavior, attitudes, and experiences. **Social and Economic Sciences Research Center**, 2003. Disponível em: <<https://www.sesrc.wsu.edu/sesrcsite/papers/files/dfi-techreport-FINAL2-16-04.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

MONTEIRO, D. L. C.; PEÑALOZA, V.; PINHEIRO, L. V. S. A relação existente entre a atitude ao dinheiro e a orientação motivacional para o trabalho. In: 35º Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2011.

MOSCA, A. **Finanças comportamentais:** gerencie suas emoções e alcance sucesso nos investimentos. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2009.

MOURA, A. G. **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.** 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

MOREIRA, A. S. **Valores e dinheiros:** um estudo transcultural das relações entre prioridades de valores e significado do dinheiro para indivíduos. 228f. Tese (Doutorado em Psicologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2000.

MOREIRA, A. S. 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.

MULLER, A.; CLAES, L.; MITCHELL, J. E.; FABER, R. J.; FISCHER, J.; ZWAAN, M. Does compulsive buying differ between male and female students? **Personality and Individual Differences**, v. 50, n. 8, p. 1309-1312, 2011.

NELSON, M. C.; LUST, K., STORY, M., EHLINGER, E. Credit card debt, stress and key health risk behaviors among college students. **American Journal of Health Promotion**, v. 22, n. 6, p. 400-407, 2008.

NORUM, P. S. The role of time preference and credit card usage in compulsive buying behavior. **International Journal of Consumer Studies**, v. 32, n. 3, p. 269-275, 2008.

NORVILITS, J. M.; MACLEAN, M. G. The role of parents in college students' financial behaviors and attitudes. **Journal of Economic Psychology**, v. 31, n. 1, p. 55-63, 2010.

NORVILITIS, J. M.; et al. Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college students. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 36, n. 6, p. 1395-1413, 2006.

NORVILITIS, J. M.; MENDES-DA-SILVA, W. Attitudes toward credit and finances among college students in Brazil and the United States. **Journal of Business Theory and Practice**, v. 1, n. 1, p. 132-151, 2013.

NORVILITIS, J. M.; SZABLICKI, P. B.; WILSON, S. D. Factors influencing levels of credit card debt in college students. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 33, n. 5, p. 935-947, 2003.

NUNESMAIA, A. L.S.; ALBUQUERQUE, F. M. F.; MALDONADO, M. C.; SODRÉ, M. C.; PEREIRA, R. C. F. Uso do cartão de crédito como regulador do estilo de vida na perspectiva dos consumidores endividados. In: 32º Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2008.

ODEAN, T. Are investors reluctant to realize their losses? **The Journal of Finance**, v. 8, n. 5, p. 1775-1798, 1998.

O'GUINN, T. C.; FABER, R. J. Compulsive buying: a phenomenological exploration. **Journal of Consumer Research**, v. 16, n. 2, p. 147-157, 1989.

O'NEILL, B.; SORHAINDO, B.; XIAO, J. J.; GARMAN, E. T. Financially distressed consumers: their financial practices, financial well-being, and health. **Financial Counseling and Planning**, v. 16, n. 1, p. 73-87, 2005.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT. Assessment and Analytical Framework: Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial Literacy, **OECD Publishing**. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/9789264190511-en>>. Acesso em: 20 out. 2013.

PARK, H. J.; BURNS, L. D. Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying. **Journal of Consumer Marketing**, v. 22, n. 3, p. 135-141, 2005.

PARKINSON, B. Emotions in direct and remote social interaction: Getting through the spaces between us. **Computers in Human Behavior**, v. 24, n. 4, p. 1510-1529, 2008.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. Lisboa: Silabo, 2003.

PHAN, T. H.; YAP, K.; DOWLING, N. A. The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 3, p. 461-470, 2012.

PHAU, I.; WOO, C. Understanding compulsive buying tendencies among young Australians: the roles of money attitude and credit card usage. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 26, n. 5, p. 441-458, 2008.

PINTO, M. B.; MANSFIELD, P. M. financially at-risk college students: an exploratory investigation of student loan debt and prioritization of debt repayment. **Journal of Student Financial Aid**, v. 36, n. 2, p. 22-32, 2006.

PIROG, S. F.; ROBERTS, J. A. Personality and credit card misuse among college students: the mediating role of impulsiveness. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 15, n. 1, p. 65-77, 2007.

PLAGNOL, A. C. Financial satisfaction over the life course: the influence of assets and liabilities. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, n. 1, p. 45-64, 2011.

PONCHIO, M. C. **The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of São Paulo**. 175 f. Tese (Doutorado em Administração) - Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2006.

PONCHIO, M. C.; ARANHA, F. Necessidades, vontades e desejos: a influência do materialismo sobre a dívida de consumo dos paulistanos de baixa renda. In: 32° Encontro Nacional de Programas de Pós-Graduação em Administração. **Anais...** Rio de Janeiro: ENANPAD, 2007.

POMPIAN, M. **Behavioral finance and wealth management: how to build optimal portfolios that account for investor biases**. John Wiley & Sons Inc., 2006.

PRAWITZ, A. D.; et al. In: Charge financial distress/financial well-being scale: development, administration, and score interpretation. **Financial Counseling and Planning**, v. 17, n. 1, p. 34-50, 2006.

QUELCH, J. A.; JOCZ, K. E. **Greater good: how good marketing makes for a better world**. Harvard Business Press, Boston, MA, 2007.

REMUND, D. L. Financial literacy explicated: the case for a clearer definition in an increasingly complex economy. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 44, n. 2, p. 276-295, 2010.

RICHINS, M. L. The material values scale: a re-inquiry into its measurement properties and the development of a short form. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 4, p. 209-219, 2004.

RICHINS, M. L.; Materialism, transformation expectations, and spending: implications for credit use. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 2, p. 141-156, 2011.

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

RIDGWAY, N. M.; KUKAR-KINNEY, M.; MONROE, K. B. An expanded conceptualization and new measure of compulsive buying. **Journal of Consumer Research**, v. 35, n. 4, p. 622-639, 2008.

ROAZZI, A.; DIAS, M. G. B. B.; SILVA, J. A.; SANTOS, L. B.; ROAZZI, M. M. O que é emoção? Em busca da organização estrutural do conceito de emoção em crianças. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 24, n. 1, p. 51-61, 2011.

ROBB, C. A. **College students and credit card use: the effect of personal financial knowledge on debt behavior**. 160 p. Dissertation (Doctorate of Philosophy). University of Missouri, Columbia, 2007.

\_\_\_\_\_. Financial knowledge and credit card behavior of college students. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 32, n. 4, p. 690-698, 2011.

ROBB, C. A.; PINTO, M. B. College students and credit card use: an analysis of financially at-risk students. **College Student Journal**, v. 44, n. 4, p. 823-835, 2010.

ROBB, C. A.; SHARPE, D. L. Effect of personal financial knowledge on college students' credit card behavior. **Journal of Financial Counseling and Planning**, v. 20, n. 1, p. 26-43, 2009.

ROBB, C. A.; WOODYARD, A. S. Financial knowledge and best practice behavior. **Journal of Financial Counseling and Planning**, v. 22, n. 1, p. 60-70, 2011.

ROBERTS, J. Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. **Journal of Consumer Affairs**, v. 32, n. 2, p. 295-308, 1998.

ROBERTS, J. A.; JONES, E. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 35, n. 2, p. 213-240, 2001.

ROBERTS, J. A.; MANOLIS, C.; TANNER JR., J. F. J. Family structure, materialism, and compulsive buying: a reinquiry and extension. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 31, n. 3, p. 300-311, 2003.

ROCHA, P. G. A. J. S. **O consumidor e o cartão de crédito: valores esperado e real da fatura e intenção de reutilizar esse meio de pagamento.** 105 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2007.

ROGERS, P.; SECURATO, J. R.; RIBEIRO, K. C. S.; ARAÚJO, R. Finanças comportamentais no Brasil: um estudo comparativo. In: 7º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. **Anais...** São Paulo, 2007.

ROKEACH, M. **The nature of human values.** New York: Free Press, 1973.

ROOIJ, M. C. J. V.; LUSARDI, A.; ALESSIE, R. J. M. Financial literacy and retirement planning in the Netherlands. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, n. 4, p. 593-608, 2011.

ROSE, P. Mediators of the association between narcissism and compulsive buying: the roles of materialism and impulse control. **Psychology of Addictive Behaviors**, v. 21, n. 4, p. 576-581, 2007.

RUTHERFORD, L. G.; FOX, W. S. Financial wellness of young adults age 18–30. **Family & Consumer Sciences Research Journal**, v. 38, n. 4, p. 468-484, 2010.

SABRI, M. F. F. **Pathways to financial success: determinants of financial literacy and financial well-being among young adults.** 120 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Iowa State University, 2011.

SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. H. A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 1, p. 169-203, 2011.

SCHMEISER, M. D.; SELIGMAN, J. S. Using the Right Yardstick: Assessing Financial Literacy Measures by Way of Financial Well-Being. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 47, n. 2, p. 243-262, 2013.

SCHUMACKER, R. E., LOMAX, R. G. **A beginner's guide to structural equation modeling.** New Jersey, Lawrence Erlbaum, 1996.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of human values: theoretical advances. **Advances in experimental social psychology**, v. 25, p 1-65, 1992.

SCOTT, R. H. Credit card use and abuse: a veblenian analysis. **Journal of Economic Issues**, v. 41, n. 2, p. 567-574, 2007.

SERASA EXPERIAN. **Inadimplência do consumidor, 2012**. Disponível em: <[http://www.serasaexperian.com.br/release/indicadores/inadimplencia\\_consumidor.htm](http://www.serasaexperian.com.br/release/indicadores/inadimplencia_consumidor.htm)>. Acesso em: 15 jun. 2012.

SEVIM, N.; TEMIZEL, F.; SAYILIR, O. The effects of financial literacy on the borrowing behavior of Turkish financial consumers. **International Journal of Consumer Studies**, v. 36, n. 5, p. 573-579, 2012.

SHEFRIN, H.; NICOLS, C. M. Credit card behavior, financial styles, and heuristics. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 8, p. 1679-1687, 2014.

SHEFRIN, H.; STATMAN, M. The disposition in sell winners too early and ride losers too long: theory and evidence. **The Journal of Finance**, v. 40, n. 3, p. 777-790, 1985.

SHIM, S.; BARBER, B.; CARD, N.; XIAO, J.; SERIDO, J. Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. **Journal of Youth and Adolescence**, v. 39, n. 12, p. 1457-1470, 2010.

SHIM, S.; XIAO, J. J.; BARBER, B. L.; LYONS, A. C. Pathways to life success: a conceptual model of financial well-being for young adults. **Journal of Applied Developmental Psychology**, v. 30, n. 6, p. 708-723, 2009.

SHIM, S.; SERIDO, J.; TANG, C. The ant and the grasshopper revisited: the present psychological benefits of saving and future oriented financial behaviors. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 1, p. 155-165, 2012.

SHOCKEY, S. S. **Low-wealth adults financial literacy**. Money management behavior and associates factors, including critical thinking. Tese, Universidade de Utah, Estados Unidos, 2002.

SIMON, H. A. **Administrative behavior: a study of decision-making processes in administrative organizations**. 4. ed. Simon & Schuster Inc, 1997.

SILVA, P. R. **Psicologia do risco de crédito**: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de *credit scoring*. 244f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, 2011.

SILVA, R. F. M.; LAGIOIA, U. C. T.; MACIEL, C. V.; RODRIGUYES, R. N. Finanças comportamentais: um estudo comparativo utilizando a teoria dos prospectos com os alunos de graduação do curso de ciências contábeis. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 11, n. 33, p. 383-403, 2009.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC). **Pesquisa de Inadimplência**. Disponível em: <<http://www.acsp.com.br/indicadores/indicadores.html>>. Acesso em: 25 mai. 2012.

SOHN, S. H.; JOO, S. H.; GRABLE, J. E.; LEE, S.; KIM, M. Adolescents' financial literacy: the role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth. **Journal of Adolescence**, v. 35, n. 4, p. 969-980, 2012.

SOTIROPOULOS, V.; DASTOUS, 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. V. Indicators of personal financial debt using a multi-disciplinary behavioral model. **Journal of Economic Psychology**, v. 27, n. 4, p. 543-556, 2006.

SUMARWAN, U. **A managerial system approach to factors influencing satisfaction with households' financial status**. 123 f. Dissertação (Mestrado em Ciências). Universidade Estadual de Iowa, 1990.

TAN, A. K. G.; YEN, S.; LOKE, Y. J. Credit card holders, convenience users and revolvers: a tobit model with binary selection and ordinal treatment. **Journal of Applied Economics**, v. 14, n. 2, p. 225-255, 2011.

TANEJA, R. M. Money attitude – an abridgement. **Journal of Arts, Science & Commerce**, v. 3, n. 3, p. 1-5, 2012.

TANG, T. L. P. Money, the meaning of money, management, spirituality and religion. **Journal of Management, Spirituality & Religion**, v. 7, n. 2, p. 173-189, 2010.

TATZEL, M. The art of buying: coming to terms with money and materialism. **Journal of Happiness Studies**; v. 4, n. 4, p. 405-435, 2003.

TEOH, W. M. Y.; CHONG, S. C.; YONG, S. M. Exploring the factors influencing credit card spending behavior. among Malaysians. **International Journal of Bank Marketing**, v. 31, n. 6, p. 481-500, 2013.

THALER, R. Toward a positive theory of consumer choice. **Journal of Economic Behavior and Organization**, n. 1, p. 39-80, 1980.

TOKUNAGA, H. The use and abuse of consumer credit: application of psychological theory and research. **Journal of Economic Psychology**, v. 14, p. 285-316, 1993.

TORRALVO, C. F. **Finanças comportamentais: uma aplicação da teoria do prospecto em alunos brasileiros de pós-graduação**. 131f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, 2010.

TRINDADE, L. L. **Determinantes da propensão ao endividamento: um estudo nas mulheres da Mesorregião Centro Ocidental Rio-Grandense**. 101 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. The framing of decisions and the psychology of choice. **Science**, v. 211, n. 4481, p. 453-458, 1981.

\_\_\_\_\_. Rational choice and the framing of decisions. **The Journal of Business**, v. 59, n. 4, p. 251-278, 1986.

VALENCE, G.; D'ASTOUS, A.; FORTIER, L. Compulsive buying: concept and measurement. **Journal of Consumer Policy**, v. 11, p. 419-433, 1988.

VELUDO-DE-OLIVEIRA, T. M.; IKEDA, A. A.; SANTOS, R. C. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. **Revista de Administração de Empresas**, v. 44, n. 3, p. 89-99, 2004.

VITT, L. A.; SIEGENTHALER, J. A.; ANDERSON, C.; LYTER, D. M.; KENT, J.; WARD, J. Personal finance and the rush to competence: financial literacy education in the U.S. **Institute for Socio-Financial Studies**, 2000. Disponível em: <<http://www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf>>. Acesso em: 04 fev. 2013.

WANG, J.; XIAO, J. J. Buying behavior, social support and credit card indebtedness of college students. **International Journal of Consumer Studies**, v. 33, n. 1, p. 2-10, 2009.

WANG, L. B.; WEI LU, A.; MALHOTRA, N.; K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, n. 1, p. 179-193, 2011.

WARWICK, J.; MANSFIELD, P. Credit card consumers: college students' knowledge and attitude. **Journal of Consumer Marketing**, v. 17, n. 7, p. 617-626, 2000.

WATSON, J. J. The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 24, n. 6, 723-739, 2003.

WERNIMONT, P. F.; FITZPATRICK, S. The meaning of money. **Journal of Applied Psychology**, v. 56, n. 3, p. 218-226, 1972.

WORTHY, S. L.; 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.

XIAO, J. J.; SORHAINDO, B.; GARMAN, E. T. Financial behaviors of consumers in credit counseling. **International Journal of Consumer Studies**, v. 30, n. 2, p. 108-121, 2006.

XIAO, J. J.; TANG, C.; SERIDO, J.; SHIM, S. Antecedents and consequences of risky credit behavior among college students: application and extension of the theory of planned behavior. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 2, p. 239-258, 2011.

YAMAUCHI, K. T.; TEMPLER, D. I. The development of a money attitude scale. **Journal of Personality Assessment**, v. 46, n. 5, p. 522-528, 1982.

ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para a população de baixa renda**. 57 f. (Mestrado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

ZHANG, L. An exchange theory of money and self-esteem in decision making. **Review of General Psychology**, v. 13, n. 1, p. 66-76, 2009.

ZINKHAN, G. M.; KIRAN W. K. Cultural and gender differences in risk-taking behavior among American and Spanish decision makers. **The Journal of Social Psychology**, v. 131, n. 5, p. 741-742, 1991.

## **APÊNDICES**



## Apêndice 1 – Termo de Confidencialidade



**Termo de Confidencialidade**  
 Universidade Federal de Santa Maria  
 Centro de Ciências Sociais e Humanas  
 Programa de Pós Graduação em Administração

**Título do projeto:** Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores.

**Pesquisadores responsáveis:** Kelmara Mendes Vieira e Franciele Inês Reis Kunkel

**Instituição/Departamento:** UFSM – Centro de Ciências Sociais e Humanas

**Telefone para contato:** (55) 3220-9258

**Local da coleta de dados:** Santa Maria (RS)

Os pesquisadores do presente projeto se comprometem a preservar a privacidade dos respondentes cujos dados serão coletados através de um questionário estruturado aplicado em diferentes cidades do estado do Rio Grande do Sul. Concordam, igualmente, que estas informações serão utilizadas única e exclusivamente para execução do presente projeto. As informações somente poderão ser divulgadas de forma anônima e serão mantidas no Programa de Pós Graduação em Administração (PPGA), situado na Av. Roraima nº. 1000, Prédio 74 C, sala 4303 – Cidade Universitária, UFSM. As informações serão armazenadas por um período de 5 anos sob a responsabilidade da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Kelmara Mendes Vieira. Após este período, os dados serão destruídos. Este projeto de pesquisa foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFSM em ...../...../....., com o número do CAAE .....

Santa Maria, \_\_\_\_ de .....de 2013.

.....  
 Prof<sup>a</sup> Kelmara Mendes Vieira

## Apêndice 2 – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

**Termo de Consentimento Livre e Esclarecido**

Universidade Federal de Santa Maria  
 Centro de Ciências Sociais e Humanas  
 Programa de Pós Graduação em Administração

**Título do projeto:** Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores.

**Pesquisadores responsáveis:** Kelmara Mendes Vieira e Franciele Inês Reis Kunkel

**Instituição/Departamento:** UFSM – Centro de Ciências Sociais e Humanas

**Telefone para contato:** (55) 3220-9258

**Local da coleta de dados:** Santa Maria (RS)

Prezado(a) Senhor(a):

Você está sendo convidado(a) a responder às perguntas deste questionário de forma totalmente voluntária. Antes de concordar em participar desta pesquisa e responder este questionário, é muito importante que você compreenda as informações e instruções contidas neste documento. Os pesquisadores deverão responder todas as suas dúvidas antes que você decida participar. Você tem o direito de desistir de participar da pesquisa a qualquer momento, sem nenhuma penalidade.

O objetivo do estudo consiste em propor e validar um modelo para avaliação do endividamento com cartão de crédito, através da análise de fatores comportamentais e aspectos demográficos e culturais. Como contribuição e relevância, esta pesquisa trará maior conhecimento sobre o tema abordado, permitindo compreender os principais aspectos que levam os indivíduos a endividarem-se no cartão de crédito. Com estas informações, será possível definir um perfil dos endividados e desenvolver ações que possam contribuir para uma melhor gestão financeira pessoal.

É importante ressaltar que o preenchimento desse questionário não representará qualquer risco de ordem física ou psicológica. Além disso, as informações fornecidas terão sua privacidade garantida pelos pesquisadores responsáveis. Os sujeitos da pesquisa não serão identificados em nenhum momento, mesmo quando os resultados forem divulgados.

Ciente e de acordo com o que foi anteriormente exposto, eu \_\_\_\_\_, estou concordo em participar desta pesquisa, assinando este consentimento em duas vias, ficando com a posse de uma delas. Santa Maria \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de 2013.

\_\_\_\_\_  
 Assinatura

\_\_\_\_\_  
 Pesquisador responsável

Se você tiver alguma consideração ou dúvida sobre a ética da pesquisa, entre em contato: Comitê de Ética em Pesquisa – UFSM - Cidade Universitária - Bairro Camobi, Av. Roraima, nº1000 - CEP: 97.105.900 Santa Maria – RS. Telefone: (55) 3220-9362 – Fax: (55)3220-8009. Email: comiteeticapesquisa@smail.ufsm.br. Web: [www.ufsm.br/cep](http://www.ufsm.br/cep)

## Apêndice 3 – Instrumento de coleta de dados



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

Município:	Entrevistador:	Número:
------------	----------------	---------

1. Você possui cartões de crédito?    1.1 ( ) Não                    1.2 ( ) Sim. Quantos \_\_\_\_\_.
2. Do total de cartões de crédito que você possui, quantos estão sendo utilizados no momento? \_\_\_\_\_.
3. Se a taxa de juros do cartão de crédito for muito elevada, você continua utilizando o cartão da mesma forma do que se a taxa for menor?                    3.1 ( ) Sim                    3.2 ( ) Não
4. Qual a taxa de juros mensal do cartão de crédito que você utiliza com maior frequência? \_\_\_\_\_%.
- 4.1 ( ) Não sei
5. Qual o percentual de sua renda mensal é gasto com o pagamento do(s) seu(s) cartão(ões) de crédito? \_\_\_\_\_%.
6. Qual o valor aproximado de seu gasto mensal em todos os cartões de crédito? R\$ \_\_\_\_\_.
7. Qual o valor aproximado de sua dívida atual no cartão de crédito, devido ao não pagamento da fatura integral?  
R\$ \_\_\_\_\_.
8. Quanto você possui de limite no(s) seu(s) cartão(ões) de crédito? R\$ \_\_\_\_\_.
9. Renda mensal líquida aproximada: R\$ \_\_\_\_\_.

**10. Como você usa seu(s) cartão(ões) de crédito? Distribua os seus gastos entre as opções abaixo.**

Gastos	Percentual	Gastos	Percentual
Alimentos		Roupas e outros itens pessoais	
Pagamento com contas regulares		Viagens (passagens aéreas, hotel)	
Presentes		Entretenimento (cinemas, boates)	
Gastos em restaurante		Outros	
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

Marque com um “X” conforme seu comportamento e modo de pensar, de acordo com a escala ao lado:	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
11. Meu(s) cartão(ões) de crédito geralmente está(ão) no limite máximo de crédito.					
12. Frequentemente utilizo o crédito disponível em um cartão de crédito para pagar outro cartão de crédito.					
13. Gasto mais quando uso cartão de crédito.					
14. Preocupo-me com o pagamento das minhas dívidas do cartão de crédito.					
15. Frequentemente pago o mínimo possível da minha dívida do cartão de crédito.					
16. Pouco me preocupo com o preço dos produtos quando uso cartão de crédito.					
17. Sou mais impulsivo nas compras quando uso cartão de crédito.					

continua

<b>Marque com um “X” conforme seu comportamento e modo de pensar, de acordo com a escala ao lado:</b>	<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>
18. Sempre pago o(s) meu(s) cartão(ões) de crédito na data de vencimento para evitar a cobrança de juros.					
19. Raramente ultrapasso o limite disponível em meu(s) cartão(ões) de crédito.					
20. Raramente sou inadimplente no pagamento das minhas dívidas com cartão de crédito.					
21. Raramente utilizo o saque disponível do meu(s) cartão(ões) de crédito.					
22. Tenho muitos cartões de crédito.					
23. É importante controlar as despesas mensais.					
24. É importante estabelecer metas financeiras para o futuro.					
25. É importante poupar dinheiro mensalmente.					
26. O modo como gerencio o dinheiro hoje irá afetar meu futuro.					
27. É importante ter e seguir um plano de gastos mensal.					
28. É importante pagar o saldo integral dos cartões de crédito mensalmente.					
29. Ao comprar a prazo, é importante comparar as ofertas de crédito disponíveis.					
30. É importante passar o mês dentro do orçamento.					
31. É importante investir regularmente para atingir metas de longo prazo.					

<b>Marque com um “X” conforme o seu comportamento, de acordo com a escala ao lado:</b>	<b>Nunca</b>	<b>Quase nunca</b>	<b>Às vezes</b>	<b>Quase sempre</b>	<b>Sempre</b>
32. Preocupo-me em gerenciar da melhor forma o meu dinheiro.					
33. Anoto e controlo os meus gastos pessoais (ex.: planilha de receitas e despesas mensais).					
34. Estabeleço metas financeiras de longo prazo que influenciam na administração de minhas finanças (ex.: poupar uma quantia “X” em 1 ano).					
35. Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal.					
36. Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos.					
37. Estou satisfeita(o) com o sistema de controle de minhas finanças.					
38. Pago minhas contas sem atraso.					
39. Consigo identificar os custos que pago ao comprar um produto a crédito.					
40. Tenho utilizado cartões de crédito e cheque especial por não possuir dinheiro disponível para as despesas.					
41. Ao comprar a prazo, comparo as opções de crédito disponíveis.					
42. Comprometo mais de 10% da minha renda mensal com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro).					
43. Confiro a fatura dos cartões de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas.					
44. Poupo mensalmente.					
45. Poupo visando à compra de um produto mais caro (ex.:					

Marque com um "X" conforme o seu comportamento, de acordo com a escala ao lado:	Nunca	Quase nunca	Às vezes	Quase sempre	Sempre
carro).					
46. Possuo uma reserva financeira maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados (ex.: desemprego).					
47. Comparo preços ao fazer uma compra.					
48. Analiso minhas finanças com profundidade antes de fazer alguma grande compra.					
49. Compro por impulso.					
50. Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprá-lo à vista.					
51. Opto por parcelar o pagamento dos produtos adquiridos com cartão de crédito.					
52. Dependo do cartão de crédito para pagar despesas corriqueiras.					
53. Nos últimos 12 meses, deixei de pagar a fatura integral do cartão de crédito.					
54. Nos últimos 12 meses, paguei somente a fatura mínima exigida.					
55. Nos últimos 12 meses, recorri ao saque disponível no cartão de crédito.					
56. Nos últimos 12 meses, estourei o limite do cartão de crédito.					
57. Se sobra algum dinheiro no fim do mês, tenho que gastá-lo.					
58. Sinto que os outros poderiam ficar horrorizados se soubessem dos meus hábitos de compra.					
59. Já emiti cheques para comprar coisas mesmo sabendo que não havia dinheiro no banco para cobri-lo.					
60. Compro coisas apesar de não conseguir pagar por elas.					
61. Compro coisas para me sentir melhor comigo mesmo.					
62. Sinto-me ansioso ou nervoso nos dias que não vou às compras.					

**63. Suponha que você tenha R\$ 100,00 em uma conta poupança a uma taxa de juros de 10% ao ano. Depois de 5 anos, qual o valor que você terá na poupança?**

63.1 ( ) Mais do que R\$ 150,00    63.2 ( ) Exatamente R\$ 150,00    63.3 ( ) Menos do que R\$ 150,00    63.4 ( ) Não sei

**64. Imagine que a taxa de juros incidente sobre sua conta poupança seja de 6% ao ano e a taxa de inflação seja de 10% ao ano. Após 1 ano, o quanto você será capaz de comprar com o dinheiro dessa conta?**

64.1 ( ) Mais do que hoje    64.2 ( ) Exatamente o mesmo    64.3 ( ) Menos do que hoje    64.4 ( ) Não sei

**65. Suponha que José herde R\$ 10.000,00 hoje e Pedro herde R\$ 10.000,00 daqui a 3 anos. Devido à herança, quem ficará mais rico?**

65.1 ( ) José    65.2 ( ) Pedro    65.3 ( ) São igualmente ricos    65.4 ( ) Não sei

**66. Qual das seguintes afirmações descreve a principal função do mercado de ações?**

66.1 ( ) Permitir o encontro de pessoas que desejam vender ações com pessoas que desejam comprar ações.  
66.2 ( ) Prever ganhos de ações.    66.3 ( ) Aumentar o preço das ações.    66.4 ( ) Não sei

**67. Considerando-se um longo período de tempo (ex.: 10 anos), qual ativo, normalmente, oferece maior retorno?**

67.1 ( ) Poupança    67.2 ( ) Ações    67.3 ( ) Títulos públicos    67.4 ( ) Não sei

**68. Qual das seguintes afirmações está correta?**

- 68.1 ( ) Uma vez que se investe em um fundo de investimento, não se pode retirar o dinheiro no primeiro ano.  
 68.2 ( ) Fundos de investimento podem investir em ativos diversos, por exemplo, investir em ações e títulos.  
 68.3 ( ) Fundos de investimento pagam uma taxa de retorno garantida que depende de seu desempenho passado.  
 68.4 ( ) Nenhuma das anteriores 68.5 ( ) Não sei

**69. Normalmente, qual ativo apresenta as maiores oscilações ao longo do tempo?**

- 69.1 ( ) Poupança 69.2 ( ) Ações 69.3 ( ) Títulos públicos 69.4 ( ) Não sei

**70. Quando um investidor diversifica seu investimento entre diferentes ativos, o risco de perder dinheiro:**

- 70.1 ( ) Aumenta 70.2 ( ) Diminui 70.3 ( ) Permanece inalterado 70.4 ( ) Não sei

**71. Qual o percentual mínimo da fatura do cartão de crédito deve ser pago mensalmente?**

- 71.1 ( ) 10% 71.2 ( ) 15% 71.3 ( ) 20% 71.4 ( ) 25% 71.5 ( ) Não sei

**72. Se sua fatura do cartão de crédito é de R\$ 1.000,00 e você paga apenas R\$ 300,00, os juros são cobrados sobre os R\$ 700,00 que não foram pagos.**

- 72.1 ( ) Verdadeiro 72.2 ( ) Falso 72.3 ( ) Não sei

Marque com um "X" conforme o seu comportamento, de acordo com a escala ao lado:	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
73. Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.					
74. Gosto de gastar dinheiro com coisas caras.					
75. Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.					
76. Comprar coisas me dá muito prazer.					
77. Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.					
78. Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.					
79. Gosto de muito luxo em minha vida.					
80. Fico incomodado(a) quando não posso comprar tudo que quero.					
81. Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.					
82. Dinheiro ajuda a ser feliz.					
83. Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros.					
84. Dinheiro gera desconfiança entre as pessoas.					
85. Quero apenas o dinheiro necessário para minha sobrevivência.					
86. Dinheiro provoca angústia.					
87. O dinheiro constrói um mundo melhor.					
88. Quem tem dinheiro é valorizado socialmente.					
89. Ficarei completamente realizado quando atingir a situação que determinei pra mim.					
90. Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas.					
91. Sinto-me desconfortável com a quantia que devo.					
92. Preocupo-me constantemente com o pagamento de minhas dívidas.					
93. Sinto-me financeiramente satisfeito.					
94. Acredito que estou em uma boa situação financeira.					
95. Penso muito em minhas dívidas.					
96. Tenho tido discussões com outras pessoas (pais,					

amigos, esposo(a), outros) devido as minhas dívidas.					
97. Daqui a um ano pretendo não ter dívidas de cartão de crédito.					
98. Daqui a cinco anos pretendo não ter dívidas de cartão de crédito.					
<b>Marque com um "X" a probabilidade de você vivenciar as seguintes situações, se estivesse com problemas financeiros:</b>	<b>Muito improvável</b>	<b>Improvável</b>	<b>Incerto</b>	<b>Provável</b>	<b>Muito provável</b>
99. Sentiria-me envergonhado(a).					
100. Sentiria-me nervoso(a).					
101. Sentiria-me deprimido(a).					
102. Minha relação familiar seria prejudicada.					
103. Meu rendimento profissional/escolar seria afetado.					
104. Meu sono seria afetado.					
105. Meus hábitos alimentares seriam afetados.					

### PERFIL

1. **Gênero** 1.1 ( ) Masculino 1.2 ( ) Feminino

2. **Idade** \_\_\_\_\_ anos.

3. **Estado civil** 3.1 ( ) solteiro(a) 3.2 ( ) casado(a) 3.3 ( ) separado(a) 3.4 ( ) viúvo(a)

4. **Possui filhos?** 4.1 ( ) Não 4.2 ( ) Sim. Quantos?\_\_\_\_\_.

5. **Possui dependentes?** 5.1 ( ) Não 5.2 ( ) Sim. Quantos?\_\_\_\_\_.

**6. Grau de escolaridade:**

6.1 ( ) Ensino Fundamental 6.2 ( ) Ensino Médio 6.3 ( ) Ensino Superior  
6.4 ( ) Curso Técnico 6.5 ( ) Especialização ou MBA 6.6 ( ) Mestrado  
6.7 ( ) Doutorado 6.8 ( ) Pós-doutorado

**7. Com relação à raça, você se considera:**

7.1 ( ) Branca 7.2 ( ) Negra 7.3 ( ) Amarela ou oriental  
7.4 ( ) Parda 7.5 ( ) Indígena 7.6 ( ) Outra Qual?\_\_\_\_\_.

**8. Com relação à ascendência, você é:**

8.1 ( ) Brasileira 8.2 ( ) Alemã 8.3 ( ) Italiana 8.4 ( ) Japonesa  
8.5 ( ) Portuguesa 8.6 ( ) Não sei 8.7 ( ) Outra. Qual?\_\_\_\_\_.

**9. Ocupação:**

9.1 ( ) Funcionário (a) público(a) 9.2 ( ) Autônomo(a) 9.3 ( ) Profissional liberal  
9.4 ( ) Empregado (a) assalariado(a) 9.5 ( ) Agricultor(a) 9.6 ( ) Aposentado (a)  
9.7 ( ) Não trabalha 9.8 ( ) Outro. Qual?\_\_\_\_\_.

**MUITO OBRIGADA PELA COLABORAÇÃO!**

## Apêndice 4 – Média dos grupos com diferença no fator Comportamento financeiro

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Comportamento financeiro</b>	Gênero	Masculino	3,164
		Feminino	3,008
	Idade	Até 27 anos	3,002
		Acima de 27 anos	3,153
	Dependentes	Não possui	3,105
		Possui	2,987
	Filhos	Não possui	3,115
		Possui	2,983
	Nível de escolaridade	Ensino fundamental	2,956
		Ensino médio	2,968
		Ensino superior	3,113
Curso técnico		3,042	
Especialização ou MBA		3,162	
Mestrado		3,142	
	Doutorado	3,488	
Raça	Branca	3,138	
	Negra	2,915	
	Amarela ou oriental	2,916	
	Parda	2,945	
	Indígena	2,821	
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	3,037	
	31% a 60%	3,172	
	61% a 100%	3,157	

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 5 – Média dos grupos com diferença para o fator Atitude financeira

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Atitude financeira</b>	Idade	Até 27 anos	4,506
		Acima de 27 anos	4,631
	Filhos	Não possui	4,590
		Possui	4,520
	Nível de escolaridade	Ensino fundamental	4,363
		Ensino médio	4,508
		Ensino superior	4,611
		Curso técnico	4,461
		Especialização ou MBA	4,693
		Mestrado	4,514
		Doutorado	4,767
	Renda	Até 1 salário mínimo	4,499
		Mais de 1 até 2 salários	4,453
		Mais de 2 até 3 salários	4,670
		Mais de 3 até 5 salários	4,651
Mais de 5 até 10 salários		4,622	
Acima de 10 salários		4,567	
Conhecimento da taxa de juros	Não conhece	4,544	
	Conhece	4,629	
Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	4,605	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	4,375	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	4,481	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	4,658	
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	4,601	
	R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	4,713	
	Acima de R\$ 10.000,00	4,570	
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	4,523	
	31% a 60%	4,634	
	61% a 100%	4,607	
Valor do gasto mensal no cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	4,423	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	4,638	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	4,608	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	4,642	
	Acima de R\$ 2.500,00	4,637	

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 6 – Média dos grupos com diferença para o fator Conhecimento financeiro

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Conhecimento financeiro</b>	Gênero	Masculino	2,251
		Feminino	1,847
	Idade	Até 27 anos	1,853
		Acima de 27 anos	2,173
	Estado civil	Solteiro (a)	2,100
		Casado (a)	1,886
		Separado (a)	1,821
		Viúvo (a)	2,000
	Dependentes	Não possui	2,057
		Possui	1,917
	Filhos	Não possui	2,080
		Possui	1,874
	Nível de escolaridade	Ensino fundamental	1,553
		Ensino médio	1,959
		Ensino superior	2,171
		Curso técnico	1,972
		Especialização ou MBA	1,815
		Mestrado	2,037
	Raça	Doutorado	1,818
Branca		2,093	
Negra		1,758	
Amarela ou oriental		2,055	
Parda		1,895	
Ascendência	Indígena	2,071	
	Brasileira	1,956	
	Alemã	2,213	
	Italiana	2,108	
	Portuguesa	2,111	
	Não sei	1,803	
	Outra	2,338	

continua

## Apêndice 6 – Média dos grupos com diferença para o fator Conhecimento financeiro

			conclusão
<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Conhecimento financeiro</b>	Ocupação	Funcionário (a) público	1,989
		Autônomo (a)	1,780
		Profissional liberal	2,294
		Empregado (a) assalariado (a)	1,988
		Agricultor (a)	1,166
		Aposentado (a)	2,051
		Não trabalha	2,019
		Outro	2,194
	Renda	Até 1 salário mínimo	1,913
		Mais de 1 até 2 salários	2,027
Mais de 2 até 3 salários		1,640	
Mais de 3 até 5 salários		2,234	
Mais de 5 até 10 salários		2,116	
Número de cartões de crédito	Acima de 10 salários	2,000	
	1	1,991	
	2	2,103	
	3	2,111	
Conhecimento da taxa de juros	4 ou mais cartões	1,698	
	Não conhece	1,955	
Limite do cartão de crédito	Conhece	2,170	
	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	2,059	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,754	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	2,148	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	1,731	
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	2,262	
	R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	2,023	
Acima de R\$ 10.000,00	2,151		
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	1,905	
	31% a 60%	2,201	
	61% a 100%	2,048	
Valor do gasto mensal no cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	2,084	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,673	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	2,243	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	2,131	
	Acima de R\$ 2.500,00	1,987	

Fonte: Dados da pesquisa.

Apêndice 7 – Média dos grupos com diferença para o fator Comportamento de uso no cartão de crédito

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Comportamento de uso do cartão de crédito</b>	Idade	Até 27 anos	3,965
		Acima de 27 anos	4,196
	Dependentes	Não possui	4,118
		Possui	4,001
	Filhos	Não possui	4,119
		Possui	3,995
	Raça	Branca	4,129
		Negra	3,974
		Amarela ou oriental	3,888
		Parda	3,993
		Indígena	3,761
	Ocupação	Funcionário (a) público	4,167
		Autônomo (a)	4,1
		Profissional liberal	3,865
		Empregado (a) assalariado (a)	3,999
		Agricultor (a)	4,022
		Aposentado (a)	3,945
		Não trabalha	3,979
		Outro	4,233
	Renda	Até 1 salário mínimo	3,903
Mais de 1 até 2 salários		3,959	
Mais de 2 até 3 salários		4,152	
Mais de 3 até 5 salários		4,139	
Mais de 5 até 10 salários		4,215	
Acima de 10 salários		4,208	
Conhecimento da taxa de juros	Não conhece	4,026	
	Conhece	4,217	
Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	3,995	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	3,794	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	4,031	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	4,143	
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	4,175	
	R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	4,201	
	Acima de R\$ 10.000,00	4,193	

continua

Apêndice 7 – Média dos grupos com diferença para o fator Comportamento de uso no cartão de crédito

			conclusão
<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Comportamento de uso do cartão de crédito</b>	Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	3,997
		31% a 60%	4,214
		61% a 100%	4,191
	Valor do gasto mensal no cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	3,965
		R\$ 251,00 a R\$ 500,00	4,037
		R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	4,164
		R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	4,234
		Acima de R\$ 2.500,00	4,158

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 8 – Média dos grupos com diferença para o fator Dívida no cartão de crédito

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Dívida no cartão de crédito</b>	Gênero	Masculino	1,548
		Feminino	1,461
	Idade	Até 27 anos	1,603
		Acima de 27 anos	1,389
	Dependentes	Não possui	1,459
		Possui	1,586
	Filhos	Não possui	1,454
		Possui	1,579
	Nível de escolaridade	Ensino fundamental	1,703
		Ensino médio	1,567
		Ensino superior	1,440
		Curso técnico	1,666
		Especialização ou MBA	1,440
		Mestrado	1,382
Doutorado		1,424	
Renda	Até 1 salário mínimo	1,534	
	Mais de 1 até 2 salários	1,631	
	Mais de 2 até 3 salários	1,549	
	Mais de 3 até 5 salários	1,379	
	Mais de 5 até 10 salários	1,412	
	Acima de 10 salários	1,256	
Número de cartões de crédito	1	1,424	
	2	1,504	
	3	1,690	
	4 ou mais cartões	1,598	
Conhecimento da taxa de juros	Não conhece	1,543	
	Conhece	1,371	

continua

## Apêndice 8 – Média dos grupos com diferença para o fator Dívida no cartão de crédito

			conclusão
Fator	Variáveis	Grupos	Média
Dívida no cartão de crédito	Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	1,374
		R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,688
		R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	1,618
		R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	1,535
		R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	1,341
		R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	1,411
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito	Acima de R\$ 10.000,00	1,327
		0% a 30%	1,589
		31% a 60%	1,361
	Valor do gasto mensal no cartão de crédito	61% a 100%	1,348
		R\$ 0,00 a R\$ 250,00	1,648
		R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,527
		R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	1,353
		R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	1,394
		Acima de R\$ 2.500,00	1,286

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 9 – Média dos grupos com diferença para o fator Materialismo

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Materialismo</b>	Estado civil	Solteiro (a)	2,607
		Casado (a)	2,524
		Separado (a)	2,312
		Viúvo (a)	2,222
	Dependentes	Não possui	2,546
		Possui	2,333
	Filhos	Não possui	2,572
		Possui	2,305
	Ocupação	Funcionário (a) público	2,313
		Autônomo (a)	2,320
		Profissional liberal	2,444
		Empregado (a) assalariado (a)	2,515
		Agricultor (a)	2,466
		Aposentado (a)	2,044
		Não trabalha	2,717
		Outro	2,641
	Renda	Até 1 salário mínimo	2,483
		Mais de 1 até 2 salários	2,396
Mais de 2 até 3 salários		2,498	
Mais de 3 até 5 salários		2,604	
Mais de 5 até 10 salários		2,499	
Acima de 10 salários		2,333	
Número de cartões de crédito	1	2,470	
	2	2,438	
	3	2,541	
	4 ou mais cartões	2,653	
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	2,459	
	31% a 60%	2,552	
	61% a 100%	2,304	

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 10 – Média dos grupos com diferença para o fator Compras compulsivas

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Compras compulsivas</b>	Gênero	Masculino	1,538
		Feminino	1,712
	Idade	Até 27 anos	1,679
		Acima de 27 anos	1,601
	Estado civil	Solteiro (a)	1,698
		Casado (a)	1,525
		Separado (a)	1,764
		Viúvo (a)	1,537
	Filhos	Não possui	1,674
		Possui	1,574
	Renda	Até 1 salário mínimo	1,668
		Mais de 1 até 2 salários	1,639
		Mais de 2 até 3 salários	1,749
		Mais de 3 até 5 salários	1,644
		Mais de 5 até 10 salários	1,516
	Número de cartões de crédito	Acima de 10 salários	1,558
		1	1,612
		2	1,593
		3	1,752
4 ou mais cartões		1,827	
Conhecimento da taxa de juros	Não conhece	1,668	
	Conhece	1,574	
Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	1,478	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,723	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	1,654	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	1,732	
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	1,566	
	R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	1,513	
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	Acima de R\$ 10.000,00	1,645	
	0% a 30%	1,683	
	31% a 60%	1,569	
Valor do gasto mensal no cartão de crédito	61% a 100%	1,474	
	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	1,661	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	1,706	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	1,574	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	1,528	
	Acima de R\$ 2.500,00	1,668	

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 11 – Média dos grupos com diferença no fator Bem-estar financeiro

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Bem-estar financeiro</b>	Idade	Até 27 anos	2,640
		Acima de 27 anos	2,740
	Dependentes	Não possui	2,719
		Possui	2,602
	Filhos	Não possui	2,740
		Possui	2,578
	Raça	Branca	2,756
		Negra	2,619
		Amarela ou oriental	2,463
		Parda	2,535
		Indígena	2,465
	Ascendência	Brasileira	2,658
		Alemã	2,942
		Italiana	2,718
		Portuguesa	2,691
		Não sei	2,654
		Outra	2,611
	Renda	Até 1 salário mínimo	2,729
		Mais de 1 até 2 salários	2,545
		Mais de 2 até 3 salários	2,832
Mais de 3 até 5 salários		2,849	
Mais de 5 até 10 salários		2,754	
Acima de 10 salários		2,591	
Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	2,772	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	2,655	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	2,524	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	2,798	
	R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	2,882	
	R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	2,690	
	Acima de R\$ 10.000,00	2,536	
Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	2,672	
	31% a 60%	2,845	
	61% a 100%	2,540	
Valor do gasto mensal no cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	2,656	
	R\$ 251,00 a R\$ 500,00	2,679	
	R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	2,860	
	R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	2,683	
	Acima de R\$ 2.500,00	2,514	

Fonte: Dados da pesquisa.

## Apêndice 12 – Média dos grupos com diferença para o fator Emoções

<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Emoções</b>	Gênero	Masculino	3,228
		Feminino	3,475
	Idade	Até 27 anos	3,323
		Acima de 27 anos	3,426
	Estado civil	Solteiro (a)	3,286
		Casado (a)	3,494
		Separado (a)	3,607
		Viúvo (a)	3,877
	Dependentes	Não possui	3,329
		Possui	3,502
	Filhos	Não possui	3,308
		Possui	3,514
	Nível de escolaridade	Ensino fundamental	3,222
		Ensino médio	3,401
		Ensino superior	3,306
		Curso técnico	3,296
		Especialização ou MBA	3,590
		Mestrado	3,538
		Doutorado	3,718
	Ocupação	Funcionário (a) público	3,518
Autônomo (a)		3,474	
Profissional liberal		3,521	
Empregado (a) assalariado (a)		3,278	
Agricultor (a)		3,147	
Aposentado (a)		3,645	
Não trabalha		3,275	
Outro		3,353	
Renda	Até 1 salário mínimo	3,335	
	Mais de 1 até 2 salários	3,197	
	Mais de 2 até 3 salários	3,551	
	Mais de 3 até 5 salários	3,416	
	Mais de 5 até 10 salários	3,388	
	Acima de 10 salários	3,641	

continua

## Apêndice 12 – Média dos grupos com diferença para o fator Emoções

			conclusão
<b>Fator</b>	<b>Variáveis</b>	<b>Grupos</b>	<b>Média</b>
<b>Emoções</b>	Limite do cartão de crédito	R\$ 0,00 a R\$ 250,00	3,479
		R\$ 251,00 a R\$ 500,00	3,202
		R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00	3,217
		R\$ 1.001,00 a R\$ 2.500,00	3,472
		R\$ 2.501,00 a R\$ 5.000,00	3,452
		R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00	3,382
		Acima de R\$ 10.000,00	3,518
	Percentual da renda gasta com cartão de crédito	0% a 30%	3,325
		31% a 60%	3,399
		61% a 100%	3,549

Fonte: Dados da pesquisa.