



UNIFACS

UNIVERSIDADE SALVADOR

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

**A INFLUÊNCIA DO MATERIALISMO, EDUCAÇÃO FINANCEIRA E VALOR
ATRIBUÍDO AO DINHEIRO NA PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO DE JOVENS**

**THE INFLUENCE OF MATERIALISM, FINANCIAL EDUCATION, AND VALUE
ASSIGNED TO MONEY IN PROPENSITY FOR YOUTH INDEBTEDNESS**

**LA INFLUENCIA DEL MATERIALISMO, EDUCACIÓN FINANCIERA Y VALOR ATRIBUIDO AL
DINERO EN LA PROPENSIÓN AL ENDEUDAMIENTO DE JÓVENES**

João Marcos Minella, BEL

Universidade de Passo Fundo/Brazil

joao1minella@gmail.com

Henrique Bertosso, MSc

Universidade de Passo Fundo/Brazil

henrique.bertosso@upf.br

Jandir Pauli, PhD

Universidade de Passo Fundo/Brazil

jandir@imed.edu.br

Vitor Francisco Dalla Corte, Dr.

Universidade de Passo Fundo/Brazil

vitor.corte@imed.edu.br

RESUMO

O endividamento ainda se mostra como um tema que merece estudos e aprofundamento teórico. O objetivo deste artigo é analisar qual a relação entre materialismo, educação financeira valores atribuídos ao dinheiro na relação com o endividamento de jovens. Por meio de uma pesquisa quantitativa descritiva (técnica *survey*) foi aplicado um questionário escala Likert com 51 questões adaptadas no modelo de Flores (2012). Por meio de um levantamento foram investigados 91 jovens de 18 a 34 anos por meio das variáveis endividamento, materialismo, educação financeira e valor do dinheiro. Como resultado, constatou-se que os jovens investigados têm a percepção de que mesmo diante da complexidade que o dinheiro representa, fazer economia pessoal torna-se fundamental para aquisição de bens que satisfaçam suas necessidades básicas e que lhes proporcionem conforto, bem como afirmam que o dinheiro não proporciona formas de autoridade e poder sobre os demais. As análises estatísticas (regressões lineares múltiplas) realizadas permitem confirmar a Hipótese 1, de que a educação financeira influencia de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens; confirmam, também a hipótese 2, que estabeleceu que os valores do dinheiro influenciam de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens; já a Hipótese 3 foi rejeitada, que previa uma relação de significância positiva entre o Materialismo e a propensão ao endividamento; a Hipótese 4, que instiga que os Valores atribuídos ao dinheiro mediam totalmente a relação entre Materialismo e endividamento também foi confirmada.

Palavras-chave: Endividamento; Valores do dinheiro; Jovens.

ABSTRACT

Indebtedness still shows itself as a subject that deserves studies and theoretical deepening. The purpose of this article is to analyze the relationship between materialism, financial education, values attributed to money in relation to youth debt. Through a quantitative descriptive research (survey technique) a Likert scale questionnaire was applied with 51 questions adapted in the Flores model (2012). Through a survey, 91 young people aged 18 to 34 years were investigated through the variables indebtedness, materialism, financial education and money value. As a result, the young investigated have the perception that even in the face of the complexity of money, personal savings become essential for the acquisition of goods that satisfy their basic needs and comfort them, and affirm that Money does not provide forms of authority and power over others.



Statistical analyzes (multiple linear regressions) allow us to confirm Hypothesis 1, that financial education influences in a positive and significant way the indebtedness of young people; Confirm, also hypothesis 2, that established that the values of the money influence in a positive and significant way the indebtedness of young people; Hypothesis 3 was rejected, which predicted a relation of positive significance between Materialism and propensity to indebtedness; Hypothesis 4, which insists that the Values attributed to money fully measured the relationship between Materialism and indebtedness was also confirmed.

Keywords: Indebtedness; Money values; Young.

RESUMEN

La deuda sigue apareciendo como un tema que merece estudio y desarrollo teórico. El objetivo de este trabajo es analizar la relación entre el materialismo, los valores de educación financiera atribuidas al dinero en relación con el endeudamiento de los jóvenes. A través de un estudio descriptivo cuantitativo (Encuesta Técnica) cuestionario se aplicó la escala de Likert con 51 temas que el modelo adaptado flores (2012). A través de una encuesta que se investigaron 91 personas jóvenes de 18 a 34 a través de la deuda, el materialismo, la educación financiera variable y valor del dinero. Como resultado, póngase en contacto con que los jóvenes encuestados tienen la percepción de que incluso con la complejidad que el dinero se toma de la economía personal es fundamental para la adquisición de bienes para satisfacer sus necesidades básicas y les proporciona consuelo y decir el dinero no proporciona formas de autoridad y poder sobre los demás. Los análisis estadísticos (regresión lineal múltiple) realizadas permiten confirmar la hipótesis 1, que las influencias de educación financiera positiva y significativamente la deuda de los jóvenes; También confirma la hipótesis 2, que se estableció que las cantidades de dinero que influyen positiva y significativamente la deuda de los jóvenes; Hipótesis 3 han sido rechazadas, que proporcionó una relación significativa positiva entre el Materialismo y la propensión para el endeudamiento; Hipótesis 4, que insta a que los valores asignados al dinero median plenamente la relación entre el materialismo y el endeudamiento también fue confirmado.

Palabras clave: Endeudamiento; Los valores de dinero; Joven.

1 INTRODUÇÃO

A economia brasileira vive um momento de crise e recessão econômica. Essa realidade é uma característica recente, após anos de crescimento econômico. Entretanto, mesmo com um passado favorável, dados do IPEA (2015) indicam que a maioria de brasileiros não sabe administrar o seu dinheiro. Muitas vezes há a indução por uma eficiente onda de consumismo, que ganha força a cada data comemorativa. Em relação aos jovens brasileiros, o endividamento incide, sendo que 38% dos endividados têm até 30 anos. E é nessa parcela da população que há elementos de vulnerabilidade de consumo, associados com impulsividade do consumo, característica desta população (IPEA, 2015).

No contexto atual o jovem se depara com inúmeras possibilidades de compra, seja por meio virtual ou físico. Condições de pagamento, lançamento de produtos, sistema de entrega, *status*, impacto da mídia, experiências de compra e grupos de referência reforçam um cenário que abrange todas as idades, em especial os jovens. Também merece destaque que muitos dos jovens não atribuem um real significado para o dinheiro, seja ele em cédula ou de plástico. Nesse sentido, Brutes e Seibert (2014) enfatizam que os jovens não recebem conhecimento sobre o tema em casa e nem nas escolas, tornando-o como elemento escasso. É com base nesse cenário que a educação financeira se torna relevante, pois melhora as condições de vida, prepara para um futuro e para situações de emergência.

Estas informações são relevantes pois apontam para o fato de que a maioria dos jovens não identifica seu grau de endividamento como um problema, o que permite que muitos ainda venham a contrair dívidas, se a oferta de crédito assim permitir. Neste sentido, torna-se relevante realizar estudos que busquem pelos fatores que interferem neste endividamento. A literatura sobre a questão do manejo financeiro aponta para algumas variáveis

que ajudam a entender esta complexidade a partir de vários contextos e sujeitos. Para este estudo, as variáveis escolhidas foram a importância dada ao materialismo (MOURA, 2005), os valores atribuídos ao dinheiro (KUNKEL et al., 2015) e a educação financeira recebida dos familiares (KUNKEL et al., 2015). Estas variáveis podem ser justificadas pelo fato representarem as influências sociais que os jovens recebem, especialmente pela lógica da sociedade de consumo, pela dimensão familiar, através da transmissão e aprendizagem de uma cultura de manejo do dinheiro e, por fim, em relação a aspectos subjetivos dos sujeitos da pesquisa, quando considera os valores atribuídos ao dinheiro como uma variável desta relação.

Cabe destacar que neste estudo não se enfatiza questões financeiras, nem se investigou histórico familiar de endividamento. Em complemento, foram escolhidos os jovens, pois o mesmo está propenso ao consumo, visto que, utiliza seu tempo para trabalhar, estudar, lazer, entretenimento, e de certa forma preocupam-se em poupar para posteriormente adquirir bens como automóveis, imóveis, viagens, intercâmbio, entre outros. Outro fator que possibilita o acesso ao endividamento é o jovem acompanhar o grupo social que está inserido por meio do *status*, o que na prática ocorre à aquisição de bens supérfluos ou uso equivocado do cartão de crédito, por exemplo.

Para compreender a complexidade do manejo do dinheiro para jovens estabeleceu-se o seguinte problema de pesquisa: qual a relação entre materialismo, educação financeira, valores atribuídos ao dinheiro na relação com o endividamento de jovens? Para responder a esse questionamento realizou-se uma pesquisa quantitativa-descritiva de caráter transversal com 93 jovens urbanos com idade entre 18 e 25 anos. Os dados foram analisados de acordo com técnicas estatísticas para verificação da relação entre as variáveis do estudo. Como instrumento de coleta de dados, utilizou-se o modelo validado de Flores (2012).

O estudo mostra-se importante por lançar luzes na análise deste público específico a partir de variáveis que consideram dimensões sociais, familiares e subjetivas para explicar a propensão ao endividamento. Através de uma análise da literatura não foi encontrado um modelo com esta abrangência e focado no público jovem. Acredita-se que, desta forma, o estudo contribua para compreensão do comportamento dos jovens em relação ao dinheiro, contribuindo para construção de técnicas que possibilitem os jovens a controlar de forma eficaz seus recursos, bem como novas direções para seus gastos e investimentos, o que servirá de base para outros estudos que atenderão essa temática.

Outro fator que contribui para este estudo, é o conhecimento insuficiente de parcela da população sobre dinheiro, taxas de juros, o que muitos desejam consumir e ter o poder de compra, não identificando o real custo para esta aquisição, como diferenciação entre compras à vista e compras a prazo, parcelamento no cartão de crédito e cheque especial. A ânsia do consumo ultrapassa a razão em virtude de *status* perante o grupo social que pertence.

A observação dos estudos correlatos abordou as pesquisas com jovens e adolescentes, e as pesquisas que já estudaram regiões geográficas próximas ao objeto deste estudo. Destaca-se o estudo de Medeiros e outros (2015) que abordou a influência de estresse, materialismo e autoestima na compra compulsiva de adolescentes; Haubert, Lima e Lima (2014) que investigaram o perfil do investidor em estudantes portugueses, sob a ótica das finanças comportamentais; o materialismo entre crianças e adolescentes (Santos e Souza, 2013); e Santos e Fernandes (2011) que abordam a socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. No que tange à aproximação geográfica, elenca-se o estudo sobre níveis de materialismo e endividamento na

região central do estado no Rio Grande do Sul (Vieira et al., 2014), e Potrich e outros (2014) que analisaram a educação financeira dos gaúchos.

Além desta etapa introdutória, o estudo busca a revisão teórica dos temas no segundo capítulo. No terceiro capítulo detalha-se o método utilizado, seguido pela apresentação dos resultados, e as considerações finais, no quinto capítulo.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 Finanças comportamentais

A teoria tradicional de finanças busca ancorar-se na ideia de racionalidade dos agentes econômicos, ou seja, os indivíduos são capazes de receber novas informações e tomar decisões consistentes e racionais. O campo das finanças vai além das tradicionais que envolvem a relação pessoa física ou jurídica. Cabe destacar que o comportamento humano é baseado em uma série de fatores que estimulam e criam novas necessidades e desejos, e que muitas vezes dependem de recurso financeiro para aquisição. Cada ser humano apresenta reações diversas diante dos itens a serem consumidos. Na medida em que a sociedade avança, surge o conceito de finanças comportamentais, uma teoria multidisciplinar.

Para Lobão (2012) a principal crítica comportamental às finanças racionais é através da observação da realidade que mostra que o homem econômico não existe. Os seus princípios não se verificam, pois é uma simplificação grosseira da realidade e não existem vantagens, sequer compreender a forma como os fenômenos financeiros se desenvolvem, em considerá-los como válidos.

Neste sentido, cita-se os estudos de Allais (1953) em que é questionada a racionalidade dos tomadores de decisão. A maioria dos participantes da pesquisa de Allais tomou decisões com base em outros fatores, além da racionalidade. Com o passar dos anos os psicólogos Amos Tversky e Daniel Kahneman (1974, 1979) se dedicaram aos estudos ligando a psicologia cognitiva à economia. Na tentativa de criar modelos descritivos, descobriram falhas no comportamento racional que impactam as decisões e tomada de decisão (TVERSKY, KAHNEMAN, 1974).

Assim, percebe-se que é relevante considerar os conceitos de economia e finanças associados a outros aspectos subjetivos, como a psicologia cognitiva, que retrata as interferências que o comportamento humano desempenha sobre a tomada de decisão. Neste sentido, Yoshinaga e outros (2008) apresentam as crenças dos indivíduos relacionadas aos vieses percebidos nas finanças comportamentais. Os autores destacam o excesso de confiança, otimismo, conservadorismo, perseverança, ancoragem com ajustamento insuficiente e disponibilidade.

Para estes autores, as evidências empíricas baseadas em dados financeiros indicam que novas teorias são necessárias para que se possa compreender melhor uma gama de importantes fenômenos na área de Finanças. Porém, “os resultados das pesquisas comportamentais sugerem que abordagens que relaxam os pressupostos tradicionais de racionalidade perfeita dos agentes podem gerar bons frutos, justificando o esforço recente de desenvolvimento do campo das finanças comportamentais” (YOSHINAGA et al., 2008, p. 30).

Para além do contexto histórico das finanças comportamentais, a elaboração de estudos empíricos é fundamental para ampliar o entendimento da influência dos fatores subjetivos na racionalidade do indivíduo.

Cada vez mais atual, aspectos relacionados ao dinheiro ganham força na vida de cada pessoa, pois podem influenciar ou serem influenciados por uma gama de comportamentos sociais e pessoais significativos.

Ciente de que a racionalidade é limitada, um dos caminhos para a diminuição dos aspectos subjetivos negativos é a educação financeira. Para a *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD, 2011), como o processo pelo qual as pessoas melhoram a sua compreensão sobre os conceitos e produtos financeiros, e através de informações, instruções e aconselhamentos desenvolvem habilidade e confiança, tornando-se mais conscientes dos riscos e oportunidades financeiras, realizando escolhas mais acertadas. No Brasil, uma maior relevância da educação financeira já vem incrementando-se desde a implantação do Plano Real em 1994, onde a inflação foi reduzida e proporcionou mudanças significativas nos padrões de consumo, levando a uma melhoria nos níveis de emprego, redução de taxas de juros e aumento de prazos para os financiamentos em geral (POTRICH et al., 2014).

O tema educação financeira ganha destaque quando se observam os problemas causados pela baixa difusão deste conhecimento. Utilização exagerada e descontrolada do cartão de crédito, empréstimos tomados de forma impensada ou com taxas de juros elevadas são exemplos das consequências oriundas da inexistência do estudo das finanças na estrutura educacional formal. Além dos aspectos relacionados ao ensino fundamental, médio e superior, há procura insuficiente de cursos que tratem do tema finanças como forma de controle de gastos e da manutenção de um futuro com menos contratemplos financeiros e dissonância entre receitas e despesas.

2.2 Consumo e materialismo

Como forma de transação econômica, existe o produtor, a indústria de transformação, o transportador, o distribuidor, o intermediário de mercado, o varejo até aparecer a figura do consumidor no final da cadeia produtiva. Se existe produção é porque existe consumo e vice-versa. Na concepção de Slater (2002) o consumo é um processo cultural. É o modo dominante de reprodução cultural desenvolvido na modernidade, que num sentido mais genérico, está ligado a valores, práticas e instituições fundamentais que definem a modernidade ocidental como opção, o individualismo e a relações de mercado. A cultura do consumo define um sistema que é dominado pelo consumo de mercadorias, onde a reprodução cultural é compreendida como algo a ser realizado por meio do exercício do livre arbítrio pessoal na esfera privada da vida cotidiana.

Como cita Santos e Fernandes (2011), os consumidores se preocupam em selecionar e expor suas posses como forma de afirmação a seu respeito, o que demonstra os significados culturais do consumo. Os aspectos culturais, tanto do indivíduo como da sociedade, apresentam uma subjetividade tão complexa que não podem ser compreendidos simplesmente pela concepção de valor econômico e trocas racionais. O consumo está associado à sensação de pertencer a um grupo de interesse ou classe de acordo com seu estilo, *status*, etc. Representa ideia de crescimento pessoal e profissional e motiva o ser humano por meio da relação de bem-estar. Na relação comportamental, o momento da compra leva o consumidor ao paradoxo entre poder e frustração, uma vez que ao conseguir suprir a casa com necessidades básicas, o consumidor se sente poderoso, porém sua limitação financeira enseja uma frustração de não poder abastecer a casa com todos os produtos desejados. A possibilidade de consumo proporciona uma sensação de bem-estar, pertencimento e de inserção social, o que ressalta o importante papel que o varejo tem nesse contexto (BORGES; TIDE, 2010).

Para Muller (2010) o consumismo tornou-se nocivo por adquirir características de deficiência na sociedade. Essa característica foi moldada pelo “jogo” capitalista, que mascarou a necessidade de consumo unicamente pela subsistência e o transformou em lazer, forma de socialização e símbolo de ascensão social. A individualidade social se transfigura no consumo, ato egoísta dado seus fins, desenvolveu a proliferação mundial das cadeias de consumo. Um exemplo que é cabível a essa situação são os *shopping centers*, em que são locais com espaço cada vez maior e que concentra em seu interior lojas, serviços como academias, centros de beleza, veterinárias, mercados, prédios comerciais integrados, entretenimento e alimentação, oportunizando o ato individualista de consumir sejam compartilhados com outros atores sociais. (MULLER, 2010).

Sendo assim, nota-se que o consumo tem se tornado uma ação do ser humano em busca de necessidade, seja ela física ou emocional. É algo que motiva o consumidor em obter o desejo de posse e com isso poder usufruir de benefícios que o mercado oferece e que seja compatível com sua renda. Logo, muitas pessoas utilizam o excesso de sua renda como forma de usufruir de vários desejos, muitas vezes sem necessidade, gerando assim endividamento, que será visto no próximo item.

No mesmo sentido, o materialismo aparece como uma relação com consumo e consumismo. Os primeiros estudos sobre materialismo surgem com Ward e Wackman (1972), Belk (1985) e Richins e Dawson (1992). Assim, o materialismo tem relação com o “consumo conspícuo, no qual a satisfação é derivada mais da reação da audiência do que da utilidade da compra. Além disso, as pessoas associam o materialismo à busca excessiva de status” (SANTOS; FERNADES, 2011).

Medeiros e outros (2015, p. 141) definem materialismo como um o conjunto de crenças sobre a importância das posses na vida de alguém. O materialismo ainda pode ser pensado como um julgamento pessoal de maior valor atribuído às posses materiais. Por meio desse julgamento, os ambientes que circundam esses indivíduos são interpretados de modo a gerar maior interesse na aquisição e posse de objetos materiais. Citado o conceito, pode-se entender que o materialismo é visto como um valor para o consumidor, avaliado mediante três dimensões: centralidade, sucesso e felicidade. Essa classificação foi originalmente elaborada em um instrumento de coleta de dados por Richins e Dawson (1992).

A centralidade, para Richins e Dawson (1992), é a indicação da importância que o indivíduo atribui às posses e aquisições, ou seja, o quanto central os bens materiais são na vida de uma pessoa. Já a dimensão felicidade refere-se ao grau de esperança de que as posses e aquisições trarão satisfação, bem-estar e consequente 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.

Vieira e outros (2014) realizaram, ainda, um arcabouço teórico de estudos que relacionam as variáveis socioeconômicas com o comportamento materialista e a propensão ao endividamento. Assim, destaca-se o gênero, a idade, o estado civil, a posse de dependentes, a renda familiar e a utilização de cartão de crédito como variáveis significativas para esses contextos. Diante de tudo isto, o consumo e o materialismo se ligam ao descrito no título anterior, que se aborda a teoria das finanças comportamentais e educação financeira. Da mesma forma, os aspectos subjetivos do consumo abrem espaço para o próximo título: o endividamento e o valor do dinheiro.

2.3 Endividamento e valor do dinheiro

No contexto atual há um discurso amplamente difundido sobre a ausência de dinheiro para honrar os compromissos, formar poupança, realizar investimentos, tornando-se assim, uma espécie de acúmulo de contas e levando na realidade de endividamento. No entendimento de Piccini e Pinzeta (2014) o endividamento surge do consumismo excessivo, na qual o ser humano adquire dívidas, envolve expressivamente sua renda mensal e não honra seus compromissos financeiros. Nesse cenário, decorrente de sua habilidade (ou inabilidade) de conduzir sua vida financeira, está a contestação entre o sucesso e o fracasso do orçamento pessoal e familiar. Neste sentido, na concepção de Rassier (2010) o endividamento é decorrente de um descontrole financeiro, antes de assumir um compromisso de compra.

O endividamento é compreendido, então, como o processo de assumir ou contrair dívidas. De acordo com o Observatório do Endividamento dos Consumidores (2002) o endividamento é um saldo devedor assumido por determinado indivíduo, que pode ser resultado de uma ou mais dívidas (simultaneamente), as quais são geradas a partir da utilização de capital de terceiros. Os indivíduos que se deparam com essas circunstâncias podem comprometer uma parcela significativa de sua renda apresentado gastos superiores a suas condições.

Uma lacuna teórica que complementa este estudo é a ideia de Santos e Souza (2014), a qual afirmam que jovens de rendas mais baixas são mais propensos ao endividamento em comparação com as demais classes econômicas, devido à facilidade de crédito que são proporcionadas pelas instituições financeiras, enquanto os jovens de renda mais alta apresentam maior consciência de seus gastos, agindo mais pela razão do que pela emoção.

O estudo de Borges e Tide (2010) apontou que os problemas na gestão das finanças pessoais são decorrentes da falta de educação financeira. É possível citar, então, razões para o endividamento. Neste ponto são elencados a inflação, facilidade de crédito, produtos bancários, compulsão e imprevistos como variáveis que estimulam o endividamento:

a) Valores do dinheiro e inflação: a inflação, principalmente a de alimentos e serviços, reduz a renda real das famílias. Produtos in natura são naturalmente voláteis e tendem a bruscas elevações, movidas por choques de oferta, mais comumente gerados por condições climáticas adversas (AMORIM, 2013);

b) Riscos e Facilidade de crédito: aumento do acesso ao crédito por diversas classes sociais apresenta um ponto positivo e negativo. De um lado, favorece a população das classes sociais mais baixas, que conseguem ter acesso a bens essenciais e que anteriormente possuíam restrição de consumo. Por outro lado, expande a cultura exacerbada do consumo, centralizada na importância do dinheiro no capitalismo moderno (MULLER, 2010);

c) Emoções e imprevistos de vida: outra característica que promove o endividamento ocorre quando há um aumento de dívidas por consequência de alguma situação alheia à vontade do indivíduo, como doença, morte ou acidentes. São circunstâncias imprevistas e esporádicas (TOLOTTI, 2007);

d) Educação financeira e produtos bancários: as pessoas financeiramente educadas tendem a controlar e gerenciar suas finanças de uma maneira mais efetiva, evitando a geração de dívidas. Há necessidade de aumento de programas de educação financeira que melhorem o conhecimento financeiro dos indivíduos e, principalmente, melhorem suas habilidades financeiras de modo que os mesmos possam tomar decisões acertadas e os serviços financeiros de forma responsável (KUNKEL et al., 2015);

e) Compulsão e materialismo: o comportamento compulsivo em relação a compras de bens e serviços gera um endividamento elevado e que muitas pessoas com este problema procuram familiares e amigos ou recorrem a empréstimos constantes para sanar suas dívidas. A compulsão pelo consumo determinada pela satisfação de desejos e necessidades, criadas ou a busca pela elevação de seu status social, provoca consequências fora do controle da maioria dos casos (MULLER, 2010).

Assim, percebe-se que são inúmeros os riscos relacionados ao dinheiro e sua utilização. Da mesma forma, muitas são as razões para endividamento. De uma maneira ou outra, todos estes aspectos fazem parte da rotina financeira da população. Pode-se abordar, também, as diferentes relações que cada indivíduo estabelece com o dinheiro. Tolotti (2012) cita a relação de segurança, relação de liberdade, relação de poder, e relação de convivência, conforme Quadro 1.

Quadro 1 - Principais pontos e riscos envolvidos em formatos de dinheiros

	Tipos de relação	Riscos
Relação de Segurança	Alguém que busca segurança acima de tudo. O imprevisto, inesperado ou desconhecido é fonte de muita angústia. Evita riscos e será um investidor conservador. Manterá um trabalho estável e rotineiro. Com relação ao dinheiro fará e seguirá um orçamento, medindo tudo, terá o controle de todos os gastos. É prevenido e responsável.	A segurança pode ser confundida com a escravidão da inflexibilidade. É inadmissível qualquer gasto extra e as constantes privações, são invariável encaradas como necessárias. Em nome da exagerada economia, o relacionamento interpessoal fica comprometido, além de ser exatamente doloroso passar por alguma crise financeira.
Relação de Liberdade	Os compromissos são pesados e o mais importante é fazer o que quer. Planejamento são difíceis. O dinheiro é uma fonte de liberdade e emoções. Se arrisca e pode ganhar ou perder muito dinheiro	Encarar o dinheiro como fonte de liberdade pode ser emocionante no curto prazo, mas no longo prazo o consumidor ficará sem reservas financeiras e enfrentar grandes privações. Com o passar do tempo, é comum o arrependimento de muitas pessoas que aproveitam apenas o momento. Lembra-se que reservar parte do seu dinheiro para amanhã é sinal de maturidade emocional e inteligência financeira.
Relação de Poder	O dinheiro é fonte de poder, domínio, uma garantia de controle das realizações pessoais. Alguém que gosta do comando de ter <i>status</i> e reconhecimento. O trabalho é muito importante, tomando grande parte do tempo. É exigente consigo e com os outros.	O dinheiro é uma fonte de poder. Relaciona-se com outras pessoas através do poder exercido pelo dinheiro é perigoso. A dominação, coerção e chantagem se instalam nas relações, transformando em violência simbólica.
Relação de Convivência	O dinheiro é usado para fortalecer o relacionamento com amigos, família e companheiros. É uma pessoa compreensiva, colaborativa e amigável. O dinheiro serve para tornar a própria vida e a dos que cercam mais confortável e feliz. Gosta de ser apreciado, aceito e reconhecido.	É a cobrança posterior, que caso não seja correspondido, a frustração se instala. Quando o consumidor utiliza o dinheiro para agradar quem ama, fica impossibilitada de fazer isso, durante a vida financeira.

Fonte: Adaptado de Tolotti (2012, p. 35-38)

Diante de tudo isso, resta a reflexão do papel que o dinheiro desempenha na vida de cada indivíduo. O dinheiro, como construção social abstrata, se mostra como uma grandeza numérica utilizada para medir, comparar, dar valor a algum bem ou atividade. Porém, no contexto capitalista e materialista atual, o dinheiro ganha diferentes valores e desempenha papel central na vida das pessoas. Não cabe, neste estudo, uma abordagem mais profunda sobre as questões sociológicas envolvidas na construção e acumulação de dinheiro, mas uma demarcação psicológica das relações que as pessoas estabelecem com a abstração dinheiro.

Frente este debate teórico, o estudo estabeleceu as seguintes hipóteses:

- a) Hipótese 1: A educação financeira influencia de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens.
- b) Hipótese 2: Os valores do dinheiro influenciam de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens.
- c) Hipótese 3: O materialismo influencia de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens.
- d) Hipótese 4: Os valores atribuídos ao dinheiro mediam a relação entre materialismo e endividamento de jovens.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa caracteriza-se como quantitativa descritiva. Para Cervo e outros (2007) a pesquisa descritiva observa, registra, analisa correlaciona os fatos sem manipulá-los. Procura descobrir com a precisão possível a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características.

A estratégia escolhida é conhecida como levantamento (ou *survey*). Para Freitas e outros (2000) o método *survey* é apropriado como método de pesquisa quando se deseja responder questões do tipo “O que? Porque? Como? E quanto? ”. Ou seja, quando o foco de interesse é sobre o que está acontecendo ou como e porque isso está acontecendo. Nesse método não se tem interesse ou não é possível controlar as variáveis dependentes e independentes.

As variáveis do estudo elencadas são endividamento (PICCINI; PINZETA, 2014); materialismo (MOURA, 2005); educação financeira (KUNKEL et al., 2015); valor de dinheiro (KUNKEL et al.). A população envolvida no estudo é caracterizada como jovens que representam a faixa etária de 18 até 34 anos (IBGE, 2015). No total, 91 jovens responderam o questionário.

A técnica de coleta de dados trata-se da aplicação de um questionário. (HAIR JR. et al., 2005; CERVO et al., 2007). O questionário utilizar-se a escala *likert* de 1 a 5, sendo que 1 representa discordo totalmente, e 5 representa concordo totalmente, por meio de 51 questões adaptadas do modelo de Flores (2012). O questionário foi aplicado no mês de outubro de 2015 por meio digital (redes sociais, e-mail e aplicativos de *smartphone*), sendo que os dados foram coletados com auxílio de plataforma digital *google docs*.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao investigar a caracterização da amostra, constatou-se que os 93 jovens respondentes possuem, em média, 25 anos, sendo que a maior concentração está na idade de 21 a 27 anos (61 respondentes). Destaca-se, também, que a participação feminina na pesquisa foi maior do que a masculina, sendo que esta representa 77% dos respondentes. Quanto ao estado civil, 75% do total da amostra são solteiros, 11% do total são casados e 13% possuem união estável e 1 investigado é separado.

Investigou-se, também, o tipo de moradia dos respondentes. Do total, 61% responderam que possuem casa própria, 26% residem em casa alugada e 12% possuem casa financiada. Do total de respondentes, 44% está cursando o ensino superior e 20% do total possuem ensino superior completo. Isso impacta no processo de renda, pois quanto maior a escolaridade maior tende ser o salário, o que pode-se desenvolver reservas economicas, bem como investir em outros meios que garantam a necessidade de cada investigado. A necessidade que o mercado exige, oportunizou que 30% do total tenham cursado pós graduação. Ainda, 14% do total estão cursando ensino médio e 1 investigado possui ensino médio completo.

Quanto a renda dos investigados, constatou-se que 42% possuem renda entre R\$ 1.200,00 e R\$ 2.500,00; 12% possuem renda entre R\$ 2.500,00 e R\$ 4.000,00; 6% do total possuem renda entre R\$ 4.000,00 e R\$ 6.000,00 e os 2 investigados que representam 2% do total recebem acima de R\$ 6.000,00 constituem a amostra que possuem curso superior completo e pós graduação completa. Ainda, 27% do total possuem renda de R\$ 788,00 e R\$ 1.200,00 e 6% do total possuem salário de até R\$ 788,00. Os 5 investigados que representam 5% do total que não possuem renda, são aqueles que dependem financeiramente de pais ou responsáveis para seu sustento, não possuindo vínculo empregatício.

Na sequência, questionou-se como ocorrem os gastos mensais dos jovens. Investigados que representam 55% do total gastam menos do que ganham. Já 24% do total gastam igual ao que ganham, e 21% do total gasta mais do que ganha, o que indica uma falta de controle nas contas que geram endividamento. Após a caracterização dos respondentes, partiu-se para a análise dos dados relativos às variáveis elencadas. A Tabela 1 apresenta os valores referente a educação financeira, composta pelas dimensões abordadas, a nota mínima e máxima informada pelos investigados e o desvio padrão e média no conjunto das respostas.

Tabela 1 – Variável educação financeira

Dimensões	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão	Média
Me preocupo em gerenciar melhor o dinheiro	1	5	0,78	4,56
Anoto e controlo os gastos mensais	1	5	1,27	3,64
Estabeleço metas financeiras que influenciam na administração de minhas finanças	1	5	1,09	3,63
Sigo um orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal	1	5	1,31	3,27
Fico mais de um mês sem fazer o balanço dos meus gastos	1	5	1,46	2,22
Estou satisfeito com o sistema de controle das finanças	1	5	1,22	3,09
Pago as contas sem atraso	1	5	1,16	4,26

Considero identificar os custos que pago ao comprar um produto à crédito	1	5	1,25	3,69
Utilizo cartão de crédito bancário por não possuir dinheiro disponível para as despesas	1	5	1,43	2,40
Ao comprar a prazo, faço comparação entre as opções de crédito disponível	1	5	1,26	3,59
Mais de 10% da renda que recebo no mês seguinte está comprometida com compras à crédito (exceto financiamento de imóvel ou veículo)	1	5	1,51	2,97
Pago a fatura do cartão de crédito afim de evitar encargos financeiros (juros e multa)	1	5	1,41	3,97
Confiro a fatura do cartão de crédito para averiguar erros e cobranças indevidas	1	5	1,48	3,73
Poupo mensalmente	1	5	1,35	3,48
Poupo com a intenção de comprar um produto de maior valor como carro, imóvel, etc	2	5	0,99	4,26
Possuo uma reserva financeira que seja maior ou igual a 3 vezes a minha renda mensal, que possa ser usada em casos inesperados	1	5	1,57	2,71
Comparo preços ao fazer uma compra	1	5	1,21	3,96
Analiso as finanças com profundidade antes de fazer alguma compra	1	5	1,27	3,57
Compro por impulso	1	5	1,35	2,96
Prefiro comprar um produto financiado ao invés de juntar dinheiro para comprar à vista	1	5	1,32	2,25
Amigos e Familiares me aconselham sobre questões financeiras	1	5	1,39	2,86

Fonte: dados da pesquisa (2015)

Conforme os resultados na Tabela 1, os investigados concordam em preocupar-se em gerenciar melhor o dinheiro, em pagar as contas sem atraso e pouparam com a intenção de comprar um produto de maior valor como imóvel, carro, etc. O que sustenta essa concordância são as médias dentre essas dimensões investigadas com valores de 4,56, 4,26 e 4,26 respectivamente. Em complemento, apresentam um desvio padrão ao qual é identificado para mostrar a variação de grau obtido pelos dados, com 0,78, 1,16 e 0,99.

Isso prova a intenção de economizar para aquisição de bens que garantam a tranquilidade e conforto, como também, manter a possibilidade de crédito no mercado, quando bem precisar. Atualmente inúmeras campanhas são realizadas para regularizar o crédito por entidades e órgãos reguladores, em decorrência do acúmulo de dívidas geradas por falta de controle e gestão pessoal. Essas dimensões que a amostra representa como concordância aponta uma nova visão sobre a gestão do crédito e a importância da economia pessoal para a sustentabilidade dos negócios pessoais.

Os investigados apontaram que não concordam e nem discordam em relação as anotações e controle dos gastos mensais, estabelecimento de metas financeiras que influenciam na administração das finanças, realização de orçamento ou plano de gastos semanal ou mensal, satisfação com o sistema de controle das finanças, identificação dos custos que pago ao comprar um produto à prazo. Ainda apontam indiferença, pagamento da fatura de crédito para evitar encargos financeiros (juro e multa), conferência nas faturas para identificar os erros e cobranças indevida, poupam mensalmente, comparação aos preços ao fazer uma compra, e análise das finanças com profundidade antes de fazer alguma compra.

Nesse sentido, ainda carece nos investigados o exercício de dar mais atenção entre o conjunto de variáveis descritas acima, sendo que, para isso evita o consumismo excessivo, gastos desnecessários com produtos supérfluos, evitando o endividamento e a ajuda a capital de terceiros. Quando se recorre em capital de terceiros, o consumidor já está endividado, e ainda pagará juros pela quantia de recursos adquirida. Ocasionalmente assim, uma porta para o endividamento. Para o estudo em questão, essas dimensões que apresentam imparcialidade não se pode generalizar, pois pela variação das respostas, existem muitos investigados que concordam, outros discordam e outros permanecem imparcial o que foi responsável por gerar esses resultados.

Na Tabela 2 é apresentado a variável valores por dinheiro.

Tabela 2 – Variável valores por dinheiro

Dimensões	Mínimo	Máximo	Desvio padrão	Média
Quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros	1	5	1,30	2,39
Dinheiro gera desconfiança sobre as pessoas	1	5	1,23	2,58
Bem-estar espiritual é mais importante que dinheiro	1	5	1,14	3,73
Dinheiro provoca angústia	1	5	1,26	2,97
O dinheiro constrói um mundo melhor	1	5	1,01	3,27
Quem tem dinheiro é valorizado socialmente	1	5	1,04	3,81
Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas	1	5	1,26	2,70
Ficarei completamente realizado quando atingir a situação que determinei para mim	1	5	1,06	4,00

Fonte: dados da pesquisa (2015)

O dinheiro exerce a função de valor sobre mercadorias, produtos e afins. É a moeda que provoca a realização de negócios e estabelece ascensão caso seja realizado uma boa gestão ou declínio em caso de equivoco e planos mal elaborados. Porém a valorização do dinheiro, tem-se tornado uma forma de poder e *status* na sociedade. É nesse sentido, no presente estudo, a amostra discorda de quem tem dinheiro tem autoridade sobre os outros, dinheiro gera desconfiança sobre as pessoas, o dinheiro provoca angústia e o com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas.

Os investigados apontaram que concordam quando atingem a situação ao qual foi determinado, o que prova a real valorização do dinheiro, pois atingem uma necessidade, desejo, objetivo, com média 4 e um desvio padrão de 1,06. A próxima variável a ser identificada é sobre endividamento (Tabela 3).

Tabela 3 – Variável endividamento

Dimensões	Mínimo	Máximo	Desvio padrão	Média
Não é certo gastar mais do que ganho	1	5	0,82	4,58
É melhor primeiro juntar dinheiro e só depois gastar	1	5	0,97	3,98
Eu sei exatamente quanto devo em lojas, cartão de crédito ou banco	1	5	0,99	4,37
Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas	3	5	0,69	4,30
Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista	1	5	1,13	2,31
É importante saber controlar os gastos da minha casa	1	4	1,39	1,99
Prefiro pagar parcelado mesmo que no total seja mais caro	1	5	1,07	2,03
As pessoas ficariam desapontas comigo se soubesse que tenho dívida	1	5	1,19	2,61
Não tem problema ter dívida se eu sei que posso pagar	1	5	1,11	3,51
Os serviços financeiros são complicados e confusos para mim	1	5	1,25	2,57
Comprar com cartão de crédito e pagar a fatura mensalmente é uma forma inteligente de gerir seu dinheiro	1	5	1,17	2,97
Sou organizado quando se trata de gerir o dinheiro no dia a dia	1	5	1,29	3,54

Fonte: dados da pesquisa (2015)

Conforme análise da Tabela 3, os investigados responderam que concordam que não é certo gastar mais do que se ganha, sabe exatamente quando se deve em lojas de cartão de crédito, acham normal das pessoas ficarem endividadas para pagar suas contas, com média de 4,58, 4,37 e 4,30 respectivamente. Isso mostra que os investigados controlam suas contas e mantém suas contas com pagamento em dia, mesmo possuindo dívidas, o que importa é pagá-las. A amostra também aponta uma consciência de a dívida feita, precisa ser paga.

Em complemento, os investigados discordam que preferem realizar compras parceladas do que esperar ter dinheiro para comprar à vista, preferem pagar parcelado mesmo que seja mais caro, as pessoas ficariam desapontadas se soubesse que a amostra teria dívida, os serviços financeiros são complicados e confusos, comprar com cartão de crédito é uma forma inteligente de gerir o dinheiro.

Os investigados sabem que o pagamento parcelado é atribuído juros e conseqüentemente é gera uma descapitalização do investimento e o comprometimento da dívida por um longo período de tempo, em caso de pagamento mensal. Os juros do cartão de crédito por exemplo, são os mais elevados da história, com mais de 400% ao ano, o que deixa o consumidor em estado de alerta e mais consciente em seus gastos. Importante destacar que, os investigados mostram discordar totalmente que é importante saber controlar os gastos de suas

casas. Talvez por não depender em realizar compras e pagar as despesas básicas, os jovens da amostra ainda não possuem uma experiência clara de como proceder no pagamento dessas contas.

Nesse sentido, a presente investigação realizada, vai de encontro ao estudo de Piccini e Pinzeta (2014) citando que o endividamento surge do consumismo excessivo, na qual o ser humano adquire dívidas, envolvem expressivamente sua renda mensal e não honrando seus compromissos financeiros. Esse cenário ocorre decorrente de sua habilidade de conduzir que está a contestação entre o sucesso e o fracasso do orçamento pessoal e familiar. No próximo item apresenta-se a variável materialismo (Tabela 4).

Tabela 4 – Variável materialismo

Dimensões	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão	Média
Eu admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras	1	5	1,15	2,82
Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras	1	5	1,26	1,96
Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho	1	5	1,08	3,10
Comprar coisas me dá muito prazer	1	5	1,15	3,51
Eu ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas	1	5	1,13	3,64
Eu gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas	1	5	1,08	2,33
Eu gosto de muito luxo em minha vida	1	5	1,28	2,16
Fico incomodado (a) quando não posso comprar tudo o que eu quero	1	5	1,17	2,76
Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida	1	5	0,93	1,61
Sou impulsivo (a) e compro coisas que não preciso	1	5	1,29	2,47

Fonte: dados primários (2015)

O dinheiro também representa o poder de compra que se materializa em bens seja ele durável ou não durável. Conforme a investigação realizada os investigados não concordam e não discordam, que comprar coisas consistem em prazer, ficaria feliz se pudesse comprar mais coisas, comprar coisas que impressionam as pessoas. O que justifica esse resultado é por meio da média 3,10, 3,51 e 3,64 respectivamente, por meio de um desvio padrão, 1,08, 1,15 e 1,13 respectivamente.

Em complemento, os investigados apontam discordar totalmente de gastar dinheiro com coisas caras e que gastar está entre as coisas mais importantes da vida com média, 1,96 e 1,61 respectivamente. Essas dimensões provaram respostas semelhantes, nos diversos níveis de renda, mostrando que mesmo que tem salário maior não concorda em usufruir de objetos que de valor elevado sem necessidade e não colocam o dinheiro acima de ser feliz, ter segurança, bem-estar, saúde, por exemplo. Sendo assim, o presente estudo não confirma o estudo de Kunkel e outros (2015, p. 172) em que afirmam que a valorização do dinheiro como uma ferramenta de poder e prestígio social tem o potencial de conduzir a comportamentos materialistas e de compra compulsiva.

Após a análise das médias dos constructos passou-se para a estatística descritiva, a fim de analisar a consistência do modelo de mensuração das relações entre as variáveis, observadas através de fatores (HAIR et al., 2005). Para verificar a confiabilidade dos instrumentos, ou seja, o grau de consistência interna entre os indicadores de um fator, aplicou-se o Alpha de *Cronbach*. Conforme Hair e outros (2005), valores entre $0,7 \leq \alpha < 0,8$ representam índices aceitáveis de Alfa de *Cronbach*, sendo que valores substancialmente mais baixos indicam escala não confiável. Na análise de confiabilidade dos constructos encontrou-se os seguintes escores: Educação financeira (0,780), Materialismo (0,870) e Valores atribuídos ao dinheiro (0,692). Embora este último constructo tenha apresentado um valor abaixo do estabelecido pela literatura, optou-se por mantê-lo em razão de estar no limite da validade.

Em seguida, para comparação entre as médias, foi utilizado o teste ANOVA de um fator, procurando por diferenças significativas entre os grupos. Os resultados mostraram não haver diferenças significativas entre o sexo dos participantes com relação às variáveis do estudo, tampouco em relação ao estado civil dos participantes. Entretanto, a variável materialismo mostrou uma relação significativa na comparação entre jovens que moram sozinhos ou com os pais ($p < 0,54$) e com as diferentes faixas de renda ($p < 0,55$).

Após verificada a confiabilidade das escalas, para o tratamento estatístico dos dados da pesquisa e para a análise das hipóteses levantadas, foram realizadas Regressões Lineares Múltiplas. Esse procedimento estatístico permite analisar a natureza da associação entre variáveis e fazer previsões de associações prováveis da variável dependente. Para verificar a capacidade explicativa da regressão, utilizou-se o coeficiente de determinação (R^2), definido como a proporção da variância da variável dependente, que é explicada pelas variáveis independentes. O valor desse coeficiente pode variar entre 0 e 1, sendo que, quanto mais próximo de 1, maior é o poder explicativo do modelo de regressão. Por último, foi realizada a análise de mediação. Preacher e Hayes (2004) consideram que para que seja constatada a mediação, o efeito indireto da variável independente sobre o dependente deve ser significativo.

O modelo testado estabeleceu o endividamento como variável dependente (VD) e Materialismo, Educação financeira e Valores atribuídos ao dinheiro como variáveis independentes (VI). O resultado mostrou um R^2 ajustado de 0,419, sugerindo que as variáveis independentes explicam em aproximadamente 42% a propensão ao endividamento dos jovens pesquisados. O detalhamento dos resultados do modelo pode ser observado na figura a seguir:

Figura 1 – Coeficientes^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,151	,249		4,627	,000
1 Educação Financ	,336	,075	,414	4,466	,000
Valores Dinheiro	,225	,080	,278	2,813	,006
Materialismo	,080	,048	,143	1,663	,100

a. Variável dependente: Endividamento

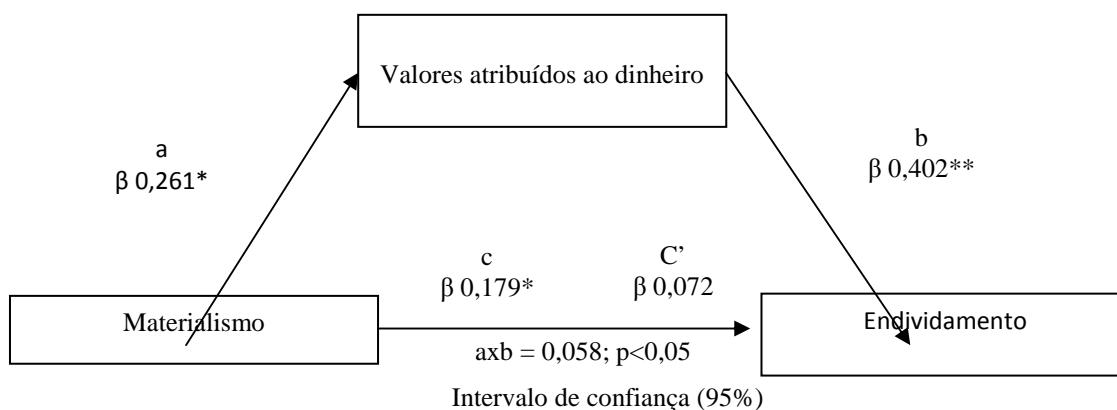
Fonte: Modelo proposto pela pesquisa (2017).

A Figura acima mostra que o estudo confirmou a Hipótese 1, de que a educação financeira influencia de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens ($p = 0,000$). As variáveis que contribuíram efetivamente para esta significância foram: “Estou satisfeito com o sistema de controle das finanças” ($\beta 0,105$ e $p = 0,046$); “Mais de 10% da renda que recebo no mês seguinte está comprometida com compras a crédito (exceto financiamento de imóvel e carro)” ($\beta 0,075$ e $p = 0,024$); “Compro por impulso” ($\beta 0,117$ e $p = 0,007$) e “Prefiro comprar um produto financiado a juntar dinheiro para comprar à vista” ($\beta 0,108$ e $p = 0,007$).

A Hipótese 2, que estabeleceu que os valores do dinheiro influenciam de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens também foi confirmada ($p = 0,006$). As variáveis que contribuíram de maneira efetiva para a relação significativa foram: “O dinheiro gera desconfiança entre pessoas” ($\beta 0,079$ e $p = 0,030$), “Com dinheiro eu investiria em pesquisas científicas” ($\beta 0,079$ e $p = 0,030$) e “Ficarei completamente realizado quando atingir a situação que determinei pra mim” ($\beta 0,134$ e $p = 0,002$).

Entretanto, a hipótese 3, que previa uma relação de significância positiva entre o Materialismo e a propensão ao endividamento, foi rejeitada ($p = 0,100$). Com base neste resultado, foi estabelecida uma hipótese de mediação em que os valores atribuídos ao dinheiro mediam a relação entre o materialismo e o endividamento para os jovens. Os resultados estão descritos no gráfico a seguir:

Figura 2- Os Valores atribuídos ao dinheiro mediam a relação entre Materialismo e Endividamento



* $p < 0,01$ e ** $p < 0,001$

Fonte: Modelo proposto pela pesquisa (2017).

Os resultados mostram que os Valores atribuídos ao dinheiro mediam totalmente a relação entre Materialismo e endividamento. A figura mostra que o efeito da variável independente sobre a variável mediadora foi positivo e significativo ($a = 0,261$; $t = 3,941$; $p = 0,002$). O mesmo comportamento foi observado na relação entre a variável mediadora na variável independente (endividamento) ($b = 0,420$; $t = 5,250$; $p = 0,000$); o efeito direto do materialismo no endividamento, entretanto, não foi significativo ($c' = 0,072$; $t = 1,372$; $p = 0,173$). O efeito indireto também foi significativo e negativo ($a \times b = 0,058$).

Diante dos dados apresentados, destaca-se que o endividamento de jovens é influenciado pela educação financeira (Hipótese 1) e pelo valor atribuído ao dinheiro (Hipótese 2). Conforme coloca Tolotti (2012), o dinheiro pode apresentar diferente característica para cada pessoa. E, atrelado a cada relação com o dinheiro, apresentam-se riscos que afetam significativamente as relações humanas. Em vista que a relação com o dinheiro pode ser compreendida como relação de liberdade, de poder, de segurança ou de convivência, a educação financeira ganha força. Se, por um lado o indivíduo estabelece diferentes relações com o dinheiro, por outro lado, deve estar pronto para administrar seus recursos adequadamente, evitando o endividamento.

Estas considerações alinham-se aos estudos citados no início deste texto sobre a influência de estresse, materialismo e autoestima na compra compulsiva de adolescentes e finanças comportamentais, materialismo e consumo em jovens e adolescentes (MEDEIROS et al., 2015; HAUBERT; LIMA; LIMA, 2014; SANTOS; SOUZA, 2013; SANTOS; FERNANDES, 2011). Assim, afirma-se que os valores atribuídos ao dinheiro (Hipótese 4) mediam totalmente a relação entre materialismo e endividamento, reforçando a importância do estudo das finanças comportamentais e da própria educação financeira.

Concordando com Potrich e outros (2014), Lobão (2012), Yoshinaga e outros (2008), este estudo sugere que novas teorias são necessárias para que se possa compreender melhor uma gama de importantes fenômenos na área de finanças. Uma abordagem comportamental das finanças, e por consequência do endividamento, pode influenciar positivamente neste aspecto, na sociedade. A elaboração de estudos empíricos é fundamental para ampliar o entendimento da influência dos fatores subjetivos na racionalidade do indivíduo. Cada vez mais atual, aspectos relacionados ao dinheiro ganham força na vida de cada pessoa, pois podem influenciar ou serem influenciados por uma gama de comportamentos sociais e pessoais significativos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em relação às características dos jovens, os investigados têm entre 18 e 34 anos, com predomínio do sexo feminino e não possuem dependentes, solteiros e possuem moradia própria e estão cursando curso superior, com renda entre R\$ 788,00 e R\$ 2.500,00 e gastam menos do que ganham. Isso está relacionado com a variável materialismo, visto que, os investigados mostram discordar em possuir objetos e bens caros, que impressionam as outras pessoas, de luxo, comprar tudo o que quer, comprar tudo o que quer, de colocar o dinheiro entre as coisas mais importantes e ser impulsivo. Isso representa uma visão equilibrada, pois sabem o valor do dinheiro, da complexidade em poder formar suas reservas financeiras e honrar suas contas. Mesmo sendo parte integrante de um processo de educação financeira, os investigados mostraram saber exercer o poder de controle e gestão mesmo na informalidade, com o objetivo de comprar bens básicos de maior valor e que proporcionem mais conforto, segurança, que consideram como investimentos, ou seja, imóveis, carros, etc.

Em relação ao valor do dinheiro os investigados mostraram-se discordar em maior parte de que o dinheiro exerce autoridade sobre os outros, que gera desconfiança entre as pessoas, que provoca angústia, que destinaria parte para investir em pesquisas. A dimensão que ganha destaque entre os investigados é concordam que ficam complementemente realizados quando atingirem a situação em que determinam para si mesmo. Isso mostra que no estudo o jovem sabe controlar seu dinheiro para a finalidade e que não usa de poder, autoridade, ganância e outros atributos que envolvem situações constrangedoras perante outras pessoas. Preferem ousar de sua

humildade, confiança e simplicidade e que não basta ter dinheiro, mas sim saber ser inteligente e capaz para perceber suas aspirações e limitações para conquistar o espaço na sociedade.

Em relação à educação financeira, foi possível perceber que a amostra se preocupa em gerenciar melhor do dinheiro, pagar as contas sem atraso, fazem o balanço dos gastos mensais, não utilizam cartão de crédito para possuir dinheiro disponível para despesas, procuram não comprometer a renda para o mês seguinte com compras a prazo, gostam de comprar à vista, e não compram por impulso. Por outro lado, não possuem reservas financeiras para ser utilizada diante de uma eventualidade e não recebem conselhos sobre questões financeiras de familiares e amigos.

Estes dados mostram que a cultura do jovem mesmo não obtendo condições que permitam conhecer métodos e técnicas capazes de exercer a educação financeira, é capaz de fazer com que seu salário se transforme como ativo e passivo diante da posição em que exercem. Exercer o processo de educação financeira é uma tarefa complexa, pois, o incentivo ao consumo, investimentos em publicidade e propaganda, preços, prazos para pagamento, formas de oferta ao consumidor, induzem muitas vezes às compras compulsivas.

Diante disso, cita-se que este estudo confirmou a Hipótese 1, de que a educação financeira influencia de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens; confirmou também a hipótese 2, que estabeleceu que os valores do dinheiro influenciam de maneira positiva e significativa o endividamento de jovens; já a Hipótese 3 foi rejeitada, que previa uma relação de significância positiva entre o Materialismo e a propensão ao endividamento; a Hipótese 4, que instiga que os Valores atribuídos ao dinheiro mediam totalmente a relação entre Materialismo e endividamento também foi confirmada.

Sendo assim, o estudo alcançou os objetivos. A insistência e a divulgação em vários momentos da pesquisa foram necessários para que alcançasse os resultados estimados. Outras limitações referem-se à ausência de outras perguntas que pudessem complementar o estudo de forma mais ampla, como também, método quantitativo não é capaz de entender as intensões das respostas, por apenas realizar análise estatística descritiva.

Como sugestão, fica a disponibilidade de acompanhar e monitorar esses resultados, pois na medida em que o mercado de trabalho sofre interferências sejam elas políticas, econômicas e sociais, pode-se modificar a percepção do jovem em relação às finanças pessoais. Por outro lado, também, essas pesquisas propiciaram investigar um campo que não tem uma visão definida e que pode servir para o desenvolvimento de disciplinas seja ela em diferentes níveis de estudos, bem como para futuros empreendedores desenvolverem negócios com foco nessa faixa etária. Ainda se sugere que seja realizada uma pesquisa qualitativa, para explorar as percepções dos jovens de forma mais ampla e próxima da realidade local, como também, dar sequência nesse estudo por meio de técnicas com regressão e correlação entre as variáveis.

Artigo submetido para avaliação em 15/05/2016 e aceito para publicação em 05/07/2017

REFERÊNCIAS

ALLAIS, M. Le compartement de l'homme rationnel devant le risque, critique des postulats et axiomes de l'ecole Americaine. **Econometrica**, Colombia, v. 21, p. 503-546, 1953.

AMORIM, G. Endividamento familiar, inflação e vendas. **Análise conjuntural**, v. 35, n. 5-6, maio/jun. 2013.

BELK, R. Materialism: the trait aspects of living in the material world. **Journal of Consumer Research**, v. 12, p. 265-281, Dec. 1985.

BORGES, P. R. S.; TIDE, F. Educação Financeira e sua influência no comportamento do consumidor no mercado de bens e serviços. In: ENCONTRO DE PRODUÇÃO CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA, 5., 2010, Campo Mourão. **Anais...** Campo Mourão, PR, 2010.

BRUTES, L.; SEIBERT, R. M. O ensino da Educação Financeira a jovens de escolas públicas de Santo Ângelo. Vivências. **Revista Eletrônica de Extensão das URI**, v. 10, n.18, p. 174-184, maio/2014.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FLORES, S. A. M. **Modelagem de Equações Estruturais Aplicada à Propensão ao Endividamento**: Uma análise de fatores comportamentais. 2012. 192 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, RS, 2012. Disponível em <http://cascavel.ufsm.br/tede/tde_arquivos/2/TDE-2013-07-09T110507Z-4433/Publico/FLORES,%20SILVIA%20AMELIA%20MENDONCA.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2015.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, São Paulo. v. 35, n. 3, p. 105-112, jul./set. 2000.

HAIR, J. F., Jr.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAUBERT, F. L. C.; LIMA, C. R. M.; LIMA, M. V. A. Finanças Comportamentais: uma investigação com base na teoria do prospecto e no perfil do investidor de estudantes de cursos stricto sensu portugueses. **Revista de Ciências da Administração**, v. 16, n. 38, p. 183-195, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Dados sobre a população jovem brasileira**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=149>. Acesso em: 17 nov. 2015.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Dados sobre endividamento das famílias**. 2015, disponível em <<http://www.ipeadata.gov.br/>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Judgment under uncertainty**: heuristics and biases. Cambridge: Cambridge University Press, 1974.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Prospect theory: an analysis of decision under risk. **Econometrica**, v. 47, n. 2, p. 263-29, mar. 1979.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. **Rev. Adm. (São Paulo)**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 169-182, jun., 2015.

LOBÃO, J. F. **Finanças Comportamentais**: quando a economia encontra a psicologia. Coimbra: Actual, 2012.

MEDEIROS, F. G.; DINIZ, I. S. F. N.; COSTA, F. J.; PEREIRA, R. C. F. Influência de Estresse, Materialismo e Autoestima na Compra Compulsiva de Adolescentes. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 19, n. 2, Ed. Especial, p. 137-156, 2015.

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**. Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, 2005.

MULLER, K. O. **Sociedade de Consumo e cultura do endividamento**: Estudo de caso sobre consumidores compulsivos em Porto Alegre, RS. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Ciências sociais). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre. 2010.

OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. **Endividamento e sobre-endividamento das famílias: conceitos e estatísticas para sua avaliação**. Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2002. Disponível em <http://oec.ces.uc.pt/biblioteca/pdf/pdf_estudos_realizados/estudo_parte2%20cap_1.pdf>. Acesso em: 2 set. 2015.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (OECD). Assessing financial literacy in 12 countries an OECD pilot exercise. **OECD Publishing, 2011**. Disponível em: <<http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=114072>>. Acesso em: 02 set. 2015.

PICCINI, R. A. B.; PINZETTA, G. Planejamento financeiro pessoal e familiar. **Unoesc & Ciência - ACSA**, Joaçaba, v. 5, n. 1, p. 95-102, jan./jun. 2014.

POTRICH, A. C. G.; VIEIRA, K. M.; CAMPARA, J. P.; FRAGA, L. D. S.; SANTOS, L. F. O. Educação Financeira dos Gaúchos: Proposição de uma Medida e Relação com as Variáveis Socioeconômicas e Demográficas. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 9, n. 3, p. 109-129, 2014.

Preacher, K. J.; Hayes, A. F. SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. **Behavior Research Methods, Instruments, and Computers**, v. 36, 2004, p. 717-731.

RASSIER, L. H. **Conquiste sua liberdade financeira**: organize suas finanças e faça o seu dinheiro trabalhar para você. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

RICHINS, M.; DAWSON, S. **Consumer values orientation for materialism and its measurement**. **Journal of Consumer Research**, v. 19, p. 303-317, Dec. 1992.

SANTOS, C. P. D.; FERNANDES, D. V. D. H. A socialização de consumo e a formação do materialismo entre os adolescentes. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 1, art. 63, p. 169-203, 2011.

SANTOS, T. D.; SOUZA, M. J. B. Materialismo entre crianças e adolescentes: o comportamento do consumidor infantil de Santa Catarina. **Revista Gestão Organizacional**, v. 6, n. 1, p. 45-58, 2013.

SANTOS, T.; SOUZA, M. J. B. Fatores que influenciam o endividamento de consumidores jovens. **Revista Alcance – Eletrônica**, v. 21, n. 1, jan./mar. 2014.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo. Nobel. 2002.

TOLOTTI, M. **As armadilhas do consumo**: acabe com o endividamento. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

TOLOTTI, M. **As armadilhas do consumo**: saia do vermelho e comece a investir. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

VIEIRA, K. M.; FLORES, S. A. M.; KUNKEL, F. R.; CAMPARA, J. P.; PARABONI, A. L. Níveis de materialismo e endividamento: uma análise de fatores socioeconômicos na mesorregião central do estado no Rio Grande Do Sul. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE**, v. 5, n. 2, p. 1-20, 2014.

WARD, S.; WACKMAN, D. Children's purchase influence attempts and parental yielding. **Journal of Marketing Research**, v. 3, p. 316-320, Aug. 1972.

YOSHINAGA, C. E.; OLIVEIRA, R. F.; SILVEIRA, A. M.; BARROS, L. A. B. C. Finanças Comportamentais: uma introdução. **Revista de Gestão**, v. 15, n. 3, art. 3, p. 25-35, 2008.