

# Insper

**MESTRADO PROFISSIONAL EM ADMINISTRAÇÃO – MPA – 09**

**FERNANDA BRASOLIN**

**A PSICOLOGIA DO CRÉDITO – A INFLUÊNCIA DE VARIÁVEIS PSICOLÓGICAS  
NA PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO**

**SÃO PAULO**

**2017**

**FERNANDA BRASOLIN**

**A PSICOLOGIA DO CRÉDITO – A INFLUÊNCIA DE VARIÁVEIS PSICOLÓGICAS  
NA PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Administração do Insper - Instituto de Pesquisa e Ensino como parte dos requisitos para a obtenção de título de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof. Dra. Adriana Bruscato Bortoluzzo

Co-orientadora: Prof. Dra. Giuliana Isabella

**SÃO PAULO**

**2017**

Brasolin, Fernanda

A Psicologia do Crédito: A influência de variáveis psicológicas na propensão ao endividamento.

38 fls.

Fernanda Brasolin – São Paulo, 2017

Dissertação de Mestrado Profissional em Administração – Insper,  
2017

Orientadora: Prof. Dra. Adriana Bruscato Bortoluzzo

Co-orientadora: Prof. Dra. Giuliana Isabella

1. Crédito 2. Endividamento 3. Fatores Psicológicos 4. Psicologia Econômica I. Autor II. Título

**FERNANDA BRASOLIN**

**A PSICOLOGIA DO CRÉDITO: A INFLUÊNCIA DE VARIÁVEIS PSICOLÓGICAS  
NA PROPENSÃO AO ENDIVIDAMENTO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Administração do Insper Instituto de Pesquisa e Ensino como parte dos requisitos para a obtenção de título de Mestre em Administração.

**DATA DE APROVAÇÃO:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

---

---

*À minha família, que me apoiou também neste momento  
e está sempre ao meu lado....*

## RESUMO

Com o objetivo de aprofundar o entendimento sobre os fatores psicológicos que levam ao endividamento, este trabalho irá investigar a influência de variáveis, trazidas da Psicologia Econômica, na propensão ao endividamento de pessoas físicas. O trabalho contribui para o controle da inadimplência de pessoas físicas. Por meio de um estudo quantitativo, em que a coleta de dados ocorreu através de uma *survey*, contendo questões que mensuraram o perfil psicológico dos indivíduos, assim como dados demográficos e questões sobre endividamento, pretende-se confirmar a relevância estatística destas variáveis. Como principal contribuição da pesquisa deve-se destacar a tentativa de desenvolver um modelo de propensão ao endividamento, selecionando variáveis psicológicas (compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional) que influenciam o comportamento. Foram realizadas duas análises: uma modelagem de equações estruturais, que confirmou as variáveis de centralidade de aquisição (uma das dimensões de materialismo) e comparação social como significativas para o modelo, e uma regressão logística que confirmou as variáveis sucesso (uma das dimensões de materialismo) e estado emocional como significativas para o modelo. Com os resultados obtidos, pode-se conhecer o perfil do novo consumidor e desenvolver ações para prevenir o endividamento e auxiliar os indivíduos que já estão inadimplentes.

**Palavras-chave:** Compras Impulsivas, Materialismo, Comparação Social, Estado Emocional na Compra, Propensão ao Endividamento

## **ABSTRACT**

In order to deepening the understanding of the psychological factors that lead to indebtedness, this paper will investigate the influence of variables, from Economic Psychology, on the propensity to indebtedness of individuals. The work contributes to the improvement of the understanding of delinquency control of individuals. Through a quantitative study, in which the data collection took place through a survey containing questions that measured the psychological profile of the individuals, as well as demographic data and questions about indebtedness, we intend to confirm the statistical relevance of these variables. Two analyses were carried out: a structural equation modeling, which confirmed centrality of acquisition and a social relation as significant for the model, and a logistic regression that confirmed success variable (one of the dimensions of materialism), and emotional state as significant for the model. The main contribution of the research is the attempt to develop a model of propensity for indebtedness, selecting psychological variables (impulsive purchases, materialism, social comparison and emotional state) that influence behavior. With this, one can know the profile of the new consumer and take actions to prevent indebtedness and assist individuals who are already in default.

**Keywords:** Impulsive Purchases, Materialism, Social Comparison, Emotional State in Purchasing, Indebtedness Propensity.

## SUMÁRIO EXECUTIVO

No Brasil, nos últimos dez anos, a porcentagem do crédito em relação ao PIB (Produto Interno Bruto) pulou mais de 30 pontos percentuais - de 24,7% para 55,2%. Mesmo assim, ainda está bem abaixo das taxas praticadas por países desenvolvidos, onde o crédito frequentemente ultrapassa 100% do PIB.

Com o aumento de consumidores endividados no mercado, estudar os fatores que influenciam a propensão ao endividamento é um aspecto relevante, principalmente para as instituições financeiras que concedem crédito, pois reforça a atenção aos índices de inadimplência. Percebe-se uma mudança nos hábitos de consumo das famílias, pois em um mundo sem restrições de financiamento, as famílias têm liberdade de escolher o consumo desejado e aumentam as dívidas, segundo estudo da Serasa Experian, no primeiro semestre de 2014, os inadimplentes no Brasil (dívidas acima de R\$ 200,00 e atraso superior a 90 dias) totalizaram 35 milhões de pessoas, o equivalente a 24,5% da população. A expansão do crédito reforça a atenção à importância da mensuração do risco de crédito e preocupação com índices de inadimplência.

O presente trabalho contribui para o controle da inadimplência de pessoas físicas e utilizou a Psicologia Econômica para ajudar na definição das variáveis psicológicas, aborda a influência de compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional na propensão ao endividamento.

Há vários fatores de cunho psicológico e comportamental que podem impactar a propensão ao endividamento, indivíduos com determinado perfil têm mais propensão a se endividarem ou terem problemas com dívidas. O perfil de endividamento está relacionado com a fase do ciclo de vida em que os indivíduos se encontram, e considera aspectos como idade, estado civil, entre outros. Existem diferenças nos hábitos de consumo da sociedade atual, se comparada com gerações passadas. As pessoas são mais valorizadas pelo que possuem ou pelo que podem chegar a possuir, e à facilidade de crédito disponível colabora com este cenário. O aumento do crédito e incentivo à compra têm resultado em alto nível de endividamento, gerando um problema de ordem social da chamada “sociedade do consumo”.

Dado o contexto econômico atual, qualquer contribuição marginal que ajude a mitigar a inadimplência e as perdas de crédito torna-se relevante. A contribuição principal desta pesquisa será a tentativa de desenvolver um modelo de propensão ao endividamento com variáveis psicológicas que influenciam o comportamento. Isso ajuda a conhecer o perfil do



consumidor, para assim serem desenvolvidas ações que previnam o endividamento e auxiliem os indivíduos que já estão inadimplentes.

Para entender se as variáveis psicológicas influenciam na propensão ao endividamento foi realizado um estudo quantitativo, em que a coleta de dados ocorreu através de um questionário de autopreenchimento. As questões mensuraram características demográficas e o perfil psicológico e comportamental dos indivíduos, através de escalas psicológicas de compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional na compra sob a ótica de propensão ao endividamento, numa amostra proporcional da cidade de São Paulo (n=202) com relação a gênero, classe social e idade acima de 18 anos.

Duas análises foram realizadas: a primeira, por meio da técnica multivariada de modelagem de equações estruturais, que é capaz de examinar simultaneamente uma série de relações de dependência. A segunda, por meio de regressão logística, que teve como objetivo verificar a predição de uma pessoa a ter um endividamento (variável categórica binária: sim e não).

Na técnica de equações estruturais foram identificadas as variáveis centralidade de aquisição (uma das dimensões de materialismo) e comparação social como significativas para o modelo.

As hipóteses que se referem a compras impulsivas, sucesso (primeira dimensão de materialismo), felicidade (terceira dimensão de materialismo) e estado emocional negativo na propensão ao endividamento, não foram sustentadas na técnica de equações estruturais.

Para aproveitar os dados coletados, foi realizada uma regressão logística, onde foi verificado o endividamento de fato, através de uma pergunta sobre financiamento como proxy de endividamento, sendo esta a variável dependente do modelo. A regressão logística também verifica se a escala de endividamento captura o endividamento propriamente dito.

Neste estudo, os escores de sucesso e felicidade (duas das dimensões de materialismo) possuem relação positiva com endividamento. E as hipóteses referentes a influência de compras impulsivas, centralidade (segunda dimensão de materialismo), comparação social e estado emocional negativo não foram sustentadas nesta análise.

Como principal contribuição da pesquisa deve-se destacar a tentativa de desenvolver um modelo de propensão ao endividamento selecionando variáveis psicológicas que influenciam o comportamento. Com isso, pode-se conhecer o perfil do novo consumidor e desenvolver ações para prevenir o endividamento e auxiliar os indivíduos que já estão inadimplentes. A pesquisa também pretende auxiliar o consumidor, ao identificar que indivíduos materialistas e que se comparam socialmente com outros, são mais propensos ao endividamento. Dessa

forma, o indivíduo deve ter mais cautela ao solicitar um empréstimo, se perceber possuir essas características psicológicas no seu momento de vida. Também colabora com o entendimento de risco de crédito para pessoas físicas, ao incluir variáveis que podem aumentar a precisão da previsão dos modelos de crédito.

Investigou-se a propensão ao endividamento na cidade de São Paulo, sendo necessário ampliar o estudo para seu aprofundamento. Apesar dos problemas apontados, endividamento é um tema de grande relevância, que vem recebendo cada vez mais atenção, graças à expansão do crédito e, conseqüentemente, aumento da inadimplência. Sendo assim, seria interessante ampliar o estudo, investigando outras populações, a fim de entender os principais aspectos que levam ao endividamento.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	8
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	11
2.1 ENVIDAMENTO .....	11
2.2 PSICOLOGIA ECONÔMICA .....	12
2.2.1 COMPRAS IMPULSIVAS.....	13
2.2.2 MATERIALISMO .....	14
2.2.3 COMPARAÇÃO SOCIAL .....	15
2.2.4. ESTADO EMOCIONAL NA COMPRA.....	16
3. METODOLOGIA .....	17
4. RESULTADOS.....	19
4.1 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA.....	19
4.2 AVALIAÇÃO DAS ESCALAS .....	21
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES .....	26
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	29
7. APÊNDICES.....	33

## 1. INTRODUÇÃO

Com o objetivo de aprofundar o entendimento de fatores que levam ao endividamento, esse trabalho irá utilizar a Psicologia Econômica, que de acordo com Ferreira (2007) é definida como o estudo do comportamento econômico de indivíduos e grupos, e acrescenta um enfoque mais abrangente à economia, que não seria suficiente para explicar os fenômenos econômicos inspirados pelo comportamento humano. A Psicologia Econômica ajudou na definição das variáveis utilizadas no modelo proposto neste trabalho, que irá discutir sobre endividamento a partir de dados demográficos e financeiros, mas também, por motivações psicológicas.

Há vários fatores de cunho psicológico e comportamental que podem impactar a propensão ao endividamento do indivíduo. A literatura ilustra que indivíduos com determinado perfil têm mais propensão a se endividarem ou terem problemas com dívidas (SILVA, 2011). De acordo com Frade et al.(2008), o perfil de endividamento está relacionado com a fase do ciclo de vida em que os indivíduos se encontram, e apontam aspectos como idade, estado civil, entre outros. A pesquisa de Silva utilizou as variáveis psicológicas de valor do dinheiro (através da escala de significado do dinheiro – EDS), auto-eficácia, locus de controle, otimismo, autoestima, compras impulsivas, comparação social, educação financeira, comportamento de consumo e autocontrole, e as escalas significativas foram de EDS, auto-eficácia e comprador compulsivo. Já o presente trabalho aborda a influência de compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional na propensão ao endividamento.

Existem diferenças nos hábitos de consumo da sociedade atual, se comparada com gerações passadas. As pessoas são mais valorizadas pelo que possuem ou pelo que podem chegar a possuir, devido à facilidade de crédito disponível (SILVA, 2008). De acordo com os estudos de Slomp (2008), o aumento do crédito e incentivo à compra têm resultado em alto nível de endividamento, gerando um problema de ordem social da chamada “sociedade do consumo”.

O crédito facilita a vida moderna e estimula a economia. Dentre suas funções, facilita o consumo e permite o crescimento de empresas que não possuem recursos próprios. Existem teorias que argumentam a influência do crédito no desenvolvimento de um país (CAOUILLE et al, 2009), porém também contribui para o aumento de consumidores endividados no mercado.

No Brasil, nos últimos dez anos, a porcentagem do crédito em relação ao PIB (Produto Interno Bruto) pulou mais de 30 pontos percentuais - de 24,7% para 55,2%. Mesmo assim, ainda está bem abaixo das taxas praticadas por países desenvolvidos, onde o crédito frequentemente ultrapassa 100% do PIB. O crescimento no volume de empréstimos para pessoas físicas neste período foi de 766,7% e chegou a 715.264 milhões de reais em junho de 2013 (ANEFAC, 2013).

Com o aumento de consumidores endividados no mercado, estudar os fatores que influenciam a propensão ao endividamento é um aspecto relevante, principalmente para as instituições financeiras que concedem crédito, pois reforça a atenção aos índices de inadimplência (VIEIRA e FLORES, 2013). Percebe-se uma mudança nos hábitos de consumo das famílias, e de acordo com Dynan e Kohn (2007), em um mundo sem restrições de financiamento, as famílias têm liberdade de escolher o consumo desejado. Percebe-se então um aumento nas dívidas, e segundo estudo da Serasa Experian, no primeiro semestre de 2014, os inadimplentes no Brasil (dívidas acima de R\$ 200,00 e atraso superior a 90 dias) totalizaram 35 milhões de pessoas, o equivalente a 24,5% da população. A expansão do crédito reforça a atenção à importância da mensuração do risco de crédito e preocupação com índices de inadimplência. O risco de crédito tem um crescimento exponencial, decorrente das alterações econômicas, políticas e tecnológicas do ambiente (CAOUILLE et al., 2009).

Para entender se as variáveis psicológicas influenciam na propensão ao endividamento foi realizado um estudo quantitativo, em que a coleta de dados ocorreu através de um questionário de autopreenchimento. As questões mensuraram o perfil psicológico e comportamental dos indivíduos, além de suas características demográficas e propensão ao endividamento. Este trabalho analisa as escalas psicológicas de compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional na compra sob a ótica de propensão ao endividamento, numa amostra proporcional da cidade de São Paulo (n=202) com relação a gênero, classe social e idade acima de 18 anos.

As pesquisas realizadas por psicólogos econômicos sobre crédito, débito ou endividamento buscaram entender o perfil psicológico, principalmente relacionado ao comportamento dos indivíduos com maior propensão a endividar-se e ter problemas com isso. Grande parte das pesquisas foi efetuada com estudantes universitários ou tendo como base situações de dívidas em cartões de crédito.

Dado o contexto econômico atual, qualquer contribuição marginal que ajude a mitigar a inadimplência e as perdas de crédito torna-se relevante. A contribuição principal desta pesquisa será a tentativa de desenvolver um modelo de propensão ao endividamento com variáveis

psicológicas que influenciam o comportamento. Isso ajuda a conhecer o perfil do consumidor, para assim serem desenvolvidas ações que previnam o endividamento e auxiliem os indivíduos que já estão inadimplentes.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 ENDIVIDAMENTO**

Atualmente, o crédito atinge todas as camadas da sociedade, e deixou de ser privilégio apenas das classes mais favorecidas. Com isso, o endividamento das famílias aumentou e recebe grande atenção devido ao alto nível de inadimplência. Keese (2012) afirma que a percepção da dívida é afetada pela situação financeira atual e pela expectativa de rendas futuras. Em seu estudo na Alemanha (*Who feels constrained by high debt burdens? – Quem se sente constrangido por um alto endividamento?*), concluiu que algumas das diferenças observadas na percepção da dívida podem ser explicadas por diferenças na satisfação geral com a vida, saúde e traços pessoais. Concluiu também que a percepção da dívida pode não estar relacionada com a situação econômica, e pode induzir ao sofrimento financeiro e restrições de consumo.

Conforme Ponchio (2015), a inclusão financeira e o crescimento do acesso da população ao consumo de bens e serviços, mesmo que financiados, aumenta a possibilidade de escolha do consumidor. Porém, vista por outro prisma, essa disponibilidade de meios de pagamento, como cartão de crédito e débito e cheque especial, quando não acompanhada de políticas de uso consciente, podem levar ao endividamento excessivo e em alguns casos à perda de bem-estar social.

Além de fatores macroeconômicos, como nível de emprego, condições para aumentar a renda, inflação e competitividade entre empresas (PONCHIO, 2015), os aspectos que determinam a propensão ao endividamento são apresentados através de variáveis demográficas e culturais, representadas por idade, gênero, escolaridade, cultura, entre outros, e também por fatores comportamentais, que possuem uma mensuração mais complexa (FLORES, 2012).

De acordo com Davies e Lea (1995), a investigação sobre endividamento, dentro do domínio da economia e psicologia, ganhou destaque com o trabalho de Katona (1975), que elenca três razões que explicam por que uma pessoa pode gastar mais do que ganha: baixa renda, de modo que nem sequer são cobertas despesas essenciais; alta renda, combinada com um forte desejo de gastar e uma falta de vontade de economizar (independentemente da renda).

Entretanto, existem outros fatores psicológicos que podem influenciar no endividamento das pessoas.

O endividamento é influenciado por expectativas pessoais e pelo ambiente sócio-econômico (KEESE, 2012) ou seja, aspectos subjetivos e objetivos. Nesta perspectiva, Vitt (2004) destaca que as decisões financeiras do consumidor envolvem valores psicológicos, físicos e sociais. Alguns valores simplesmente anulam outros que advertem a restrição financeira, como por exemplo o desejo de surpreender uma família com um presente que não se pode pagar ou a decisão de fazer uma viagem cara, financiada através do já sobrecarregado cartão de crédito. Neste trabalho, iremos discutir os aspectos subjetivos da propensão ao endividamento.

A dívida de cartão de crédito tem consequências psicológicas negativas. Elevados níveis de endividamento estão relacionados com baixa autoestima, redução da sensação de bem-estar financeiro e níveis mais elevados de stress (NORVILITIS et al., 2006). Dessa forma, identifica-se a necessidade de compreender quais fatores justificam o aumento do endividamento.

## **2.2 PSICOLOGIA ECONÔMICA**

Psicologia Econômica, como uma disciplina, estuda os mecanismos e processos psicológicos subjacentes ao consumo e outros comportamentos econômicos. Ela lida com preferências, escolhas, decisões e fatores relativos à satisfação de necessidades. Além disso, estuda o impacto de fenômenos econômicos externos sobre o comportamento e o bem-estar humano (MACFAYDEN, 1996). Além disso, preocupa-se com a compreensão da experiência e comportamento humanos em contextos econômicos. Compreende a motivação, percepção, avaliação e processos cognitivos dos consumidores, donos de suas decisões econômicas. A psicologia não é o estudo da alma (psique), mas o estudo do comportamento humano e animal e as determinações e consequências deste comportamento. Em psicologia econômica, comportamento humano é estudado em condições e restrições do ambiente econômico percebido. Comportamento econômico é a função de motivações humanas, percepções, atitudes e expectativas, limitado por condições econômicas (VAN RAAIJ, 1990).

A psicologia econômica fornece possibilidades de compreensão das influências emocionais existentes no consumidor. Ao mesmo tempo, não desconsidera a possibilidade do agente comportar-se de forma racional, considerando seus *insights*, sentimentos e aspectos cognitivos. Assim, tenta mostrar que a tomada de decisão final, em qualquer situação, é do ser

humano. Ou seja, do agente possuidor de racionalidade e aspectos emocionais e cognitivos (AZEVEDO, 2009).

O estudo do comportamento econômico pode representar uma possibilidade de debater fenômenos, de modo a contribuir para políticas econômicas mais justas e apropriadas aos problemas (FERREIRA, 2008), como ao endividamento, foco deste trabalho.

Diante de um cenário em que o consumo muitas vezes se contrapõe aos valores éticos e morais, diversas correntes como a psicologia, a economia e as finanças comportamentais vêm intensificando os seus estudos sobre o comportamento dos indivíduos em relação às decisões financeiras frente às atitudes de comprar, vender, consumir, poupar e se endividar. (MALLMANN et. al., 2009).

No entanto, conforme Macedo Jr. (2003) apud Borsato et al. (2009), o interesse em analisar o comportamento humano no processo de tomada de decisões financeiras remota há mais de um século pela psicologia cognitiva. Esta é parte integrante das teorias de finanças comportamentais e concentra-se em estudar os processos da mente, baseados em como as percepções, convicções e modelos mentais do próprio decisor influenciam e interferem na ação e na decisão escolhida. Ou seja, como as emoções e os fatores psicológicos podem influenciar em suas escolhas.

Dentre as diversas características psicológicas que podem influenciar a propensão ao endividamento, quatro foram escolhidas. Compras impulsivas e comparação social foram escolhidas por não terem sido significativas no trabalho de Silva (2011), e terem uma importante relação com propensão ao endividamento na literatura. Materialismo foi escolhida por ser significativa em estudos anteriores (Ponchio e Vieira e Flores) e estado emocional na compra foi escolhida por ainda não ter sido relacionada com propensão ao endividamento em estudos recentes.

### **2.2.1 COMPRAS IMPULSIVAS**

Compras impulsivas é um termo usado para uma tendência do consumidor de comprar de forma espontânea, não reflexiva, imediata e cinética (ROOK E FISHER, 1995). Compradores com alta impulsividade são mais prováveis a ter lista de compras “abertas”, a serem mais receptivos a ideias de compra súbita e inesperada, e mais aptos a experimentar estímulos de compra espontânea. Eles tendem a ser motivados por uma gratificação imediata e são mais propensos a agir por capricho em uma situação de compra. O comprador de alta



impulsividade também é mais propenso a ser alertado pela proximidade física de um produto desejado e dominado por uma atração emocional a ele. Em casos extremos, o comportamento poder ser totalmente estimulado – termo usado para uma resposta física ou espasmo do consumidor.

Os compradores impulsivos são mais propensos a agir em capricho e para responder afirmativamente e imediatamente aos seus impulsos de compra. Em casos extremos, o comportamento impulsivo é quase inteiramente um estímulo conduzido; um impulso de compra ocorre imediatamente, obtendo-se uma resposta física, ou como Levy (1987) descreve, um "espasmo." Além disso, compradores impulsivos são susceptíveis a impulsos de experiência de compra com mais frequência e intensidade do que outros consumidores. Porém, mesmo os compradores altamente impulsivos não cedem a todas as exigências de compra espontânea. Uma variedade de fatores pode alertar os consumidores da necessidade de imediata deliberação e, conseqüentemente, interromper a transição da sensação impulsiva à ação impulsiva (BETTMAN, 1979).

Fatores como a posição do consumidor na economia, a pressão do tempo, visibilidade social e talvez até mesmo o próprio impulso de compra, podem desencadear a necessidade de avaliar uma compra impulsiva (ROOK e FISHER, 1995).

A compra por impulso pode causar conseqüências negativas para os consumidores. Por exemplo, os indivíduos impulsivos são mais propensos a abusar de seus cartões de crédito (PIROG e ROBERTS, 2007) e com isso se endividarem. O consumidor se vê obrigado a comprar algo naquele momento, regido pela sensação de excitação e urgência. Difere de compras não planejadas por envolver um desejo vivencial para comprar, e se ocorrer com frequência, pode levar o indivíduo ao endividamento (BAUMEISTER, 2002 apud FIGUEIRA e PEREIRA, 2014). A partir desse pressuposto, formula-se a primeira hipótese:

H1: Compra impulsiva influencia a propensão ao endividamento.

### **2.2.2 MATERIALISMO**

Materialismo é a importância atribuída aos bens materiais em alcançar grandes objetivos de vida ou estados (RICHINS, 1999). Materialistas colocam grande importância na aquisição, avaliam o seu próprio sucesso e o dos outros em termos de suas posses, e acreditam que a sua felicidade pessoal depende em parte de aquisição. Dadas estas características, é razoável supor que os materialistas são mais propensos do que outros a esperar que algo de bom aconteça depois de comprarem algo.

Os materialistas constituem um segmento de mercado rentável para vários tipos de bens e serviços (NORUM, 2008). No entanto, há preocupações crescentes de pesquisadores, psicólogos e grupos de consumidores sobre as consequências adversas do materialismo, como a ganância, abuso de gastos em cartão de crédito, acumulação de dívidas, depressão e insatisfação com a vida (TSANG et al., 2014).

Nepomuceno e Laroche (2014) descobriram que quando o materialismo é visto como uma fonte de felicidade, leva os materialistas a incorrer em dívidas pessoais, na medida em que seus saldos bancários estão esgotados.

Os indivíduos com altos níveis de materialismo buscam a riqueza material e estão constantemente atrás de sua próxima aquisição, mesmo que para satisfazê-la tenham que incorrer em dívida (WATSON, 2003).

Richins e Dawson (1992) veem materialismo como um valor do consumidor que envolve crenças e atitudes que orientam a conduta de vida. Baseado na revisão de literatura sobre materialismo e em noções populares sobre o assunto (FOURNIER e RICHINS, 1991), três importantes temas sobre materialismo foram identificados. Esses temas refletem os valores que os consumidores atribuem aos bens materiais e os papéis que esses bens desempenham em suas vidas:

- (1) Posse como definição de “sucesso”, no sentido de que se usa posse como indicador de sucesso e realização na vida, no julgamento de si mesmo e de outros.
- (2) “Centralidade” de aquisição, no sentido de colocar aquisição de bens no centro da vida (*i.e.*, isso dá sentido à vida e orienta os esforços diários).
- (3) Aquisição como a busca da “felicidade”, como a crença de que as posses são essenciais para satisfação e bem-estar na vida.

Vale mencionar que a escala de materialismo de Richins e Dawson (1992) utilizada neste trabalho possui as três dimensões acima descritas.

Para caracterizar como o materialismo se manifesta no contexto de endividamento, foram formuladas as seguintes hipóteses:

H2: Sucesso influencia na propensão ao endividamento.

H3: Centralidade influencia na propensão ao endividamento.

H4: Felicidade influencia na propensão ao endividamento.

### **2.2.3 COMPARAÇÃO SOCIAL**

A suscetibilidade do consumidor à influência interpessoal é assumida como sendo uma característica geral que varia entre os indivíduos e está relacionada a outros traços e características individuais. O construto é definido como a necessidade de se identificar ou melhorar a imagem na opinião de outras pessoas por meio da aquisição e uso de produtos e marcas (BEARDEN et al., 1989).

Influência interpessoal pode ser definida como uma relação sistêmica entre influenciador e influenciado, que ocorre quando o influenciador realiza um processo de influência (eficaz ou não) e quando o influenciado está manifestando efeitos em seu comportamento e/ou estado geral, provocados parcial ou totalmente pelo influenciador (DINIZ e LIMONGI, 2005).

De acordo com Lea et al. (1995) a atitude com relação ao dinheiro mudou no século XX, sendo que sua aceitação social faz parte da vida moderna. Refere-se à cultura do endividamento, onde os indivíduos endividados alegam conhecer mais pessoas ao seu redor endividadas do que não endividadas e acreditam que as dívidas são toleráveis.

A tolerância ou indução ao débito do indivíduo pode agravar se um grupo inapropriado for o seu padrão de referência de consumo (LIVINGSTONE e LUNT, 1992 apud SILVA, 2011). Ao se comparar com pessoas que possuem mais dinheiro, o indivíduo deseja possuir os mesmos objetos e sentir as mesmas emoções que suas referências, mesmo que para isso tenha que se endividar. Vio (2008) também acrescenta que para manter o status as pessoas tendem a endividar-se. A partir daí, elabora-se a quinta hipótese:

H5: Comparação social influencia na propensão ao endividamento.

#### **2.2.4. ESTADO EMOCIONAL NA COMPRA**

Em nossas vidas, os objetos representam muito mais do que posses materiais. Dessa forma, os consumidores adquirem produtos e serviços não só por causa de sua função, mas também pelos valores sociais e emocionais que eles trazem (NORMAN, 2005).

Para Holbrook e Hirschman (1982) o estímulo emocional é um dos maiores motivadores do consumo. Em situações caracterizadas pela forte interação humana, como é o caso de consumo de serviços, pode-se afirmar que os estados afetivos frequentemente estão presentes. Esta sensação de prazer em adquirir um produto é, portanto, um estímulo à compra, e pode desta forma ser associada à propensão ao endividamento.

A escala foi utilizada de forma bidimensional, levando em conta emoções positivas e negativas. Como existe relação entre felicidade (uma das dimensões de materialismo) e

emoções positivas, será utilizada nas análises apenas a escala de emoções negativas. Com base neste argumento, a sexta e última hipótese é criada:

H6: Estado emocional negativo influencia na propensão ao endividamento.

A figura 1 resume e ilustra o modelo conceitual de análise, a partir do qual pode-se perceber as relações de dependência entre as equações.

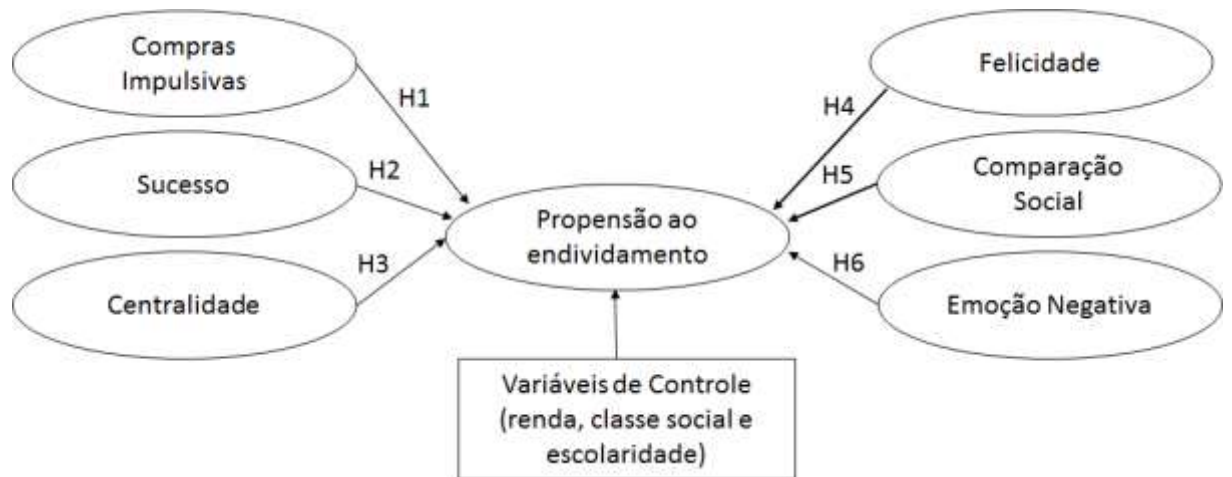


Figura 1 – Modelo Conceitual de Análise

### 3. METODOLOGIA

A coleta de dados foi realizada através de uma empresa de pesquisa – São Paulo Pesquisas – que efetuou o questionário por telefone com 202 participantes da cidade de São Paulo, por meio de uma amostra proporcional com base em sexo e classe social. O questionário conteve 84 questões, e foi composto por quatro escalas psicológicas – materialismo, compras impulsivas, estado emocional na compra e comparação social, utilizadas para mensurar o perfil psicológico dos indivíduos. Foi também aplicada uma escala de propensão ao endividamento, além de características demográficas e questões sobre endividamento.

Os construtos foram medidos por meio de escalas já existentes na literatura. Para propensão de endividamento foi utilizada de forma adaptada a escala de Vieira e Flores. Os itens da escala relacionados à percepção de outras pessoas quanto ao endividamento do indivíduo não foram utilizados neste estudo. Focou-se apenas nos itens (dimensão) da propensão ao endividamento. Para facilitar o entendimento, a escala foi trabalhada de forma invertida, ou seja, quanto maior o escore da escala, maior a propensão ao endividamento. Para a questão de compra impulsiva utilizou-se a escala de Rook e Fisher (1995), composta por nove

itens marcados. A escala de materialismo seguiu o proposto por Richins e Dawson (1992), com 18 itens, divididos em três dimensões (sucesso, centralidade e felicidade). Para comparação social, optou-se por medir a suscetibilidade do consumidor quanto à influência interpessoal por meio da escala de Bearden, Netemeyer e Teel (1989), que contém 12 itens. Todos os itens foram coletados por meio de escala Likert de 5 pontos, sendo 5 o valor correspondente a “concordo totalmente” e 1 a “discordo totalmente”, seguindo seus respectivos autores. A escala de estado emocional, de 9 itens de Diener, Larsen e Emmons (1984), por sua vez, teve 7 pontos, sendo 1 o equivalente a “nada” e 7 a “completamente”. Nesta escala, os participantes relataram seu estado emocional após realizar o financiamento de um veículo ou imóvel. Para as escalas de compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional foi realizada a tradução reversa. Todas as escalas estão presentes no apêndice.

A pesquisa teve natureza descritiva e quantitativa, e teve como análise o uso de procedimentos estatísticos para a produção de inferências a partir de dados amostrais.

Duas análises foram realizadas: a primeira, por meio da técnica multivariada de modelagem de equações estruturais, que é capaz de examinar simultaneamente uma série de relações de dependência (HAIR JR. et al., 2010). A segunda, por meio de regressão logística, que teve como objetivo verificar a predição de uma pessoa a ter um endividamento (variável categórica binária: sim e não).

Equações estruturais é uma técnica estatística que procura explicar a relação entre múltiplas variáveis observadas (itens) e não observadas (construtos). Sendo assim, examina a estrutura de interdependência expressa em uma série de equações, similar a uma série de equações de regressão linear múltipla. Essas equações retratam todas as relações entre os construtos (variáveis dependentes e independentes) envolvidas na análise. Equações estruturais podem ser entendidas como uma combinação única entre as técnicas de análise fatorial e regressão múltipla. (HAIR JR. et al., 2010, pg. 616).

Propensão ao endividamento (ENDIV) foi a variável dependente e as variáveis independentes foram:

1. Compras Impulsivas = IMP
2. Sucesso (primeira dimensão de materialismo) = SUC
3. Centralidade (segunda dimensão de materialismo) = CENT
4. Felicidade (terceira dimensão de materialismo) = FEL
5. Comparação Social = COMP
6. Estado Emocional Negativo= EEMON

Foram utilizadas como variáveis de controle: renda (foi utilizado o log da renda, devido à grande dispersão dos valores de renda), classe social e escolaridade (sendo as duas últimas variáveis dummies).

Aproveitando os dados coletados, foi realizada regressão logística, e utilizou-se como variável binária a existência ou não de endividamento. O endividamento foi coletado no questionário por perguntas como “o(a) Sr.(a) possui algum financiamento?”. Este financiamento poderia ser de longo prazo (por exemplo, um imóvel), ou de curto prazo (carro, aparelho doméstico, eletrônico, etc.). A escala de endividamento e as escalas psicológicas (compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional) foram utilizadas como variáveis independentes, sendo renda (logaritmo), classe social e escolaridade, variáveis de controle.

## **4. RESULTADOS**

### **4.1 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA**

A amostra constituiu-se de 202 pessoas da cidade de São Paulo, sendo 109 do gênero feminino e 93 do gênero masculino; 33 pessoas consideradas da classe social A, 70 da classe B e 99 da classe C. Não foram considerados na amostra pessoas da classe D e E, devido à dificuldade em realizar a pesquisa ao telefone com este público. Quanto ao estado civil, 33 são solteiros, 129 casados, 6 possuem união estável, 15 são divorciados e 17 são viúvos. Em relação à escolaridade, 36 pessoas possuem até o ensino fundamental, 45 possuem segundo grau e 121 têm nível de escolaridade superior completo ou incompleto. Quanto às faixas de renda, 33 pessoas recebem até R\$ 1.500; 81 entre R\$1501 e R\$4500; 55 de R\$4501 a R\$7500, 10 entre R\$7500 e R\$10.500 e 23 acima de R\$10.500. Estes dados são uma amostra proporcional com base em sexo e classe social da cidade de São Paulo e encontram-se na tabela 1.

Ao analisar as medidas descritivas da tabela 1, que também apresenta o escore de endividamento, conclui-se que em relação à classe social, as classes mais baixas possuem maior propensão ao endividamento. A classe C possui a maior propensão ao endividamento, com uma média de 7,57 versus 6,09 da classe B e 5,15 da classe A. Quanto à escolaridade, quanto maior o nível, menor a propensão ao endividamento. O nível fundamental possui o maior escore de propensão ao endividamento (8,06), se comparado com os níveis ensino médio (7,07) e superior (6,09). Em relação à faixa de renda, quanto maior seu nível, menor a propensão ao

endividamento. As faixas 1 – renda até R\$ 1.500,00 e 2 – renda de R\$ 1.501,00 a R\$ 4.500,00 correspondem aos maiores níveis de propensão ao endividamento: 6,79 e 7,72 respectivamente. Já as faixas 3 – R\$ 4.501 a R\$ 7.500, 4 - R\$ 7.501 a R\$ 10.500,00 e 5 - acima de R\$ 10.501, correspondem aos menores níveis de endividamento desta categoria (5,93, 4,60 e 5,39 respectivamente). Quanto ao estado civil, os solteiros e divorciados possuem menor propensão ao endividamento, com escore médio de 6,30 e 6,20 respectivamente, quando comparados aos casados, com escore médio de 6,67, os que vivem em união estável, com escore médio de 7,17 e os viúvos, que possuem escore médio de 7,76. Dessa forma, confirma-se a afirmação de Frade et al., já mencionada neste trabalho, de que o perfil de endividamento está estritamente relacionado à fase do ciclo de vida em que se encontram os indivíduos.

Tabela 1 – Medidas descritivas do escore de propensão ao endividamento, separadas por classe social, escolaridade, faixa de renda e estado civil.

	Média	Desvio Padrão	Contagem
<b>Classe Social</b>			
1 - A	5,15	2,21	33
2 - B	6,09	2,39	70
3 - C	7,57	3,93	99
<b>Escolaridade</b>			
1 - Fundamental	8,06	3,73	36
2 – Ensino Médio	7,07	3,40	45
3 - Superior	6,09	3,06	121
<b>Faixa de Renda</b>			
1 - 0 a 1.500	6,79	2,67	33
2 - 1.501 a 4.500	7,72	4,15	81
3 - 4.501 a 7.500	5,93	2,29	55
4 - 7.501 a 10.500	4,60	0,97	10
5 - Acima de 10.501	5,39	2,55	23
<b>Estado Civil</b>			
1 -Solteiro	6,30	2,88	33
2 - Casado	6,67	3,35	129
3 – União Estável	7,17	4,02	6
4 - Divorciado	6,20	2,65	15
5 - Viúvo	7,76	4,44	17
6 -Outros	4,00	0,00	2

Fonte: Próprio Autor

## 4.2 AVALIAÇÃO DAS ESCALAS

Antes de serem iniciadas as análises propriamente ditas dos dados, verificações de confiabilidade de escala foram realizadas. Por meio do coeficiente Alpha de Cronbach observa-se que todas as escalas possuem confiabilidade aceitável, com valores acima de 0,6, como sugerido por Hair Jr. et al. (2010). O menor Alpha foi de 0,62 para a escala de endividamento e o maior valor foi de 0,79 para a escala de comparação social.

A matriz de correlação entre as variáveis independentes (tabela 2) demonstra que a multicolinearidade é fraca e, portanto, as variáveis podem ser utilizadas em um modelo de regressão.

Vale destacar a direção da correlação entre as variáveis. As duas dimensões de estado emocional: emoção positiva e emoção negativa, possuem correlação negativa com a variável endividamento (score da escala de propensão ao endividamento), o que significa que quanto maior o nível de estado emocional positivo, menor o endividamento, ou seja, quanto mais feliz o indivíduo estiver, menor a sua propensão ao endividamento. O mesmo vale para a variável estado emocional negativo (score da escala de emoções negativas), indicando que, quanto mais triste o indivíduo estiver, menor a sua propensão ao endividamento.

A variável renda apresenta correlação negativa com endividamento (score da escala de propensão ao endividamento), sucesso (score da primeira dimensão da escala de materialismo), centralidade de aquisição (score da segunda dimensão da escala de materialismo), felicidade (score da terceira dimensão da escala de materialismo), impulsividade (score da escala de compras impulsivas) e estado emocional (score da escala de estado emocional). Vale salientar que renda possui correlação positiva apenas com comparação social: quanto maior a renda do indivíduo, mais ele se compara socialmente a outras pessoas. A correlação negativa entre renda e endividamento mostra que quanto maior a renda do indivíduo, menor sua propensão ao endividamento. Renda apresenta correlação negativa com as três dimensões de materialismo (sucesso, centralidade e felicidade), o que indica que quanto maior a renda, menor o nível de materialismo do indivíduo, ou seja, o mesmo não precisa de bens materiais para sentir-se realizado. A correlação negativa entre renda e impulsividade mostra que quanto maior a renda, menor o nível de compras impulsivas. A correlação negativa entre renda e estado emocional indica que quanto maior a renda, menor o nível de estado emocional.

A variável classe social apresenta correlação negativa com estado emocional, comparação social e renda. Quanto maior a classe social e a renda, menor o nível de estado



emocional do indivíduo. E quanto maior a classe social, menor a comparação social. Classe social apresenta correlação positiva com endividamento, materialismo (considerando as três dimensões) e impulsividade, o que significa que quanto maior a classe social, maiores os níveis de propensão ao endividamento, materialismo e compras impulsivas.

A variável escolaridade possui correlação positiva com estado emocional, comparação social e renda. Quanto maior o nível de escolaridade, maiores os níveis de estado emocional, comparação social e renda. Escolaridade possui correlação negativa com endividamento, materialismo (considerando as três dimensões), impulsividade e classe social: quanto maior o nível de escolaridade, menos o indivíduo é propenso ao endividamento, possuindo menor nível de materialismo e compras impulsivas.

As três dimensões de materialismo (sucesso, centralidade e felicidade) possuem correlação positiva com endividamento, o que indica que quanto mais materialista o indivíduo é, maior a sua propensão ao endividamento. Materialismo também possui correlação positiva com impulsividade, ou seja, quanto mais materialista a pessoa é, maior o nível de compras impulsivas. Compras impulsivas também apresenta correlação positiva com estado emocional: quanto maior a impulsividade nas compras, maior o nível de estado emocional.

Todas as correlações possuem fraca intensidade.

Tabela 2 – Matriz de correlação entre as variáveis independentes

	Endiv	Suc	Cen	Fel	Imp	EEmoP	EEmoN	Comp	Ren	Class	Esc
Endiv	1										
Suc	0.185	1									
Cen	0.221	0.333	1								
Fel	0.082	0.372	0.338	1							
Imp	0.245	0.228	0.340	0.206	1						
EEmoP	-0.009	0.081	0.022	0.146	0.176	1					
EEmoN	-0.060	0.238	0,032	0.161	0.130	-0.058	1				
Comp	0.149	0.201	0.282	0.259	0.398	0,028	0,169	1			
Ren	-0.204	-0.120	-0.162	-0.162	-0.146	-0,022	-0.092	0.084	1		
Class	0.281	0.132	0.116	0.271	0.168	0,011	0,068	-	-0.762	1	
Esc	-0.228	-0.220	-0.010	-0.159	-0.026	0,049	-0,001	0.022	0.311	-0.422	1

Nota: Endiv = endividamento, Suc = Sucesso, Cen = Centralidade, Fel = Felicidade, Imp = Impulsivo, EEmoP – Estado Emocional Positivo, EEmoN – Estado Emocional Negativo, Comp = Comparação Social, Ren = Renda, Class = Classe, Esc = Escolaridade.

Em equações estruturais, propensão ao endividamento, compras impulsivas, sucesso, centralidade, felicidade, estado emocional e comparação social foram consideradas variáveis latentes.

As variáveis renda, classe social e escolaridade foram consideradas variáveis de controle, sendo as duas últimas dummies. A tabela 2 sumariza os principais achados do modelo de equações estruturais.

As medidas de ajuste do modelo foram RMSE de 0,058 e CFI de 0,662, sendo aceitáveis. Os valores ideais de RMSEA (*root mean square error of approximation*) são menores do que 0,05 e de CFI (*comparative fit index*) são maiores que 0,90.

Por meio dos gráficos de dispersão entre a variável dependente (propensão de endividamento) e as variáveis independentes pesquisadas, mais a análise de normalidade dos resíduos, observa-se que os dados obtidos não seguem uma distribuição normal. Tal fato é confirmado pelo teste de Shapiro-Wilk ( $p=0,0025$ ), porém considerando o tamanho de amostra ( $n=202$ ) pode-se considerar que os resultados são robustos (WOOLDRIDGE, 2003).

Tabela 3 – Resultados do Modelo de Equações Estruturais

Endiv	Coef.	Erro Padrão	Hipóteses
Imp	0,044	0,138	H1
Suc	0,007	0,113	H2
Cent	0,336*	0,196	H3
Fel	-0,604	0,397	H4
Comp	0,445*	0,242	H5
EEmoN	-0,056	0,113	H6
Log Renda	0,137	0,146	
Classe A	-0,747*	0,394	
Classe B	-0,398*	0,222	
Escol. Fundam.	0,131	0,152	
Escol. Ens. Médio	0,407**	0,173	
Número de Observações	202		

Nota: \* para  $p<0,1$ ; \*\* para  $p<0,05$  e \*\*\* para  $p<0,01$

Na tabela 3 foram identificadas as variáveis centralidade de aquisição (uma das dimensões de materialismo) e comparação social como significativas para o modelo. Ressalta-se que ambas possuem relação positiva e mesma direção, e comparação social apresenta o maior coeficiente (0,445).

Ao verificar essas relações, nota-se que as pessoas com maior centralidade de aquisição (uma das dimensões de materialismo), ou seja, que colocam a aquisição de bens no centro da vida, são mais propensas ao endividamento. Confirma-se, dessa forma, a hipótese 3 do trabalho: a influência de materialismo, através de sua dimensão de centralidade, na propensão ao endividamento. De acordo com Watson (2003) indivíduos materialistas buscam a riqueza

material e estão sempre atrás de sua próxima aquisição, mesmo que para satisfazê-la tenham que incorrer em dívida.

As pessoas com tendência à comparação social, neste estudo definida como a necessidade de se identificar ou melhorar a imagem na opinião de outras pessoas por meio da aquisição de bens, também são mais propensas ao endividamento, e sendo assim, a hipótese 5 do estudo também foi confirmada. De acordo com Vio (2008), para manter o status, as pessoas tendem a endividar-se. Ao se comparar com pessoas de um nível mais elevado, o indivíduo deseja possuir os mesmos objetos que as pessoas de referência, mesmo que isso leve a dívidas.

As hipóteses 1, 2, 4 e 6, que se referem a compras impulsivas, sucesso (primeira dimensão de materialismo), felicidade (terceira dimensão de materialismo) e estado emocional negativo na propensão ao endividamento, não foram sustentadas neste estudo.

As variáveis de controle classe social e escolaridade fundamental também foram significativas para o modelo. Ressalta-se que uma destas variáveis possui relação negativa (classe social). Isto significa que quando ocorre um aumento ou redução na propensão ao endividamento, essa variável possui efeito contrário, ou seja, quanto maior a classe social, menor a propensão ao endividamento; quanto menor a classe social, maior a propensão ao endividamento.

Foram realizadas duas análises diferentes, aproveitando os dados coletados e modelagem de equações estruturais, onde foi analisada a propensão ao endividamento através de uma escala e regressão logística. Foi verificado o endividamento de fato, através de uma pergunta sobre financiamento como *proxy* de endividamento, sendo esta a variável dependente do modelo. A regressão logística também verifica se a escala de endividamento captura o endividamento propriamente dito. A tabela 4 apresenta os resultados da regressão logística.

Tabela 4 – Resultados da regressão logística que utiliza uma pergunta sobre financiamento como *proxy* de endividamento

Resposta: PossuiDívida?	Coef.	ErroPadrão	Odds Ratio	Hipóteses
Imp	-0,023	0,030	0,987	H1
Suc	0,071*	0,043	1,077	H2
Cent	0,018	0,050	1,008	H3
Fel	-0,086*	0,047	0,929	H4
Comp	0,001	0,025	1,001	H5
EEmoN	0,036	0,028	0,961	H6
Endiv	0,027	0,053	1,016	
Log Renda	-0,816*	0,467	0,434	
Classe A	1,578	1,143	4,787	

Classe B	-0,049	0,644	0,942
Escol. Fundam.	-0,083	0,489	0,814
Escol. Ens. Médio	0,286	0,518	1,294
Constante	6,895*	3,638	11278,89
N	202		
Pseudo R <sup>2</sup>	0,075		
$\chi^2$	0,173		

Nota: \* para  $p < 0,1$ ; \*\* para  $p < 0,05$  e \*\*\* para  $p < 0,01$

Na regressão logística foi utilizada a soma das escalas como o escore de cada construto e identificaram-se as variáveis sucesso (primeira dimensão da escala de materialismo), felicidade (terceira dimensão da escala de materialismo) e renda como significativas para o modelo.

Nota-se que apenas a variável renda possui relação negativa com endividamento, o que significa que quanto maior a renda, menor o endividamento, e vice-versa.

Os escores de sucesso e felicidade possuem relação positiva com endividamento, confirmando as hipóteses 2 e 4 deste estudo. A hipótese 2 é a influência de materialismo no endividamento, e a dimensão de sucesso indica que o indivíduo usa posse como indicador de sucesso e realização na vida. Indivíduos materialistas dão grande importância à aquisição, avaliam o seu próprio sucesso e o dos outros através de suas posses e não se preocupam em endividar-se para satisfazer suas vontades. A hipótese 4 é a influência da felicidade no endividamento, entendida como adquirir um bem material como a busca da “felicidade”, como a crença de que as posses são essenciais para satisfação e bem-estar na vida. Confirma-se dessa forma os achados do estudo de Nepomuceno e Laroche (2014), de que quando o materialismo é visto como uma fonte de felicidade, leva os materialistas a se endividarem para encontrar a “tal felicidade”, na medida em que seus saldos bancários estão esgotados para novas aquisições.

As hipóteses 1, 3, 5 e 6 não foram sustentadas nesta análise.

As três dimensões do construto materialismo foram significativas no estudo, na modelagem de equações estruturais confirmou-se a dimensão de centralidade, e na regressão logística confirmaram-se as dimensões de sucesso e felicidade, corroborando, dessa forma, com as evidências da literatura que associam materialismo e endividamento. De acordo com Belk, Ger e Askegaard (2003) apud Ponchio (2015), o desejo de consumir não depende da renda e sabe-se que consumidores de renda mais baixa estão mais suscetíveis ao endividamento em função de menores níveis de reserva financeira. Nos últimos anos, acadêmicos de comportamento do consumidor têm dedicado ampla atenção ao construto materialismo e seu relacionamento com endividamento. Garoarsdóttir e Dittmar (2012) apud Ponchio (2015),

examinaram a relação entre materialismo, endividamento e bem-estar financeiro de consumidores da Islândia. Watson (2003) e Norvilitis et al. (2006) investigaram o efeito do materialismo sobre o endividamento estudantil. Pham, Yap e Dowling (2012) apud Ponchio (2015) descreveram como as atitudes em relação à gestão financeira e ao materialismo predizem comportamentos de compra compulsivos. No contexto brasileiro, Ponchio e Aranha (2008) mostraram que o materialismo é significativo para o endividamento de consumo. Nepomuceno e Laroche (2014) investigaram o impacto do materialismo e de estilos de vida anticonsumistas sobre o endividamento e saldos de contas pessoais (PONCHIO, 2015).

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS E LIMITAÇÕES**

O ponto principal deste trabalho é avaliar a influência das variáveis psicológicas, encontradas na literatura de Psicologia Econômica, na propensão ao endividamento de pessoas físicas.

Conforme Silva (2011) a Psicologia Econômica pretende estudar o comportamento econômico dos indivíduos para compreender como a economia influencia o indivíduo, e como este influencia a economia, tendo como variáveis pensamentos, sentimentos, crenças, atitudes e expectativas. Argumenta também que um dos comportamentos mais analisados pelos estudos dessa disciplina tem sido o ato de se endividar.

Através da leitura do tema endividamento no âmbito da Psicologia Econômica, foram encontrados diversos construtos, escalas e variáveis que poderiam explicar a propensão ao endividamento de pessoas físicas. Porém, neste trabalho foram consideradas compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional. A escolha das variáveis levou em consideração estudos anteriores sobre o tema, onde compras impulsivas e comparação social não haviam sido significativas no trabalho de Silva (2011), porém existem achados de sua relação com endividamento na literatura, materialismo foi escolhida por ser significativa em estudos anteriores (Ponchio e Vieira e Flores) e estado emocional na compra foi escolhida por ainda não ter sido relacionada com endividamento em estudos recentes.

Foram realizadas duas análises distintas: a primeira a partir da técnica de modelagem de equações estruturais, onde foram testadas hipóteses relativas aos fatores psicológicos (compras impulsivas, materialismo, comparação social e estado emocional na compra). Levando em consideração o referencial teórico, construiu-se um modelo composto por 4 hipóteses. Como os fatores psicológicos não podem ser medidos diretamente, utilizaram-se escalas quantitativas.

Nesta análise, o endividamento também não foi medido diretamente, sendo utilizada uma escala de endividamento. A segunda análise foi uma regressão logística, utilizando uma pergunta do questionário relacionada a financiamento (“o (a) Sr.(a) possui financiamento?”), onde a resposta é binária (sim ou não) e captura o endividamento propriamente dito e não sua propensão.

Em equações estruturais, compra impulsiva, sucesso, felicidade e emoção negativa na compra não influenciaram a propensão ao endividamento. Centralidade e comparação social apresentaram resultados significativos, influenciando na propensão ao endividamento. Nesse sentido, pode-se afirmar que a propensão ao endividamento pode ser influenciada por fatores psicológicos, como centralidade de aquisição (segunda dimensão de materialismo) e comparação social. Pessoas materialistas, que colocam a aquisição de bens no centro da vida, conseqüentemente serão mais propensas ao endividamento. Quanto à comparação social, pessoas que tendem a comparar-se socialmente com outras são mais propensas ao endividamento, pois ao se comparar com um indivíduo ou grupo que possui mais dinheiro, o indivíduo tende a endividar-se para tentar manter o mesmo padrão daquele com quem está se comparando. Além disso, variáveis demográficas, como renda, classe social e escolaridade também influenciaram na propensão ao endividamento.

Na regressão logística, sucesso e felicidade apresentaram resultados significativos, exercendo influência no endividamento. Dessa forma, todas as dimensões de materialismo foram confirmadas neste trabalho, que vem a colaborar com os achados da área.

Como principal contribuição da pesquisa deve-se destacar a tentativa de desenvolver um modelo de propensão ao endividamento selecionando variáveis psicológicas que influenciam o comportamento. Com isso, pode-se conhecer o perfil do novo consumidor e desenvolver ações para prevenir o endividamento e auxiliar os indivíduos que já estão inadimplentes. A pesquisa também pretende auxiliar o consumidor, ao identificar que indivíduos materialistas e que se comparam socialmente com outros, são mais propensos ao endividamento. Dessa forma, o indivíduo deve ter mais cautela ao solicitar um empréstimo, se perceber possuir essas características psicológicas no seu momento de vida. Também colabora com o entendimento de risco de crédito para pessoas físicas, ao incluir variáveis que podem aumentar a precisão da previsão dos modelos de crédito.

Como limitação deste estudo pode-se indicar o foco na propensão ao endividamento por meio de auto declaração, utilizando uma escala passível de respostas que não capturem a situação de dívida real do indivíduo. Além disso, não houve questionamento quanto à inadimplência, apenas em relação à existência de dívida através de financiamento. Como

pesquisa futura, sugere-se a consulta ao CPF dos respondentes nos bureaus de crédito (Serasa, Bacen) para saber sua situação real de dívida.

Investigou-se a propensão ao endividamento na cidade de São Paulo, sendo necessário ampliar o estudo para seu aprofundamento. Apesar dos problemas apontados, endividamento é um tema de grande relevância, que vem recebendo cada vez mais atenção, graças à expansão do crédito e, conseqüentemente, aumento da inadimplência. Sendo assim, seria interessante ampliar o estudo, investigando outras populações, a fim de entender os principais aspectos que levam ao endividamento.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANEFAC - Associação Nacional dos Executivos de Finanças. Disponível em: <<https://www.anefac.com.br/uploads/arquivos/pesquisa/2013/abril.pdf>>. Acesso em: 17/02/2017.
- AZEVEDO, P. R. Consumo Sustentável: Possibilidade de equilíbrio entre teoria neoclássica e consumo sustentável, 2009.
- BAUMEISTER, R. O. Y. F. Yielding Impulsive to Temptation : Self-Control Purchasing, and Failure. *The Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676, 2002.
- BEARDEN, W.O.; NETEMEYER, R. G. – Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research. 2 ed. California, 1999.
- BEARDEN, W. O.; NETEMEYER, R. G.; TEEL, J. E. Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of consumer research* 15.4: 473-481, 1989.
- BETTMAN, J. R. Information processing theory of consumer choice. Addison-Wesley Pub. Co., 1979.
- BORSATO, J. et al. Otimismo e excesso de confiança: Um estudo do perfil comportamental dos indivíduos, à luz das finanças comportamentais. XII SEMEAD, 2009.
- CALEIRO, J. P. Crédito pula de 24,7% para 55,2% do PIB em 10 anos. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/economia/noticias/credito-pula-de-24-7-para-55-2-do-pib-em-10-anos>>. Acesso em: 17/02/2017.
- CAOQUETTE, J. B.; ALTMAN, E.; NARAYANAN, P. Gestão do Risco de Crédito: o Próximo Grande Desafio Financeiro (Hastings, A., Trad.). Rio de Janeiro, RJ, Brasil: Qualitymark, 2000.
- CAOQUETTE, J. B. et al. Gestão do risco de crédito: o grande desafio dos mercados financeiros globais. Rio de Janeiro: Qualitymark, SERASA, 2009.
- CHIEN, Y.; DEVANEY, S. The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 2001.
- CROOK, J. N.; EDELMAN, D. B.; THOMAS, L. C. Recent developments in consumer credit risk assessment, 183, 1447–1465, 2007.
- DAVIES, E.; LEA, S. E. G. Student attitudes to student debt. *Journal of Economic Psychology* 16.4: 663-679, 1995.
- DELA COLETA, M. F. Escala multidimensional de locus de controle de Levenson. *Arq. Bras. Psic.*, 39(2), 79–97, 1987.
- DIENER, E.; LARSEN, R. J.; EMMONS, R. A. Person X Situation Interactions: Choice of Situations and Congruence Response Models. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1984.



DINIZ, B. V.; LIMONGI-FRANÇA, A. C. Poder e influência interpessoal nas organizações, 2005.

DYNAN, K. E.; KOHN, D. L. The rise in US household indebtedness: Causes and consequences, 2007.

FERREIRA, V. R. M. Psicologia econômica. *Revista de Administração de Empresas* 47.3, 2007.

FIGUEIRA, R.F; PEREIRA, R. C. F. Devo, não nego, pago quando puder: uma análise dos antecedentes do endividamento do consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 2014.

FLORES, S. A. M.; VIEIRA, K. M.; CORONEL, D. A. Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. *Revista de Administração FACES Journal* 12.2, 2013.

FLORES, S. A. M. Modelagem de equações estruturais aplicada à propensão ao endividamento, 2012.

FOURNIER, S.; RICHINS, M. L. Some Theoretical and Popular Notions Concerning Materialism, 1991.

FRADE, C. Percepção do risco de crédito e endividamento sustentável, 1–13, 2011.

FRADE, C.; JESUS, F.; FERREIRA, T. Um perfil dos sobreendividados em Portugal, 2008.

HAIR JR, J.F. et al. *Multivariate Data Analysis*. 5 ed. New Jersey: Prentice Hall, 2010.

HANLEY, A.; WILHELM, M. S. Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13(1), 5–18, 1992.

HOLBROOK, M. B; HIRSCHMAN, E. C. The experimental aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *The Journal of Consumer Research*, 1982.

KATONA, G. *Psychological economics*. Elsevier, 1975.

KEESE, M. Who Feels Constrained by High Debt Burdens?, 2012.

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*, 16(4), 681–701, 1995.

LEVY, S. J. The Avid Consumer. Speech presented to the Northwestern University Kellogg Graduate School of Management Alumni Association, Chicago, 1987.

LIVINGSTONE, S. M.; LUNT, P. K. Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social and economic determinants. *Journal of Economic Psychology*, 1992.

LUCENA, W. G. L., SANTOS, J. M. A., ASSIS, J. T., SANTOS, M. C., Fatores que influenciam o endividamento e a inadimplência no setor imobiliário da cidade de Toritama. Disponível em: <<http://4www.redalyc.org/articulo.oa?id=481547175009>>. Acesso em: 31/07/2017.

MACFAYDEN, A. J.; MACFAYDEN, H. W.; PRINCE, N. J. Economic stress and psychological well-being: An economic psychology framework. *Journal of Economic Psychology*, 1996.

MALLMANN, E. I. et al. Finanças pessoais: Análise dos gastos e da propensão ao endividamento em estudantes de administração, 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, 2005.

NEPOMUCENO, M. V.; LAROCHE, M. The impact of materialism and anti-consumption lifestyles on personal debt and account balances, 2014.

NORMAN, D.A. Emotional Design: why we love (or hate) everyday things. Nova York: Basic Books, 2005.

NORUM, P. S. Student Internet Purchases. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 2008.

NORVILITIS, J. M. et al. Personality factors, money attitudes, financial knowledge and credit-card debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 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* 15.1, 65-77, 2007.

PONCHIO, M. C. O Efeito Moderador da Educação Financeira sobre a Relação entre Materialismo e Inadimplência de Consumo, 2015.

PONCHIO, M. C.; ARANHA, F. Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements, 2008.

PRINCE, M. Self-concept, money beliefs and values. *Journal of Economic Psychology*, 14(1), 161–173, 1993.

RICHINS, M. L. Possessions, materialism, and other-directedness in the expression of self. *Consumer value: A framework for analysis and research*: 85-104, 1999.

RICHINS, M. L. Spending: Implications for Credit Use. November, 2011.

RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Chicago Journals*, 1992.

ROOK, D. W.; FISHER, R. J. Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305–313, 1995.

SERASA EXPERIAN – Mapa da Inadimplência no Brasil em 2014. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/estudo-inadimplencia/#mapa>>. Acesso em: 30/11/2016.

SCHRICKEL, W. K. *Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos*, 4ed., São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, P. R. *Psicologia do Risco de Crédito: Análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring*, 2011.

SILVA, P. N. *Desafios da inclusão do jovem na sociedade de consumo: as alternativas encontradas por jovens da periferia da zona oeste de São Paulo/SP*. Universidade de São Paulo, 2008.

SLOMP, J. Z. F. Endividamento e consumo. *Revista Relações de Consumo*. 109-131, 2008.

TANG, T. L. P. The development of a short Money Ethic Scale: Attitudes toward money and pay satisfaction revisited. *Personality and Individual Differences*, 1995.

TSANG, J. et al. Why are materialists less happy? The role of gratitude and need satisfaction in the relationship between materialism and life satisfaction, 2014.

THOMAS, L. C.; EDELMAN, D. B.; CROOK, J. N. *Credit scoring and its applications*. Society for industrial and Applied Mathematics, 2002.

TOKUNAGA, H. The use and abuse of consumer credit: Application of psychological theory and research. *Journal of Economic Psychology*, 1993.

TORRES, G.; MONTEIRO, R.; ARICA, J. Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach, 11(1973), 85–103, 2010.

VAN RAAIJ, W. F.; GIANOTTEN, H. J. Consumer confidence, expenditure, saving, and credit. *Journal of Economic Psychology*, 1990.

VIO, B. B. *Credit beyond rationality*. Dissertation of Master of Science–Advanced Study in Economic and Consumer Psychology of University of Exeter, Exeter, 2008.

VITT, L. A. *Consumers financial decisions and the psychology of values*, 2004.

WATSON, J. J. The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt. *Journal of Economic Psychology*, 2003.

WOOLDRIDGE, J. M. *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. 2 ed. South-Western College Pub., 2003.

## 7. APÊNDICES

### Apêndice I – Escalas Utilizadas

#### Escala Adaptada de Propensão ao Endividamento de Vieira e Flores

1. Não é certo gastar mais do que ganho.
2. É melhor primeiro juntar dinheiro e depois só gastar.
3. Eu sei exatamente o quanto devo em lojas, cartão de crédito ou banco.
4. É importante saber controlar os gastos da minha casa.

#### Escala de Compra Impulsiva de Rook e Fisher (1995)

1. Eu costumo comprar coisas espontaneamente.
2. “Apenas faço isto” descreve a forma que eu compro coisas.
3. Eu costumo comprar coisas sem pensar.
4. “Eu vejo, eu compro” me descreve.
5. “Comprar agora, pensar sobre isso depois” me descreve.
6. Às vezes eu sinto que compro coisas no impulso do momento.
7. Eu compro coisas de acordo com o que sinto no momento.
8. Eu planejo cuidadosamente a maioria das minhas compras. \*
9. Às vezes eu sou um pouco imprudente sobre o que compro.

\*Pontuação reversa.

#### Escala de Materialismo de Richins e Dawson (1992)

Dimensão: Definindo Sucesso

1. Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.
2. Algumas das realizações mais importantes da vida incluem adquirir bens materiais.
3. Não coloco muita ênfase na quantidade de objetos materiais que as pessoas possuem como sinal de sucesso. \*
4. As coisas que eu possuo dizem muito sobre o quão bem estou indo na vida.
5. Gosto de possuir coisas que impressionem as pessoas.
6. Eu não dou muita atenção aos objetos materiais que as outras pessoas possuem.

Dimensão: Centralidade de Aquisição

1. Eu costumo comprar apenas as coisas que eu preciso. \*
2. Tento manter minha vida simples, no que diz respeito às posses. \*
3. As coisas que eu possuo não são tão importantes para mim. \*

4. Gosto de gastar dinheiro em coisas que não são práticas.
5. Comprar coisas me dá muito prazer.
6. Gosto de muito luxo em minha vida.
7. Coloco menos ênfase nas coisas materiais do que a maioria das pessoas que eu conheço. \*

Dimensão: Busca da Felicidade

1. Tenho todas as coisas que realmente preciso para aproveitar a vida. \*
2. Minha vida poderia ser melhor se eu tivesse certas coisas que não tenho.
3. Eu não seria mais feliz se eu possuísse coisas mais agradáveis. \*
4. Eu seria mais feliz se eu pudesse comprar mais coisas.
5. Às vezes me incomoda um pouco não poder me dar ao luxo de comprar todas as coisas que eu gostaria.

\*Pontuação reversa

#### **Escala de Influência Interpessoal de Bearden, Netemeyer e Teel (1989)**

1. Costumo consultar outras pessoas para me ajudar a escolher a melhor alternativa disponível de um produto.
2. Se eu quiser ser como alguém, eu costumo tentar comprar as mesmas marcas que esta pessoa compra.
3. É importante que os outros gostem dos produtos e marcas que eu compro.
4. Para ter certeza que eu comprei o melhor produto ou marca, eu costumo observar o que os outros estão comprando e usando.
5. Eu raramente compro o estilo de moda mais recente até ter certeza de que meus amigos irão aprová-lo.
6. Eu costumo me identificar com outras pessoas quando compro os mesmos produtos e marcas que elas compram.
7. Se eu tenho pouco experiência com um produto, eu costumo perguntar aos meus amigos sobre o produto.
8. Quando eu compro produtos, geralmente compro as marcas que eu acho que os outros aprovarão.
9. Gosto de saber quais marcas e produtos causam boas impressões nos outros.
10. Costumo recolher informações de amigos ou familiares sobre um produto antes de comprá-lo.

11. Se outras pessoas podem me ver usando um produto, costumo comprar a marca que elas esperam que eu compre.
12. Eu alcanço um sentido de pertencer adquirindo os mesmos produtos e marcas que os outros compram.

Os fatores normativos são os itens 2, 3, 5, 6, 8, 9, 11 e 12; os fatores informacionais são os itens 1, 4, 7 e 10.

### **Escala de Estado Emocional de Diener, Larsen e Emmons (1984)**

Qual o seu estado emocional após realizar o financiamento de um veículo ou imóvel?

1. Feliz
2. Preocupado
3. Ansioso
4. Frustrado
5. Satisfeito
6. Irritado
7. Com Prazer
8. Infeliz/Deprimido
9. Alegre

### **Apêndice II - Questionário Completo**

**P1 - Qual seu gênero? (RU)**

- 1 - Feminino
- 2 - Masculino

**P2 - Qual sua profissão? \_\_\_\_\_ (RU)**

**P3 - Qual o ano do seu nascimento? \_\_\_\_\_ (RU)**

**P6 - Qual sua renda mensal (valor líquido sem imposto)? (Se o respondente não souber exatamente, peça o valor aproximado) (RU)**

- 1 - De R\$ 0 a R\$ 880 reais
- 2 - De R\$ 881 a R\$ 1.760 reais
- 3 - De R\$ 1.761 a R\$ 2.640 reais

- 4 - De R\$ 2.641 a R\$ 3.520 reais
- 5 - De R\$ 3.521 a R\$ 4.400 reais
- 6 - De R\$ 4.401 a R\$ 5.280 reais
- 7 - De R\$ 5.281 a R\$ 6.160 reais
- 8 - De R\$ 6.160 a R\$ 7.040 reais
- 9 - De R\$ 7.041 a R\$ 7.920 reais
- 10 - De R\$ 7.920 a R\$ 8.800 reais
- 11 - De R\$ 8.801 a R\$ 10.560 reais
- 12 - Acima de R\$ 10.560 reais
- 13 - RECUSA

**P8 - Você possui algum bem financiado (imóvel, automóvel, eletrodoméstico, armários, etc.) ? PODE MARCAR MAIS DE UMA (se for mais fácil por telefone realizar esta pergunta aberta, e depois a gente faz a categoria, não há problema. Ex. Você tem algum bem financiado? Quais seriam? – escrever todos eles). – Se a pessoa disser "não tenho nenhum", explique que compra com cartão de crédito parcelado é considerado financiamento. (RM)**

- 1 - Não
- 2 - Sim – Imóvel
- 3 - Sim – Automóvel
- 4 - Sim – Eletrodoméstico (Geladeira, Televisão, etc.). Quais: \_\_\_\_\_
- 5 - Sim – Bens como armários, cama, colchões, etc. Quais: \_\_\_\_\_
- 6 - Sim – Outros \_\_\_\_\_

*Vou ler algumas afirmações e gostaria que me dissesse o quanto você concorda ou discorda delas.*

*Para isso vamos utilizar uma escala imaginária de 5 pontos, onde 1 significa que você DISCORDA TOTALMENTE e 5 significa que você CONCORDA TOTALMENTE.*

1	2	3	4	5
Discordo Totalmente	Discordo Parcialmente	Nem discorda nem concorda	Concordo Parcialmente	Concordo Totalmente

***Sendo assim, o quanto você concorda com: (RU para cada variável)***

24. Não é certo gastar mais do que ganho.
25. É melhor primeiro juntar dinheiro e depois só gastar.
26. Eu sei exatamente o quanto devo em lojas, cartão de crédito ou banco.
27. Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas.
28. Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista.
29. É importante saber controlar os gastos da minha casa.
30. Prefiro pagar parcelado mesmo que no total seja mais caro.
31. As pessoas ficariam desapontadas comigo se soubessem que eu tenho dívida.
32. Não tem problema ter dívida se eu sei que posso pagar.
33. Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.
34. Algumas das realizações mais importantes da vida incluem adquirir bens materiais.
35. Não coloco muita ênfase na quantidade de objetos materiais que as pessoas possuem como sinal de sucesso. \*
36. As coisas que eu possuo dizem muito sobre o quão bem estou indo na vida.
37. Gosto de possuir coisas que impressionem as pessoas.
38. Eu não dou muita atenção aos objetos materiais que as outras pessoas possuem.
39. Eu costumo comprar apenas as coisas que eu preciso. \*
40. Tento manter minha vida simples, no que diz respeito às posses. \*
41. As coisas que eu possuo não são tão importantes para mim. \*
42. Gosto de gastar dinheiro em coisas que não são práticas.
43. Comprar coisas me dá muito prazer.
44. Gosto de muito luxo em minha vida.
45. Coloco menos ênfase nas coisas materiais do que a maioria das pessoas que eu conheço. \*
46. Tenho todas as coisas que realmente preciso para aproveitar a vida. \*
47. Minha vida poderia ser melhor se eu tivesse certas coisas que não tenho.
48. Eu não seria mais feliz se eu possuísse coisas mais agradáveis. \*
49. Eu seria mais feliz se eu pudesse comprar mais coisas.



50. Às vezes me incomoda um pouco não poder me dar ao luxo de comprar todas as coisas que eu gostaria.
51. Eu costumo comprar coisas espontaneamente.
52. “Apenas faço isto” descreve a forma que eu compro coisas.
53. Eu costumo comprar coisas sem pensar.
54. “Eu vejo, eu compro” me descreve.
55. “Comprar agora, pensar sobre isso depois” me descreve.
56. Às vezes eu sinto que compro coisas no impulso do momento.
57. Eu compro coisas de acordo com o que sinto no momento.
58. Eu planejo cuidadosamente a maioria das minhas compras.
59. Às vezes eu sou um pouco imprudente sobre o que compro.
60. Costumo consultar outras pessoas para me ajudar a escolher a melhor alternativa disponível de um produto.
61. Se eu quiser ser como alguém, eu costumo tentar comprar as mesmas marcas que esta pessoa compra.
62. É importante que os outros gostem dos produtos e marcas que eu compro.
63. Para ter certeza que eu comprei o melhor produto ou marca, eu costumo observar o que os outros estão comprando e usando.
64. Eu raramente compro o estilo de moda mais recente até ter certeza de que meus amigos irão aprová-lo.
65. Eu costumo me identificar com outras pessoas quando compro os mesmos produtos e marcas que elas compram.
66. Se eu tenho pouco experiência com um produto, eu costumo perguntar aos meus amigos sobre o produto.
67. Quando eu compro produtos, geralmente compro as marcas que eu acho que os outros aprovarão.
68. Gosto de saber quais marcas e produtos causam boas impressões nos outros. Costumo recolher informações de amigos ou familiares sobre um produto antes de comprá-lo.
69. Se outras pessoas podem me ver usando um produto, costumo comprar a marca que elas esperam que eu compre.
70. Eu alcanço um sentido de pertencer adquirindo os mesmos produtos e marcas que os outros compram.

**Por favor, me diga como você se sente após realizar o financiamento de um veículo ou imóvel.**

**Para isso vamos utilizar uma escala imaginária de 7 pontos, onde 1 significa NADA e 7 significa COMPLETAMENTE.**

**Sendo assim, você se sente...: (RU para cada variável)**

- 71. Feliz
- 72. Preocupado
- 73. Ansioso
- 74. Frustrado
- 75. Satisfeito
- 76. Irritado
- 77. Com Prazer
- 78. Infeliz/Deprimido
- 79. Alegre

**P80 - Qual seu estado civil? (RU)**

- 1 - Solteiro (a)
- 2 - Casado (a)
- 3 - União Estável
- 4 - Divorciado (a)
- 5 - Viúvo (a)
- Outros \_\_\_\_\_

**P81 - Quantos filhos você tem? \_\_\_\_\_**

**P82 - Tem outros dependentes financeiros (pessoas que residem na mesma casa que você e dependem da sua renda)? (RU)**

- 1 - Não tenho
- 2 - Sim, tenho 1 pessoa
- 3 - Sim, tenho 2 pessoas
- 4 - Sim, tenho 3 pessoas
- 5 - Sim, tenho 4 pessoas
- 6 - Sim, tenho mais que 5 pessoas

**P83 - Quantas pessoas na sua casa trabalham?** \_\_\_\_\_

**P84 - Qual a sua escolaridade? (RU)**

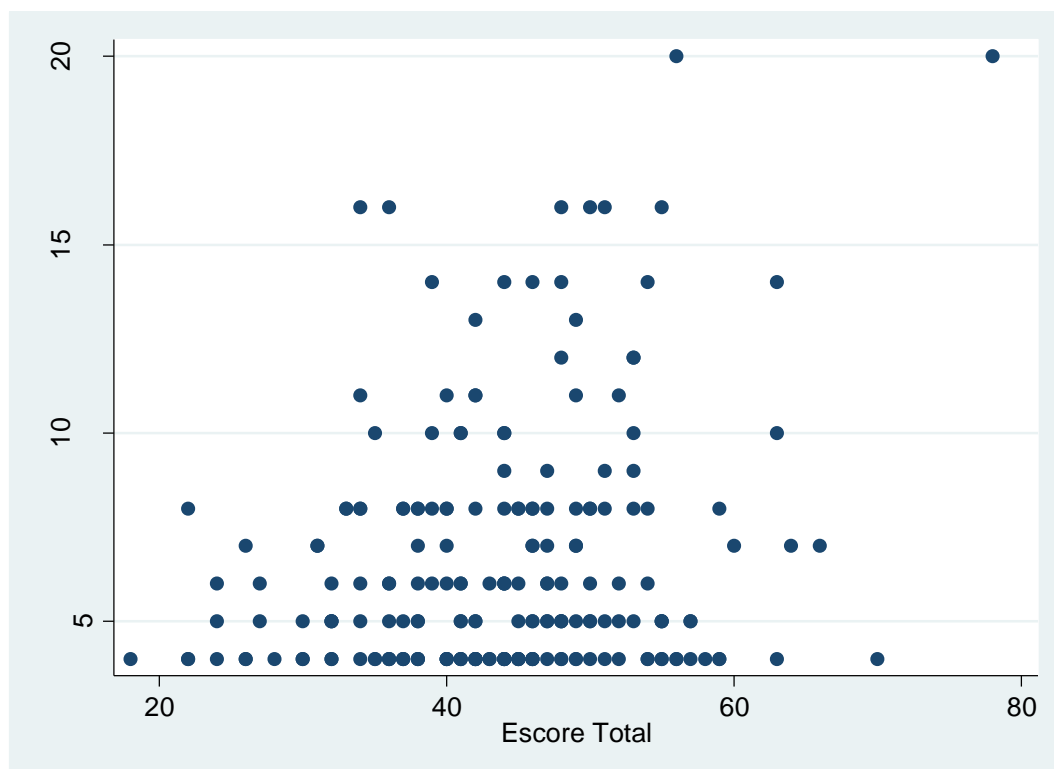
- 1 - Fundamental incompleto
- 2 - Fundamental completo
- 3 - Colegial (ensino médio) incompleto
- 4 - Colegial (ensino médio) completo
- 5 - Faculdade incompleto
- 6 - Faculdade completo
- 7 - Pós-graduação incompleto
- 8 - Pós-graduação completo
- 9 - Mestrado completo
- 10 - Doutorado completo

Obrigada pela sua participação.

### Apêndice III - Gráficos

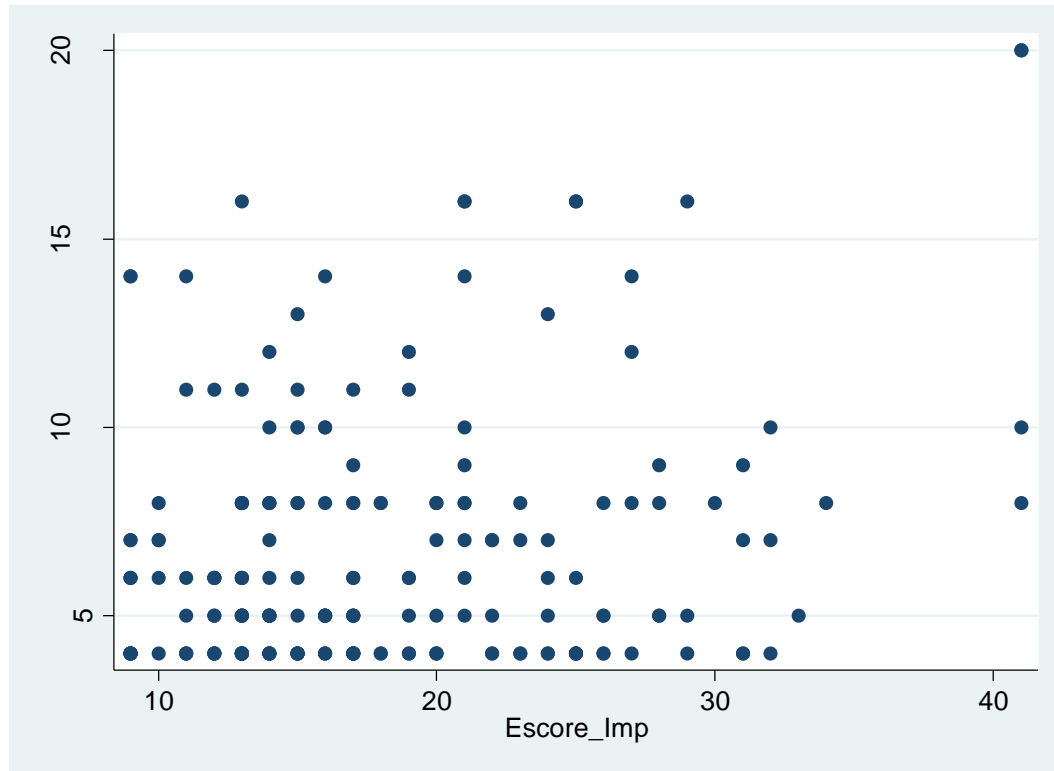
Gráficos de dispersão entre a variável dependente e as independentes.

*Gráf. 1 - Gráfico de dispersão entre propensão ao endividamento e materialismo*

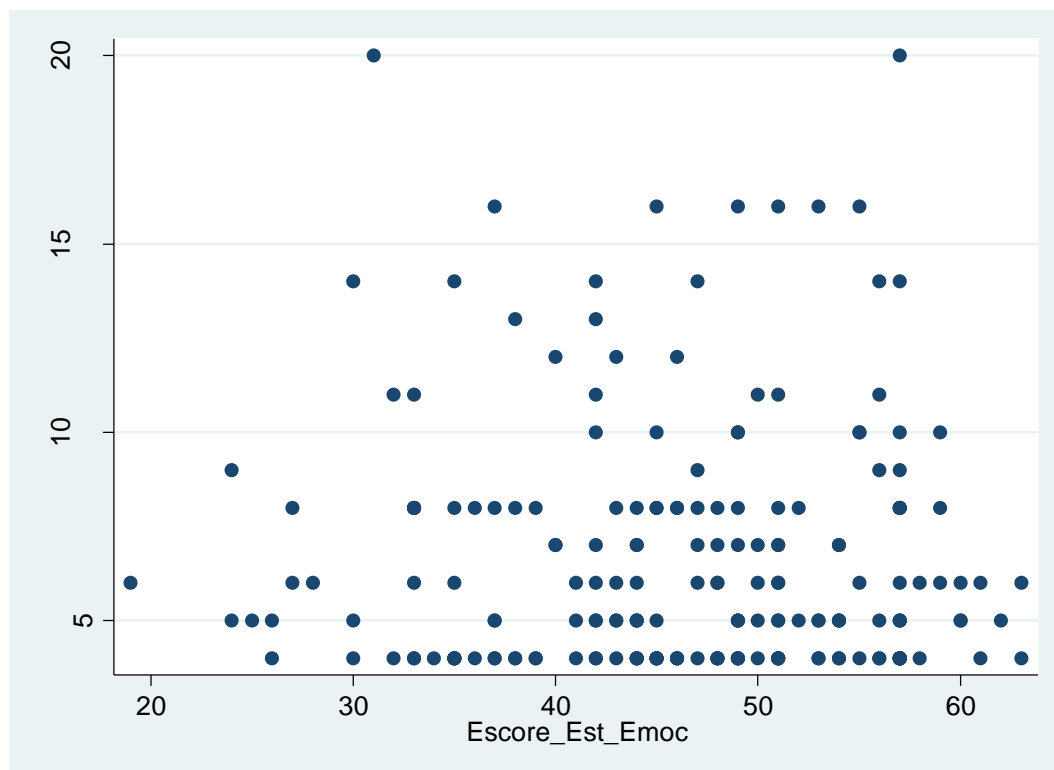


Fonte: Próprio Autor

Gráf. 2 - Gráfico de dispersão entre propensão ao endividamento e compras impulsivas

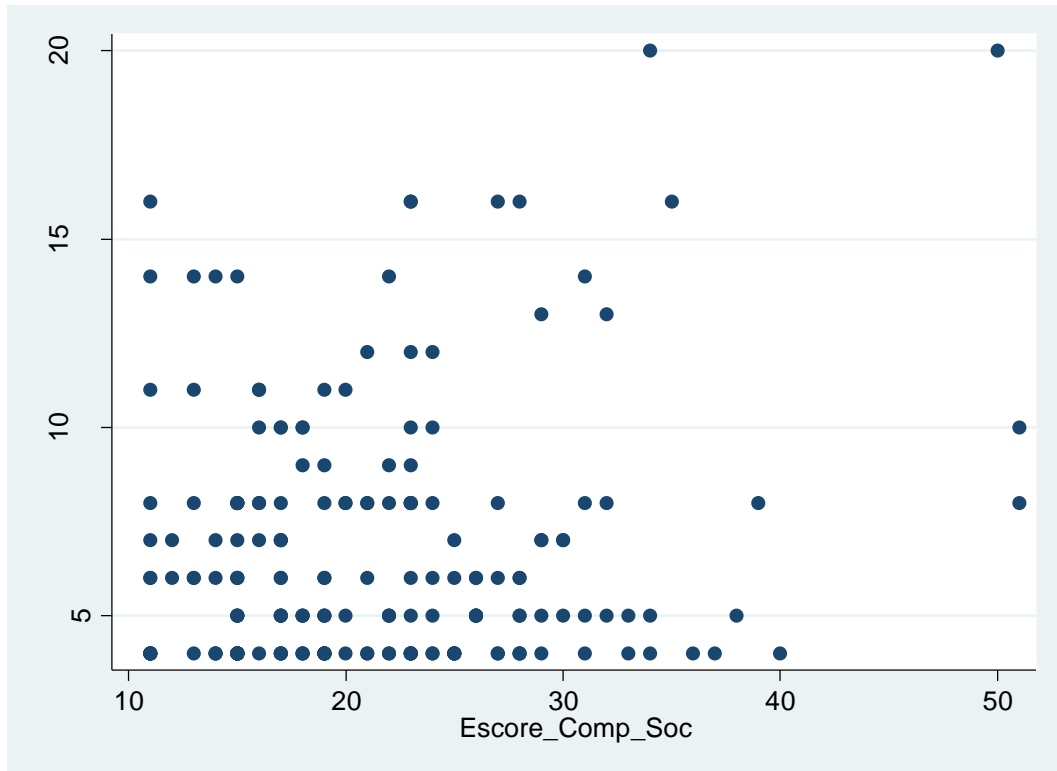


Gráf. 3 - Gráfico de dispersão entre propensão ao endividamento e estado emocional

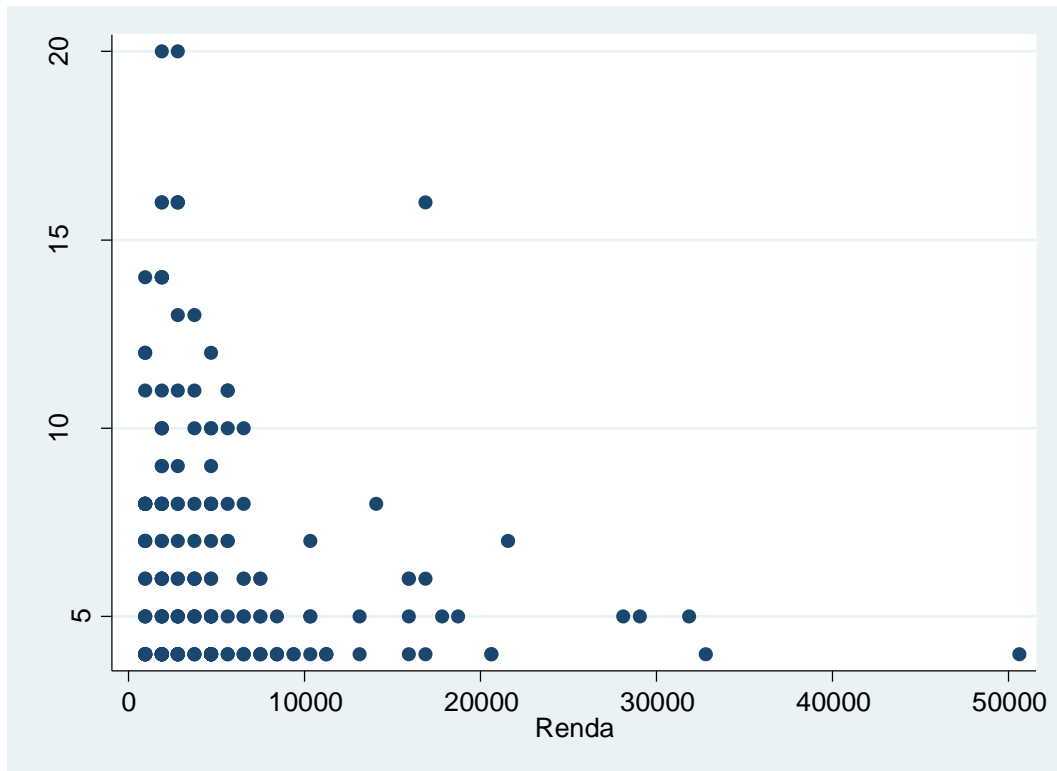


Fonte: Próprio Autor

Gráf. 4 - Gráfico de dispersão entre propensão ao endividamento e comparação social

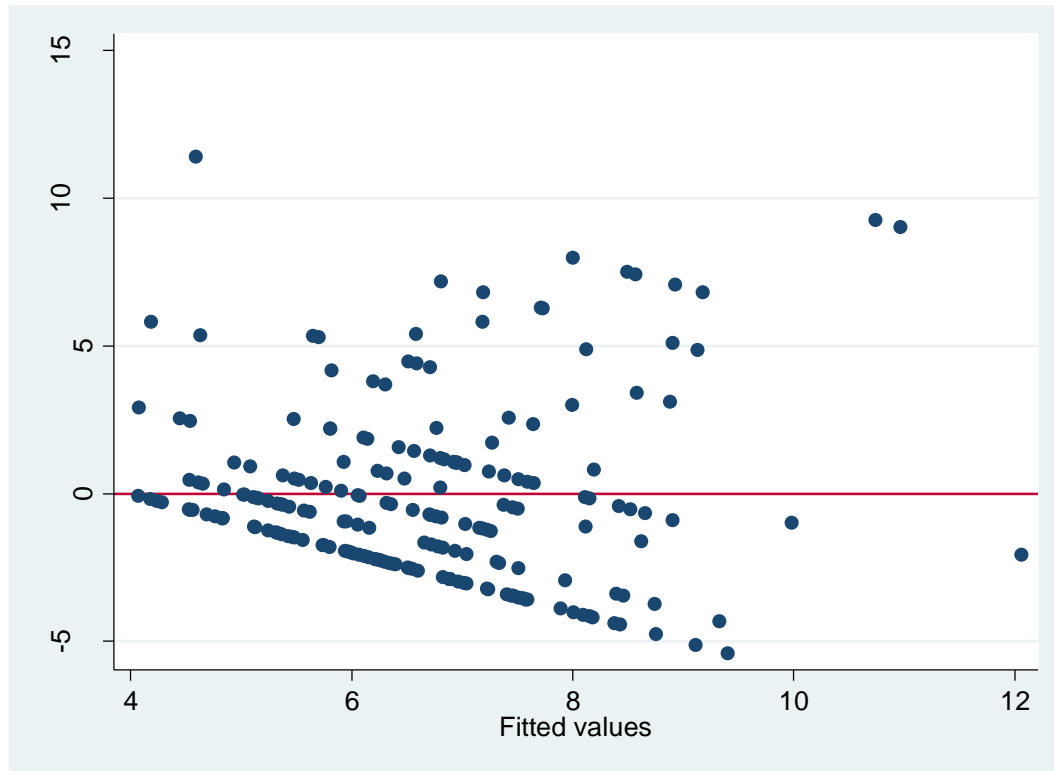


Gráf. 5 - Gráfico de dispersão entre propensão ao endividamento e renda



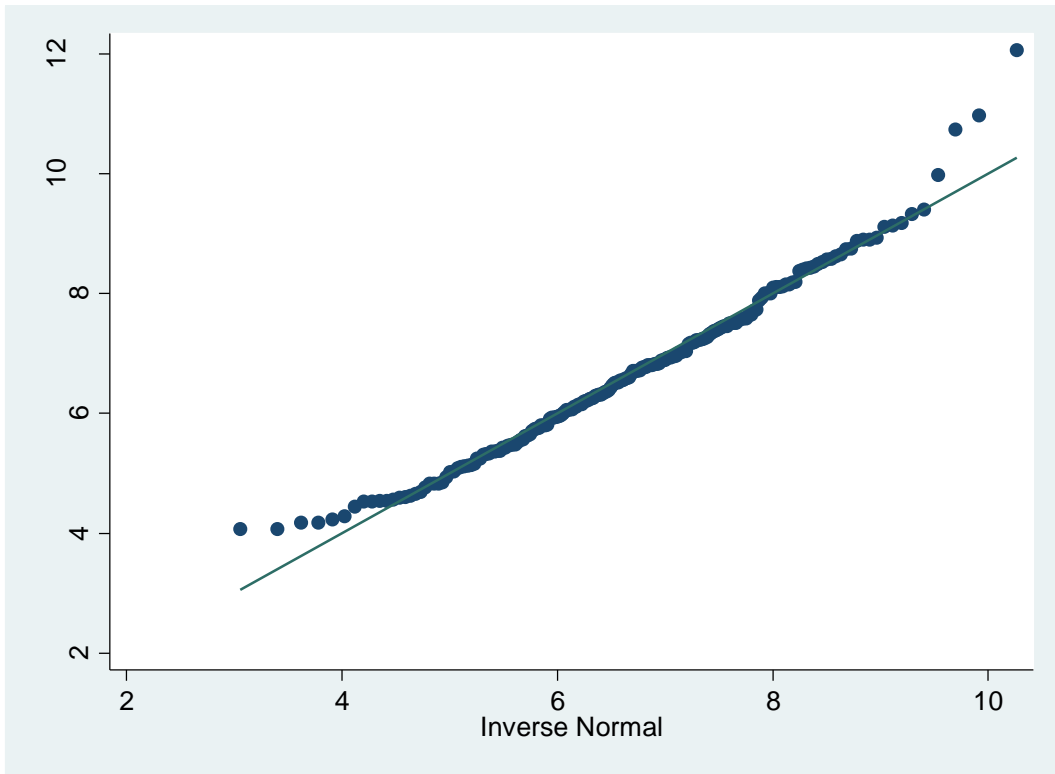
Fonte: Próprio Autor

Gráf. 6 - Gráfico dos Resíduos



Fonte: Próprio Autor

Gráf. 7 – Normalidade dos Resíduos



Fonte: Próprio Autor