

Área Temática: FINANÇAS

**FINANÇAS PESSOAIS: ANÁLISE DOS GASTOS E DA PROPENSÃO
AO ENDIVIDAMENTO EM ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO**

AUTORES

CAROLINE DO AMARAL RIBEIRO

ribeiro.caroline@ymail.com

KELMARA MENDES VIEIRA

Universidade Federal de Santa Maria

kelmara@smail.ufsm.br

JOÃO HEITOR DE AVILA SANTOS

Universidade Federal de Santa Maria

joao.heitor.avila@hotmail.com

LARISSA DE LIMA TRINDADE

Universidade Federal de Santa Maria

larittrin@yahoo.com.br

ESTELA ISABEL MALLMANN

Universidade Federal de Santa Maria

estelamallmann@yahoo.com.br

RESUMO: O estudo tem como objetivo avaliar a propensão ao endividamento e os gastos dos estudantes de Administração da Universidade Federal de Santa Maria. Especificamente, busca-se verificar a propensão ao endividamento e avaliar a influência de fatores comportamentais (materialismo e uso de cartão de crédito) e de perfil (gênero, idade e religião). Para isto, foi realizada uma *survey* junto a 168 estudantes. Os dados foram coletados por meio de questionário. No que se refere ao materialismo, foi criado um índice para cada uma de suas dimensões (centralidade, felicidade e sucesso), a partir da soma das respostas de três variáveis. E para a propensão ao endividamento, foi criado um índice a partir da soma das respostas de nove variáveis. Com a finalidade de avaliar a influência das variáveis de perfil na propensão ao endividamento, foi utilizado o teste t de diferença de média e o teste Qui-quadrado. De maneira geral, este trabalho mostrou que, em média, os acadêmicos do Curso de Administração integrantes da amostra pesquisada, atualmente, são pouco propensos ao endividamento e conseguem gastar menos do que ganham, economizando parte de sua renda mensal. As mulheres estão mais propensas ao endividamento, bem como os indivíduos mais religiosos.

Palavras-Chave: Administração; Materialismo; Propensão ao endividamento.

ABSTRACT: This study aims to assess the propensity to indebtedness and the expenses of Business' Students, Federal University of Santa Maria. In addition, aims to check the propensity to indebtedness and assess the influences by behavioral factors (materialism and credit card uses) and profile (gender, age and religion). For this a *survey* was developed with 168 students. Data were collected by questionnaire. With regard to materialism, was created

an index to each one of dimensions (centrality, happiness and success), from the sum of the response of three variable. And to propensity to indebtedness, was created an index by the sum of response of nine variable. With the purpose to assess the influence of profile's variable in propensity to indebtedness, was used the *t test* of difference of mean and *chi-square*. Overall, this study showed that, on average, the academic of Business (sample members only), currently, are little prone to debt and spending less than they earn, saving part of their monthly income. Women are more prone to debt like the more religious.

Keywords: Business; Materialism; Propensity to indebtedness.

1. Introdução

Nos últimos anos, está se percebendo o aumento de estudos sobre o comportamento dos indivíduos no que se refere às decisões financeiras. Diversas correntes científicas, como a Psicologia Econômica, o Marketing, as Finanças Comportamentais, a Teoria dos Jogos, vêm estudando o comportamento dos consumidores frente às atitudes de comprar, vender, consumir, poupar e se endividar.

Diante do consumo excessivo, muitos indivíduos contraem dívidas, comprometem uma parcela significativa de suas rendas, e, em muitos casos, acabam tornando-se inadimplentes, ou seja, acabam por não cumprir com seus compromissos financeiros. À luz desta concepção, endividados trabalham para quitar suas dívidas por terem pouca ou nenhuma habilidade de lidar com o dinheiro, por não se preocuparem em fazer um planejamento financeiro ou por motivos implícitos em razões sociais ou psicológicas. Muitos desses indivíduos conseguem retomar o equilíbrio de suas vidas, outros necessitam de ajuda e muitos terão que carregar consigo o estigma de eternos endividados (FERREIRA, 2006).

Muitos autores concordam que, além do aspecto econômico do endividamento, existem outras fatores comportamentais que afetam na dívida, entre eles, variáveis sociais e psicológicas (LIVINGSTONE e LUNT, 1992; WEBLEY, LEVINE e LEWIS, 1993; TOKUNAGA, 1993; LEA, WEBLEY e WALKER, 1995; WALKER, 1996; WEBLEY e NYHUS, 2001; MOURA, 2005, PONCHIO, 2006; KOTLER e KELLER, 2006). Por exemplo, Kotler e Keller (2006) afirmam que as decisões financeiras são influenciadas por características pessoais, como idade e estágio no ciclo de vida, ocupação, circunstâncias econômicas, personalidade, auto-imagem, estilo de vida e valores. Os autores complementam que é importante levar em consideração as transições e mudanças que ocorrem no decorrer da vida, como: o casamento, o nascimento dos filhos, o divórcio, a viuvez, dentre outros.

Perante o crescimento de consumidores endividados no mercado, o estudo dos fatores que influenciam o endividamento se mostra de grande valia para a área de Finanças, visto que a relação desejo / necessidade / consumo / endividamento / inadimplência se torna de interesse das empresas, pois afetam todo o ciclo operacional e financeiro desta, podendo implicar, inclusive, em desajustes na liquidez e aumento de risco. Assim, ao traçar as estratégias de mercado a empresa deve atentar-se para o comportamento do consumidor nas diferentes fases de sua vida, sendo a universitária uma das mais importantes fases na definição do perfil do presente e futuro cliente destas empresas. Além disso, destaca-se que o público jovem apresenta crescimento no uso de crédito e no aumento de consumo. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Cartão de Crédito e Serviços (ABECS, 2009), a prática de financiamento é mais confortável com o cartão de crédito e o valor médio dos gastos com o cartão entre os jovens tem aumentado, nos últimos anos. Associações, como o clube dos endividados, também chamam a atenção para a facilidade de crédito e o crescente endividamento dos jovens (ARANHA, 2005).

Diante do exposto, o presente estudo tem como objetivos: (i) mensurar a propensão ao endividamento e os gastos dos acadêmicos do curso de Administração da Universidade de Santa Maria (UFSM); (ii) avaliar a associação do materialismo e do perfil dos entrevistados na propensão ao endividamento e nos gastos.

Na próxima seção, serão descritos alguns fatores que afetam o comportamento das pessoas com relação a consumo e poupança estudadas pelas finanças comportamentais, e que afetam as decisões de endividamento da população. Na seção 3 serão abordados os aspectos metodológicos. A seção seguinte, (seção 4) apresenta os resultados encontrados. Por fim, na seção 5, serão apresentadas algumas considerações acerca do estudo realizado, limitações e sugestões para pesquisas futuras.

2. Referencial Teórico

Segundo o Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa (2006), endividamento tem origem no verbo endividar-se e significa fazer ou contrair dívidas, com sinônimos, os verbos encalacrar-se ou empenhar-se. Para o Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (2002), o endividamento é definido como sendo um saldo devedor de um indivíduo e este pode resultar apenas de uma dívida ou mais de uma simultaneamente. Caso resulte em mais de uma, é denominado multiendividamento. Outro termo importante é o sobre-endividamento definido por Zerrenner (2007) como a situação em que o devedor se acha impossibilitado de cumprir com os seus compromissos financeiros, sem por em risco a subsistência da família. O sobre-endividamento pode ser ativo ou passivo, destaque que no primeiro o indivíduo contribui ativamente para se colocar em situação de impossibilidade de pagamento, já o segundo é resultado de circunstâncias não controláveis pelo mesmo (ZERRENNER, 2007). As causas do sobre-endividamento apontadas pelo Comitê Econômico Social em 2000 são a marginalização e a exclusão social, os problemas psíquicos, o alcoolismo, a dissolução das famílias, as perturbações da saúde física e mental dos filhos e das famílias sobre-endividadas. Mas os problemas não afetam apenas o indivíduo e seus familiares afetam também a economia, já que, a proliferação dos casos de incapacidade de realização dos compromissos financeiros afeta os volumes de créditos, o que conseqüentemente afeta o crescimento da economia.

Na pesquisa realizada por Kösters, Stephan e Stefan, (2004) sobre as causas do endividamento em cinco países distintos, o desemprego foi a principal causa deste problema na França (42%), Alemanha (38%) e Bélgica (19%). Nos Estados Unidos, o uso do cartão de crédito foi a principal causa apontada (63%), já na Áustria, a má gestão orçamentária foi a razão mais citada, atingindo 26% dos entrevistados (Zerrenner, 2007). No Brasil a Sociedade de Proteção ao Crédito (SPC) e o Instituto de Economia Gestão Vidigal (IEGV) realizam pesquisas trimestrais sobre inadimplência, no relatório de dez anos de 1997 a 2007 o desemprego aparece em todos os anos como a principal causa da inadimplência. Para Casado (2001, p. 7), o superendividamento é “fruto da sociedade de massas, onde o consumo é cada vez mais incentivado através de publicidades agressivas, geradoras de falsas necessidades”.

Contudo, Zerrenner (2007) retrata este fenômeno como fruto de atos de credores que rompem com as justas expectativas dos devedores, cometendo ilícitos no afã de obterem margens de lucros cada vez maiores. Conforme Consalter (2005, p. 156),

o consumidor precisa enfrentar três diferentes batalhas contra o crédito, uma, contra si mesmo e seu desejo de “ter”; outra contra a avalanche virtual da publicidade via televisão, internet, telefone, etc.; e, uma terceira, contra o ataque físico, quando, caminha pelo centro da cidade, é incessantemente abordado por homens e mulheres de panfletos em punho.

De acordo com Davies e Lea (1995), a investigação sobre endividamento, dentro do domínio da economia, psicologia, ganhou destaque com o trabalho de Katona (1975). Ela expandiu-se rapidamente ao longo dos últimos anos, como pode ser visto a partir do trabalho de Livingstone e Lunt (1992), Lea, Webley e Levine (1993), Tokunaga (1993) e Watson (2003). Segundo Katona (1975), existem três razões que explicam por que uma pessoa pode gastar mais do que ganha: (i) baixa renda, de modo que nem sequer são cobertas despesas essenciais, (ii) alta renda, combinada com um forte desejo de gastar, e (iii) uma falta de vontade para economizar (independentemente da renda). Seu estudo é relevante, pois discute a origem dos problemas de crédito não somente a partir de fatores econômicos, mas também, por motivações psicológicas e comportamentais.

Moura (2005) criou uma escala de atitude para o endividamento. Esta escala foi desenvolvida especialmente para o contexto de grupos brasileiros de baixa renda a partir de Lea, Webley e Walker (1995). A escala compreende três dimensões:

- a) Impacto sobre a moral na sociedade - engloba o patrimônio, valores e crenças encontrados em sociedade que tem influência sobre a atitude do indivíduo em relação ao endividamento;
- b) Preferência no tempo - inclui a escolha dos indivíduos entre valor e tempo (adiar ou não adiar planos de consumo);
- c) Grau de auto-controle - inclui a capacidade para gerir os próprios recursos financeiros, a tomar decisões financeiras e de manter o indivíduo (ou família) orçamento sob controle.

Ainda, destaca-se nos estudos de Moura (2005), a influência do materialismo no processo de endividamento. A autora utilizou a escala de Richins (2004) adaptada ao contexto brasileiro, que aborda três dimensões para o materialismo. A primeira dimensão refere-se à centralidade que os bens materiais exercem na vida do indivíduo, assim quanto maior é o apego aos bens, maior é a manifestação da dimensão. A segunda dimensão refere-se à satisfação e ao bem-estar proporcionado pela aquisição de bens, ou seja, a felicidade alcançada com o materialismo. Já a terceira dimensão, o sucesso, se manifesta pelo valor que o bem proporciona na aquisição de status social.

O estudo de Ponchio (2006), visando identificar a influência do materialismo no endividamento dos consumidores de baixa renda da cidade de São Paulo, constatou que além de variáveis financeiras, variáveis comportamentais explicam o endividamento. Para uma amostra domiciliar probabilística, de 450 indivíduos de baixa renda e utilizando a escala de materialismo de Richins (2004), observou que, os indivíduos mais jovens tendem a ser mais materialistas que os mais velhos; que adultos analfabetos tendem a ser menos materialistas que adultos tardiamente alfabetizados; e que gênero, renda e raça não se associam com materialismo. Entre as demais análises, elaborou um modelo de regressão logística para distinguir indivíduos possuidores de carnê de crediário dos não possuidores, com base no materialismo, em variáveis sócio-demográficas, em hábitos de compra e em hábitos de consumo. O modelo proposto confirma o materialismo como variável comportamental útil na previsão da probabilidade de um indivíduo endividar-se para consumir, em alguns casos fazendo quase dobrar a chance de ocorrência deste evento.

Compreender os fatores comportamentais, cognitivos e emocionais que orientam as decisões dos indivíduos não é uma tarefa fácil, pois estes envolvem muita subjetividade e incerteza, entretanto são peças fundamentais para justificar as mesmas. Lunt e Livingstone (1991) destacam que é grande o número de variáveis que podem explicar o endividamento: sexo, etnia, educação, história familiar, renda, número de cartões de crédito, utilização do cartão de crédito e de títulos de dívida, bem como variáveis psicológicas, como: *locus* de controle, autoestima e valores. Entretanto, os mesmos autores complementam que, embora muitos fatores comportamentais tenham sido propostos para explicar o endividamento, nenhum modelo claro emergiu, principalmente pela falta de dados disponíveis.

Para Moura (2005), o aumento das dívidas dos indivíduos, seja por razões de recessão ou otimismo, gerou o aumento de pesquisas sobre o débito em diversas áreas. Portanto, pode-se ultimar que o problema do endividamento, exige uma visão multidisciplinar. A Sociologia focaliza seus estudos aos fatores demográficos, como idade, gênero, circunstâncias familiares e classe social; a Economia preocupa-se mais com as relações econômicas; e, a Psicologia focaliza o processo de tomada de decisão e os valores. O importante nesta temática é utilizar as variáveis simultaneamente, identificando a magnitude de cada uma.

No que se refere ao endividamento, a Teoria do Prospecto, criada e estudada pelas Finanças Comportamentais, pode identificar a relação de risco e consumo, a partir da hipótese de que as pessoas com maior propensão ao endividamento, apresentam maior aptidão ao risco

(TVERSKY e KAHNEMAN, 1974). Ao assumirem um endividamento, as pessoas estão colocando em risco seu orçamento, visando um resultado fim.

A decisão de tomar empréstimos, a partir da utilização de cartão de crédito, também já foi objeto de estudo das Finanças Comportamentais, onde se provou sua influência nas decisões, limitando a racionalidade do indivíduo. Segundo Block-Lieb e Janger (2006) no pagamento em dinheiro o limite de poder de compra é tangível, ao contrário da utilização do cartão de crédito. O uso desse meio magnético, por exemplo, pode causar uma dissonância cognitiva nos consumidores, já que estes não sentem em seu bolso o peso de pagar à vista, e a fatura só chega em dias ou semanas.

O experimento de Soman (2001) suporta a proposição de que a dissonância cognitiva pode levar o usuário de cartão de crédito a gastar mais do que aqueles que pagam à vista. Block-Lieb e Janger (2006) reforçam a heurística da ancoragem através do uso do cartão de crédito, destacando que os indivíduos só se perguntam se o valor da parcela cabe em seu bolso, isso exige um mínimo de cálculo, porém impede com que o indivíduo tome consciência do custo do crédito ao final do período.

O excesso de confiança pregado pela teoria das finanças comportamentais é um viés que faz com que as pessoas se endividem substancialmente, pois estes subestimam a probabilidade que eventos negativos que interrompam sua renda futura aconteçam, tais como perda de emprego ou redução substancial da renda (ZERRENNER, 2007).

Para auxiliar neste problema, Zerrenner (2007) recomenda a educação financeira que se constitui como sendo uma ferramenta que auxilia a mudar as preferências do fazedor, monitorando o seu comportamento, alterando incentivos e modificando regras. A educação financeira através do conhecimento dos instrumentos para a tomada de decisões, após o reconhecimento das razões que levam ao endividamento, pode ajudar no processo anterior ao endividamento, através do planejamento orçamentário, ou até mesmo no processo em andamento, quando os indivíduos podem escolher formas de endividamento mais baratas e formas de controle de suas despesas.

No contexto dos jovens acadêmicos, faz-se relevante relatar como as variáveis demográficas e a cultura podem influenciar no processo de endividamento. Belk e Wallendorf (1990) destacam o uso sagrado e profano do dinheiro e sua influência no cotidiano das pessoas. Enquanto que a visão econômica dominante enfatiza o significado profano, ou seja, meio de troca impessoal, o aspecto sagrado está ligado ao fazer bem ou fazer o mal, como por exemplo, doações ou retenções egoístas. Moura (2005) também destaca o poder motivacional do dinheiro e sua importância na vida das pessoas.

Zaltman e Wallendorf (1979) destacam que as decisões de marketing, bem como comportamento do consumidor, repousam imensamente nas variáveis demográficas. Entre as variáveis demográficas os autores elucidam: idade, sexo, escolaridade, situação da residência (urbana, suburbana e rural), a raça e a origem nacional, o estado civil e a ocupação.

Quanto à idade Furnham (1984) identificou que pessoas mais velhas são mais preocupadas e auto-contidas no uso do dinheiro. Tang (1992) replicando os estudos de Furnham identificou uma correlação negativa entre idade e Poder, indicando que os indivíduos mais jovens teriam maior tendência a usar o dinheiro para manipular os outros.

No que se refere ao gênero, diversos estudos têm confirmado sua influência. Há indicativos de que as mulheres têm uma atitude mais cuidadosa, são mais tensas e angustiadas no que se refere ao uso do dinheiro, e tendem a pensar mais seus gastos do que os homens (Moura, 2005). Tang (1992) encontrou uma visão mais positiva e audaciosa do dinheiro, por parte do sexo masculino, identificando que os homens dão maior importância para o dinheiro do que as mulheres. Este resultado não tinha sido encontrado por Furnham em 1984. As diferenças entre os sexos no significado e usos do dinheiro podem ser compreendidas pela estrutura da sociedade. Rudmin (1994) sugeriu que o dinheiro significa poder para os homens,

enquanto as mulheres parecem não entender valor monetário ou procurar por ele, ao contrário dos homens. O poder derivado de dinheiro tem sido historicamente restrito aos homens.

Os homens tendem a pensar em dinheiro, e em que termos as coisas podem ser convertidas. Zelizer (1989) argumenta que os ganhos das mulheres domésticas têm sofrido historicamente uma banalização – os rendimentos das esposas estão sendo tidos como ganhos suplementares, sendo tratados com designação de pagar despesas familiares e, principalmente, gastos superficiais, como jóias ou roupas. Por outro lado, os ganhos dos homens foram utilizados para efeitos mais graves, tais como fornecer alimentos e abrigo para a família.

Com relação ao estado civil, muitos estudos investigam as decisões financeiras feitas por sujeitos casados, solteiros, viúvos e separados (SUNG e HANNA, 1996, FAFF, HALLAHAN e MCKENZIE, 2004). Os autores concluíram que os divorciados são menos tolerantes ao risco do que os viúvos, e que estes são menos do que os casados, que por sua vez são menos do que os solteiros. Segundo Spero (2000), recém casados são inexperientes para lidar com o dinheiro, enquanto que os recém-viúvos são mais controlados e despreocupados com a origem do dinheiro. Neste caso, pode-se hipotetizar que os indivíduos solteiros apresentam maior nível de endividamento.

No que se refere aos aspectos demográficos e o endividamento, destaca-se o estudo de Ponchio (2006) que identificou relação entre gênero, idade e escolaridade. Em seu estudo ficou evidenciado que mulheres são mais favoráveis à atitude de endividamento do que homens, pessoas mais velhas apresentam menor probabilidade de assumir dívidas e quanto menor o grau de instrução do indivíduo, maior é sua tendência de assumir carnês.

Muitos autores já pesquisaram a influência da cultura no dinheiro entre eles destacam-se: Jain e Joy (1997), Falicov (2001), Ards e Myers (2001) e Roca (2007). Jain e Joy (1997) desenvolveram um estudo etnográfico com imigrantes asiáticos residentes no Canadá, com o objetivo de identificar o comportamento destes frente às decisões de comprar e poupar, destacando a cultura Hindu, presente nos 36 profissionais pesquisados. De acordo com o Hindu, os indivíduos devem tomar decisões financeiras segundo uma visão de longo prazo pensando sempre no futuro da família e dos filhos, o que os tornam mais tolerantes a riscos. Os autores confirmaram a influência da cultura Hindu nos entrevistados e reforçaram a teoria de que a cultura é um fator determinante no comportamento financeiro dos indivíduos.

A alta ou baixa religiosidade dos indivíduos reflete-se de uma maneira geral em seus valores, ideologia e comportamento (LA BARBERA e ZEYNER, 1997). Em relação ao materialismo, indivíduos intensamente religiosos tendem a valorizar qualidades espirituais e dar menor valor aos bens e às posses, apresentando comportamentos de compra mais racionais e menos impulsivos (LA BARBERA e ZEYNER 1997). Nessa mesma direção, Keng *et al.* (2000) encontraram níveis de materialismo mais baixos entre os cristãos do que entre os indivíduos sem afiliação religiosa. De maneira próxima, o materialismo apresentou associação negativa com os valores orientados para a coletividade, entendidos como os valores ligados a religião, família e comunidade (BURROUGHS e RINDFLEISCH, 2002).

Falicov (2001), assim como Ards e Myers (2001) analisaram as relações entre raça e dinheiro, e o mito de que a comunidade negra americana tem maiores taxas de poupança e menores acessos ao crédito do que os brancos. Ambos os estudos trazem assuntos como, a discriminação do crédito, a cor do dinheiro, bem como a relação da cor nas decisões financeiras. Apesar de não acharem nenhuma significância estatística neste mito, os autores sustentam que as diferenças observadas no mercado de crédito entre negros e brancos é atribuída à diferença de acumulação de riqueza. Os autores destacam ainda a influência do mito na própria comunidade negra na busca do crédito.

Várias pesquisas têm estudado o comportamento dos indivíduos de diferentes descendências para verificar a influência desta. Por exemplo, Zinkhan e Kiran (1990) examinaram diferenças no comportamento de risco em estudantes de descendência espanhola

e americana e entre homens e mulheres em ambas as amostras. Os resultados indicaram que os alunos espanhóis se mostraram mais propensos do que os americanos.

3. Método

Ao nível epistemológico, o presente estudo possui um cunho quantitativo, com corte transversal, por meio de uma *survey*. Como instrumento de coleta de dados, optou-se pela utilização de questionário dividido em três partes: a primeira busca identificar aspectos de perfil da população investigada (idade, gênero, escolaridade, estado civil, raça, religiosidade), a segunda parte visa levantar a renda e os gastos, e, a terceira parte avalia a propensão ao endividamento e o materialismo, adaptados de Moura (2005). Para a mensuração, utilizou-se a escala tipo *Likert* de cinco pontos (discordo totalmente – concordo totalmente).

A amostra do estudo é do tipo não-probabilística, selecionada por conveniência, formada por estudantes do curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria. Foram entrevistados todos os alunos presentes em sala de aula nos dias 18, 19 e 20 de maio de 2009, perfazendo um total de 168 entrevistados.

Os fatores associados ao materialismo (Centralidade, Felicidade e Sucesso) foram gerados a partir da soma das variáveis com altas cargas fatoriais em cada fator. No modelo de propensão ao endividamento, foi criado um índice a partir da soma das respostas das 9 variáveis. Para a avaliação da influência das variáveis de perfil nas percepções sobre dinheiro foram utilizados o teste *t* de diferença de média e o teste Qui-quadrado. Aplicou-se um teste *t* de diferença de média para amostras independentes, quando se tratava de dois grupos de comparação. Para determinar se o teste *t* deveria ser homocedástico ou heterocedástico, previamente foi aplicado um teste para igualdade de variâncias. Nos casos em que a hipótese de igualdade das variâncias foi aceita aplicou-se o teste *t* homocedástico e quando rejeitada aplicou-se o teste heterocedástico. O teste Qui-quadrado foi utilizado para as variáveis nominais ou ordinais. A hipótese nula preconiza que as variáveis são independentes. Finalmente, utilizou-se o Coeficiente de Correlação de Pearson para avaliar a relação entre as respostas nos diversos instrumentos. O Coeficiente de Correlação de Pearson indica a força de associação entre quaisquer duas variáveis (HAIR et al., 2005). O processamento e análise dos dados se deram através de dois *softwares* “Excel[®]” e “*Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 10.0*”.

4. Análise de resultados

A população do estudo é formada pelos alunos matriculados nos cursos de graduação em Administração, diurno e noturno, da Universidade Federal de Santa Maria. O perfil dos entrevistados pode ser visualizado no Quadro 01:

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Sexo	Feminino	93	55,4
	Masculino	75	44,6
Estado Civil	Solteiro	161	95,8
	Casado	7	4,2
Filhos	Não	163	97,0
	Sim	5	3,0
Moradia	Própria	99	60,0
	Alugada	56	33,9
	Financiada	1	0,6
	Outra	9	5,5
Curso	Administração	159	94,6
	Administração mais outro	9	5,4

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Nacionalidade	Brasileira	165	98,2
	Argentina	2	1,2
	Outra	1	0,6
Raça	Branca	160	95,2
	Negra	2	1,2
	Parda	5	3,0
	Outra	1	0,6
Ascendência	Italiana	80	48,5
	Alemã	47	28,5
	Portuguesa	11	6,7
	Brasileira	13	7,9
	Não sei	7	4,2
	Outra	7	4,2
Atividade Extracurricular	Trabalho Remunerado	38	22,9
	Estágio Remunerado	18	10,8
	Estágio Não-Remunerado	13	7,8
	Bolsista	25	15,1
	Não exerce	42	25,3
	Outra função	30	18,1

Quadro 01 – Perfil dos acadêmicos entrevistados segundo as variáveis de sexo, estado civil, filhos, moradia, curso, nacionalidade, raça, ascendência e atividade extracurricular.

A idade média dos entrevistados é de 20,97 anos. A partir do Quadro 01, pode-se visualizar que com relação ao gênero, 55,4% dos entrevistados são do sexo feminino, totalizando 93 mulheres e 75 homens. Quanto ao estado civil, 95,8% são solteiros, e 97% dos respondentes não possuem filhos. Na questão racial, 160 dos entrevistados se declararam brancos, 2 negros e 5 pardos, e quanto à ascendência, predomina a origem italiana (48,5%). Em relação às atividades extracurriculares, 22,9% possuem trabalho remunerado.

A religião dos entrevistados foi uma das variáveis utilizadas para identificar uma possível relação com a propensão ao endividamento (QUADRO 02).

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Religião	Católica	107	63,7
	Evangélica Pentecostal	3	1,8
	Espírita	12	7,1
	Evangélica Outra	6	3,6
	Protestante	11	6,5
	Sem Religião	21	12,5
	Outra	8	4,8
Praticante	Sim	85	52,8
	Não	76	47,2
Princípios Religiosos	Totalmente Seguidor	6	3,6
	Segue Maioria	36	21,7
	Segue Metade	4	2,4
	Segue Alguns	100	60,3
	Não Segue Nenhum	20	12,0

Quadro 02 – Opções religiosas segundo: religião, praticantes e princípios religiosos.

Como se pode visualizar no Quadro 02, 12% dos entrevistados declarou-se como sem religião, e, entre os religiosos, a maioria é católica (63,7%). Entre os respondentes religiosos, 85 indivíduos (52,8%) se declararam como praticantes e 76 indivíduos (47,2%) como não praticantes, sendo que a média de vezes que participam de uma cerimônia religiosa ficou em 1,52 vezes ao mês. Com relação aos princípios religiosos, a maioria (60,3%) declarou que segue apenas alguns princípios religiosos. E apenas 12%, não seguem princípio algum.

Com relação à renda familiar, à frequência de poupar e aos gastos dos indivíduos pesquisados, percebe-se que a renda familiar predominante é de R\$ 1.195 a R\$ 3.479 (35,7%), frequentemente há poupança (41,7%), e, ainda, a maioria dos entrevistados (58,3%) declararam gastar menos do que ganham (QUADRO 03).

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Renda Familiar	Até 487,00	2	1,2
	488,00 a 1.194,00	12	7,1
	1.195,00 a 3.479,00	60	35,7
	3.480,00 a 6.564,00	52	31,0
	Acima de 6.565,00	42	25,0
Frequência de Poupança	Sempre	19	11,3
	Frequentemente	70	41,7
	Algumas vezes	54	32,1
	Raramente	23	13,7
	Nunca	2	1,2
Gastos	Gasta muito mais do que ganha	2	1,2
	Gasta mais do que ganha	21	12,5
	Gasta igual ao que ganha	40	23,8
	Gasta menos do que ganha	98	58,3
	Gasta muito menos do que ganha	7	4,2

Quadro 03 – Renda Familiar, frequência em poupar e gastos.

Os entrevistados declararam, ainda que, em média, conseguem poupar 22,76% de sua renda e a maioria de seus gastos é despendida consigo mesmo, conforme quadro a seguir:

Variáveis	Média	Mediana	Desvio padrão
Gastos com a casa (%)	22,40	17,50	22,11
Gastos com os amigos (%)	25,03	20,00	17,71
Gastos com os familiares (%)	13,94	10,00	9,90
Gastos com os outros (%)	3,21	0,00	5,06
Gastos consigo (%)	35,98	30,00	27,53
Quanto consegue poupar (%)	22,76	20,00	18,58

Quadro 04 – Média, Mediana e Desvio Padrão dos gastos e da economia da renda mensal.

A maior parte dos acadêmicos de Administração entrevistados informou que frequentemente utiliza o pagamento à vista, através do dinheiro (50%) e do cartão de débito (34,8%) para pagamento de suas contas; 72,3% nunca utilizam o cheque pré-datado, bem como o cartão de crédito (39,7%). Para pagamentos parcelados os 69,7% dos jovens afirmam que sempre pagam o total de suas faturas. Com relação ao uso do cartão de crédito, os entrevistados possuem em média, 1,19 cartões e utilizam apenas 0,87 cartões.

No que tange a endividamento, constatou-se que os entrevistados utilizam o crediário como forma de dívida, sendo que a principal necessidade de utilização é para o consumo.

Desta forma, percebe-se que os jovens acadêmicos reconhecem que o fator principal para o endividamento é a propensão ao consumo (QUADRO 05).

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Utilização de empréstimo	Cheque Especial	8	6,0
	Financiamento de bem móvel	5	3,8
	Empréstimo Rural	2	1,6
	Financiamento de bem imóvel	1	0,8
	Crediário	41	29,5
	Empréstimo Pessoal	5	3,8
Necessidade de utilização	Falta de Planejamento	10	12,8
	Desemprego (queda na renda)	3	3,8
	Propensão ao consumo	41	52,6
	Empréstimo do nome	1	1,3
	Problemas de saúde	2	2,6
	Má gestão orçamentária	4	5,1
	Outro	17	21,8

Quadro 05 – Utilização de crédito e necessidade de uso.

A teoria sobre o materialismo preconiza que os indivíduos com maiores índices de materialismo apresentam maior propensão ao endividamento (PONCHIO, 2006). Assim, no que diz respeito ao materialismo dos entrevistados, destaca-se que o valor máximo para os fatores ligados ao materialismo poderia ser 15, entretanto, percebe-se médias iguais a 6,66; 7,63; e 8,40, para os fatores Sucesso, Centralidade e Felicidade, respectivamente (QUADRO 6), o que evidencia um baixo nível de materialismo na amostra pesquisada. O fator que apresentou maior média foi o fator Felicidade demonstrando que este é o fator que mais se manifesta nos acadêmicos quanto ao materialismo. Ainda que de forma fraca, os estudantes associam a compra de bens à satisfação pessoal.

Escala de Materialismo	Média	Mediana	Desvio Padrão
Fator Sucesso	6,66	6,00	2,43
Eu admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.	2,67	3,00	1,18
Eu gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.	2,40	2,00	1,08
Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.	1,60	1,00	0,87
Fator Centralidade	7,63	7,50	2,74
Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras.	2,41	2,00	1,04
Comprar coisas me dá muito prazer.	2,80	3,00	1,28
Eu gosto de muito luxo em minha vida.	2,43	2,00	1,23
Fator Felicidade	8,40	9,00	3,02
Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.	2,97	3,00	1,19
Eu ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	3,02	3,00	1,21
Me incomoda quando não posso comprar tudo que quero.	2,53	2,00	1,15

Quadro 06 – Média, Mediana e Desvio Padrão para os fatores da escala de Materialismo.

No que se refere às questões de endividamento, percebe-se conforme o Quadro 07, que o valor máximo para o fator Propensão ao Endividamento poderia ser 45, no entanto, os indivíduos pesquisados obtiveram média igual a 18,85, indicando um nível muito baixo de propensão ao endividamento. Os estudantes, em média, reconhecem que é necessário gastar menos do que ganham, sabem exatamente quanto devem e reforçam a importância de

controlar os gastos. Dessa forma, constata-se que os jovens estão conscientes aos gastarem suas rendas e possuem controle sobre esta. Estes resultados corroboram os resultados encontrados por Ponchio (2006), pois, os acadêmicos ao possuírem baixos níveis de materialismo, apresentam também baixa propensão à dívida.

Escala de Endividamento	Média	Mediana	Desvio Padrão
Fator Propensão ao Endividamento	18,85	18,00	4,35
Não é certo gastar mais do que ganho.	4,50	5,00	0,96
É melhor primeiro juntar dinheiro e só depois gastar.	3,98	4,00	1,01
Eu sei exatamente quanto devo em lojas, cartão de crédito ou banco.	4,36	5,00	1,03
Acho normal as pessoas ficarem endividadas para pagar suas coisas.	1,88	2,00	1,06
Prefiro comprar parcelado do que esperar ter dinheiro para comprar à vista.	1,89	1,00	1,18
É importante saber controlar os gastos da minha casa.	4,66	5,00	0,64
Prefiro pagar parcelado mesmo que no total seja mais caro.	1,63	1,00	1,02
As pessoas ficariam desapontadas comigo se soubessem que tenho dívida.	1,94	2,00	1,00
Não tem problema ter dívida se eu sei que posso pagar.	2,92	3,00	1,28

Quadro 07 – Média, Mediana e Desvio Padrão das questões de Propensão ao Endividamento.

Ao comparar os gêneros, constatou-se que os homens consomem menos de sua renda do que as mulheres, e, economizam mais frequentemente (QUADRO 08). Ainda, com relação à comparação de seus gastos, constata-se que as mulheres gastam mais consigo mesmas do que os homens. Ressalta-se que, os resultados encontrados são semelhantes aos obtidos de Tang (1992), Moura (2005) e Ponchio (2006), os quais destacam a maior propensão ao consumo nos indivíduos do sexo feminino.

Componente	Variável	Frequência				Teste Qui-quadrado	
		Sexo Feminino		Sexo Masculino		Valor	Significância
		Real	Esperada	Real	Esperada		
Frequência de pagamento da fatura mensal do cartão de crédito	Sempre	42,00	38,60	28,00	31,40	3,78	0,44
	Frequentemente	9,00	8,30	6,00	6,70		
	Algumas Vezes	4,00	3,90	3,00	3,10		
	Raramente	1,00	1,70	2,00	1,30		
	Nunca	9,00	12,70	14,00	10,30		
Poupança	Sempre	5,00	10,50	14,00	8,50	17,54	0,00
	Frequentemente	32,00	38,80	38,00	31,30		
	Algumas Vezes	38,00	29,90	16,00	24,10		
	Raramente	16,00	12,70	7,00	10,30		
	Nunca	2,00	1,10	0,00	0,90		
Gasta	Mais do que ganha	18,00	12,70	5,00	10,30	6,40	0,04
	Igual que ganha	23,00	22,10	17,00	17,90		
	Menos do que ganha	52,00	58,10	53,00	46,90		

Quadro 08 – Valores e significância do teste Qui-quadrado

Para avaliar a influência dos aspectos religiosos, a amostra foi dividida em dois grupos: praticantes e não praticantes. Os resultados dos testes de diferença de médias para os dois grupos constam no Quadro 09.

Fator	Médias		Teste T	
	Praticantes	Não-Praticantes	Valor	Significância
Endividamento	18,84	19,00	-0,23	0,82
Sucesso	6,71	6,68	0,07	0,95
Centralidade	7,72	7,61	0,27	0,79
Felicidade	8,45	8,32	0,28	0,78
Quantidade de cartões de crédito em posse	1,08	1,28	-1,11	0,27
Quantidade de cartões de crédito em uso	0,80	0,89	-0,82	0,42
Quanto economiza (%)	19,48	25,52	-2,05	0,04
Gastos com a casa (%)	24,82	21,12	1,04	0,30
Gatos com os amigos (%)	19,97	28,20	-3,15	0,00
Gastos com os familiares (%)	13,56	14,32	-0,49	0,63
Gastos com os outros (%)	4,22	2,35	2,31	0,02
Gastos Consigo (%)	35,36	32,71	0,82	0,41

Quadro 09 - Valores de teste t e significância para diferentes práticas religiosas

O Quadro 09 mostra que foram significativas as diferenças entre médias de praticantes e não praticantes quanto à economia dos recursos e aos gastos com amigos e com outros, demonstrando que os indivíduos não praticantes economizam mais, gastam mais com seus amigos e menos com os outros do que os praticantes de alguma religião.

Por fim, o Quadro 10 apresenta os resultados do Teste de Correlação de *Pearson*. Há correlações significativas apenas para a variável quantidade de cartões que o indivíduo possui. A correlação entre a quantidade de cartões e a propensão ao endividamento (-0,20) pode ser considerada negativa e baixa. Por outro lado, a correlação entre a quantidade de cartões de crédito e a idade é baixa (0,25), porém positiva. Estes resultados vão de encontro às teorias encontradas por Moura (2005), Ponchio (2006), Block-Lieb e Janger (2006) e Zerrenner (2007), os quais afirmam que quanto mais cartões de crédito o indivíduo possui, mais recursos ele consome, e conseqüentemente, mais propenso ao endividamento ele se encontra. A divergência encontrada neste estudo pode ser justificada pelo grau de conscientização na administração dos recursos que os acadêmicos possuem devido à sua formação.

Dimensões	Variáveis	Propensão ao Endividamento	Idade
Materialismo	Sucesso	0,15	0,01
	Centralidade	0,11	-0,04
	Felicidade	0,13	0,01
Renda	Quantidade de cartões de crédito que possui	-0,20**	0,25**
	Quanto economiza	-0,10	-0,04
Gastos	Casa	-0,14	0,02
	Amigos	0,12	-0,09
	Familiares	-0,10	0,02
	Outros	-0,03	0,15
	Consigo	0,10	0,04

Quadro 10 – Coeficientes de Correlação de Pearson e significância.

** significativo a 1%

5. Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo geral avaliar a propensão ao endividamento e os gastos nos alunos de graduação em Administração da UFSM. De acordo com o projeto político-pedagógico (2004) do curso de Administração da UFSM, o futuro profissional,

através dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, deverá ser capaz de lidar com modelos de gestão inovadores; ordenar atividades e programas; decidir entre alternativas; identificar e dimensionar riscos, e, selecionar estratégias adequadas de ação, gerenciando todos os recursos para otimizar os resultados organizacionais e contribuindo para o desenvolvimento, onde quer que ele atue.

Nesse contexto, foram identificados os fatores comportamentais que afetam a propensão ao endividamento tais como: o materialismo, o gênero, renda, o trabalho e as práticas religiosas.

Ao se avaliar o materialismo, os resultados encontrados demonstram que, para a amostra pesquisada, as médias dos fatores que o compõem, de forma geral, foram baixas, mostrando que os acadêmicos pesquisados apresentam baixo grau de materialismo. Ressalta-se que o fator que apresentou maior média foi Felicidade (8,40), indicando que o materialismo dos entrevistados está mais associado ao bem estar, alegria e satisfação que o consumo proporciona.

Na análise da propensão ao endividamento, novamente notam-se médias baixas para as variáveis que constituem sua escala de mensuração. Isso indica que o presente estudo corrobora resultados de estudos anteriores, que afirmam que o baixo grau de materialismo é preditor de baixa propensão ao endividamento (MOURA, 2005).

Além disso, os resultados supracitados são condizentes com o fato de os respondentes declararem que, frequentemente utilizam o pagamento à vista através do dinheiro (50%) e do cartão de débito (34,8%) para pagamento de suas contas, e no caso de pagamentos parcelados, os 69,7% dos jovens informarem sempre pagar o total de suas faturas.

No que se refere a cartão de crédito, os resultados apontam que, em média, a amostra pesquisada possui 1,19 cartões e utiliza apenas 0,87 dos cartões que possuem.

Quanto à poupança e consumo, os acadêmicos entrevistados afirmam que, em média, conseguem poupar 22,76% de sua renda e que a maioria de seus gastos são despendidos consigo mesmo. Ao comparar os gêneros com poupança e consumo, os resultados indicam que os acadêmicos do sexo masculino consomem menos de seus rendimentos do que as do sexo feminino, e economizam mais frequentemente. Ainda, constatou-se que as mulheres gastam mais consigo mesmas do que os homens. Estes resultados corroboram com os estudos de Tang (1992) e Ponchio (2006), demonstrando que as mulheres estão mais propensas ao consumo e endividamento do que os homens.

No que tange a endividamento, constatou-se que dos entrevistados que utilizam alguma forma de dívida, o crediário foi indicado como a principal forma, sendo que a propensão ao consumo foi a mais apontada como necessidade de utilização para este. Desta forma, percebe-se que os jovens acadêmicos reconhecem que o fator principal na propensão ao endividamento é o consumo exacerbado. Entretanto, os indivíduos pesquisados reconhecem, em média, que é necessário gastar menos do que ganham e relatam saber exatamente quanto devem. Desta forma, constata-se que os jovens estão conscientes ao gastarem suas rendas e possuem controle sobre esta. Para Lea, Webley e Levine (1993), apesar dos jovens demonstrarem maior controle de suas dívidas, os resultados de sua pesquisa sobre inadimplência indicam que os devedores graves são os mais jovens, e que, isto pode significar o surgimento de uma geração que aceita e convive melhor com a dívida do que as anteriores.

Com relação à influência da religião na propensão ao endividamento, constatou-se que foram significativas as diferenças entre médias de praticantes e não praticantes quanto à economia dos recursos e aos gastos com amigos e outros, demonstrando que os indivíduos não praticantes economizam mais, gastam mais com seus amigos e menos com os outros do que os praticantes. Os resultados encontrados contrariam as teorias de La Barbera e Zeyner, (1997) e Keng *et al.* (2000), onde os indivíduos intensamente religiosos tendem a valorizar

qualidades espirituais e dar menor valor aos bens e às posses, apresentando comportamentos de compra mais racionais e menos impulsivos. Entretanto, os resultados presentes condizem com os de Burroughs e Rindfleisch (2002), onde a religião apresentou associação negativa com o materialismo, evidenciando algumas situações onde os valores religiosos podem contribuir para o excesso de consumo, e conseqüentemente, na maior propensão ao endividamento.

De maneira geral, este trabalho mostrou que os acadêmicos do Curso de Administração, estão conscientes de que é necessário um acompanhamento e controle sobre a dívida, conseguem economizar frequentemente e gastar menos do que ganham, indicando baixa propensão ao endividamento. Considerando que a amostra pesquisada é basicamente representada por jovens, os resultados divergem dos estudos de Ponchio (2006), o qual observou que os indivíduos jovens tendem a ser mais materialistas que os mais velhos. Tal resultado pode ser influenciado pela formação acadêmica e o nível de escolaridade. Zerrenner (2007) aponta que a educação financeira pode ser utilizada como instrumento de controle dos gastos. Especificamente, no curso de Administração, os alunos são submetidos a uma vasta gama de conteúdos relacionados à gestão financeira, principalmente nas disciplinas relacionadas à matemática financeira e finanças. Assim, pode-se conjecturar que tal formação implique numa visão mais completa da gestão de seus recursos pessoais, fazendo com que o desejo de consumo venha acompanhado de uma decisão mais racional de gastos, e, por conseguinte, um maior controle na propensão ao endividamento.

Ressalta-se, entretanto, que uma das limitações está associada à possibilidade de que os respondentes não reconhecem seus gastos, uma vez que a sua segurança financeira pode ser mantida pelos pais. Conforme Matos e Bonfanti (2008), o jovem que reside com os pais não sofre com pensamentos do tipo “gastei e agora não tenho dinheiro para pagar as contas”. Tal fato pode influenciá-los a pensar que eles não gastam, quando na verdade uma parte ou a totalidade de seus gastos, é mantida pelos recursos dos pais.

Diante do exposto, para uma melhor análise da influência do curso e da dependência financeira dos acadêmicos, o ideal seria o desenvolvimento de outros fatores não abordados nesta pesquisa.

6. Referências bibliográficas

- ARANHA, A. **A Juventude do Brasil e do Mundo já Inicia a Fase Adulta Pré-Falidos Antes da Hora!?**, 2005. Disponível em: www.clubedosendividados.com.br. Acesso em Mar. 2009.
- ARDS, S.D.; MYERS, S.L. The color of money: bad credit, wealth and race. **American Behavioral Scientist**, 45, 223, 2001.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE CARTÃO DE CRÉDITO E SERVIÇOS (ABECS). **Financiamento é mais confortável com cartão, 2008**. Disponível em: www.abecs.org.br/noticias. Acesso em Mar. 2009.
- BELK, R.A. & WALLENDORF. *Ha sacred meaning of money*. **Journal of Economic Psychology**, n. 11, p.35-67, 1990.
- BLOCK-LIEB, S.; JANGER, E.J. The Myth of the Rational Borrower: Rationality, Behavioralism and the Misguided “Reform of Banckruptcy Law”. **Texas Law Review**, v. 84, n. 6. Mai/2006.
- BURROUGHS, J; RINDFLEISCH, A. Materialism and well-being: a conflicting values perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 29, n. 3, Dec. 2002, p. 348- 371. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <http://search.epnet.com>. Acesso em Jul. 2004.
- CASADO, M. M. **Os Princípios Fundamentais como Ponto de Partida para uma Primeira Análise do Sobreendividamento no Brasil**, *RDC* 33, 2001.

CONSALTER, R. **O perfil do Superendividado no Rio Grande do Sul. ADPERGS**, 2005.

DAVIES, E.; LEA, S.E.G. Student Attitudes to Student Debt. **Journal of Economic Psychology**, Amsterdam, v. 16, n. 4, p. 663-679, Dec. 1995.

FAFF, R. W. HALLAHAN, T. MCKENZIE, M.D. An empirical investigation of personal financial risk tolerance. **Financial Services Review**, Abril 2004. disponível em: www.riskprofiling.com/Downloads. Acesso em fev 2009.

FALICOV, C.J. The cultural meanings of money: the case of latinos and anglo americans. **American Behavioral Scientist**. 2001; 45. 313.

FERREIRA, A.B.H. (Ed). **Novo dicionário eletrônico** Aurélio da língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

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

FURNHAM, A. Many sides of the coin: the psychology of money usage. **Personality and Individual Difference**. n. 5, p. 501-9, 1984.

HAIR, JR. J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. & BLACK, W. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

JAIN, A.K.; JOY, A. Money matters: an exploratory study of the socio-cultural context consumption, saving and investment patterns. **Journal of Economic Psychology**. 18, 1997, p. 649-675.

KATONA, G. **Psychological Economics**. New York: Elsevier, 1975, p. 438.

KENG, K.A. *et al.* The influence of materialistic inclination on values, life satisfaction and aspirations: an empiricial analysis. **Social Indicators Research**, Netherlands, v. 49, Mar. 2000, p. 317-333. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <http://search.epnet.com>. Acesso em Jan. 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2006.

KÖSTERS, W.; STEPHAN, P.; STEFAN, S. An economic analysis of the EU Commission's proposal for a new consumer credit directive: offering consumers more protection or restricting their options?. **Intereconomics**, v.39, n.2, mar 2004. Disponível em <<http://www.springerlink.com/content/v20255626rh427t8/fulltext.pdf>>. Acesso em mai 2009.

LA BARBERA, P.; ZEYNEP, G. The role of materialism, religiosity, and demographics in subjective well-being. **Psychology & Marketing**, v. 14, n. 1, 1997, p. 71-97. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <http://search.epnet.com>. Acesso em Out. 2008.

LEA, S.E.G., WEBLEY, P., & LEVINE, R.M. The economic psychology of consumer debt. **Journal of Economic Psychology**, 14, 1993, p. 85-119.

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, 1995, p. 681-701.

LIVINGSTONE, S.; LUNT, P. Prediciting personal debt and debt repayment: psychological, social and economic determinants. **Journal of Economic Psychology**, v.13, 1992, p.111-134.

LUNT, P.K.; LIVINGSTONE, S.M. Psychological, social and economic determinants of saving: Comparing recurrent and total savings. **Journal of Economic Psychology** 12, 1991, p. 621-641.

MATOS, C.A.; BONFANTI, K. Comportamento Compulsivo de Compra: Fatores Influenciadores no Público Jovem. In: **XXXII Encontro de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD)**, 2008, Rio de Janeiro. Anais do XXXII EnPANPAD, 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br>. Acesso em Mai. 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 no município de São Paulo. Dissertação de Mestrado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas: São Paulo, 2005.

OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. **Endividamento e sobreendividamento das famílias:** Conceitos e estatísticas para sua avaliação. *Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra*, Fev/20002.

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

PROGRAMA POLÍTICO PEDAGÓGICO. **Curso de Administração**, UFSM. 2004.

RICHINS, M.L. The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form. **Journal of Consumer Research, Chicago**, v. 31, n. 1, p. 209-219, Jun. 2004.

ROCA, R.S Dinheiro Vivo: money and religion in Brazil. **Critique of Anthropology**. 2007, p. 27, 319.

RUDMIN, F.W. Gender differences in the semantics of ownership: Was Pythagoras right? In: Goldberg, M.E., Corn, G., Pollar R.W. (Eds.), *Advances in Consumer Research*. Ann Arbor. MI: **Association for Consumer Research**,. p. 176-181, 1994.

SOMAN, D. Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The Role of Rehearsal and Immediacy of Payments. **Journal of Consumer Research**, University of Chicago Press, v. 27, Mar/2001, p. 460-474.

SPERO, K.W. Building a client's risk profile: using questionnaires to develop investment policy. **Association for Investment Management and Research**. 2000.

SUNG, J.H.S. Factors related to risk tolerance. **Financial Counselling and Planning**. v.7 p.11-20, 1996.

TANG, T.L.P. The meaning of money revisited. **Journal of Organizational Behavior**, v. 13, p. 197-202, 1992.

TOKUNAGA, H. The use and abuse of consumer credit: application of psychological theory and research. **Journal of Economic Psychology**, v. 14, n. 2, p. 285-316, 1993.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science**, Set/1974.

WALKER, C.M. Financial management, coping and debt in households under financial strain. **Journal of Economic Psychology**, v. 17, 1996, p. 789-807. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <<http://search.epnet.com>>. Acesso em Fev. 2009.

WATSON, J.J. The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt. **Journal of Economic Psychology**, v. 24, 2003. p. 723-739. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <<http://search.epnet.com>>. Acesso em Jan. 2005.

WEBLEY, P., LEVINE, M., LEWIS, A. A study in economic psychology: Children's saving as a play economy. **Human Relations**, 44, 1993, p. 127 -146.

WEBLEY, P. NYHUS, E.K. Life-cicle and dispositional routes into problem debt. **British Journal of Psychology**, v. 92, 2001, p. 423-446. Disponível em EBSCO HOST Research Databases: <http://search.epnet.com>. Acesso em Fev. 2009.

ZALTMAN, G.; WALLENDORF, M. **Consumer behavior: basic findings and management implications**. New York, Wiley & Sons, 1979.

ZELIZER, V.A. The social meaning of money: "*Special monies*". **American Journal of Sociology**, v. 95, p. 342-377, 1989.

ZERRENNER, S.A. **Estudo Sobre as razões para a população de baixa renda.** 2007. Dissertação (Mestre em Ciências Administrativas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

ZINKHAN, G. M.; KIRAN W. K. Cultural and Gender Differences in Risk-Taking Behavior Among American and Spanish Decision Makers. **The Journal of Social Psychology**, 131: 5, 1990, p. 741-742.