

Os elementos antecedentes do endividamento e a satisfação com a vida

The antecedent elements of indebtedness and life satisfaction

Edione de Oliveira Neri https://orcid.org/0000-0002-3518-8379	Mestre em Administração. Universidade FUMEC – Brasil. edione.adm@hotmail.com
Luiz Rodrigo Cunha Moura https://orcid.org/0000-0002-7040-7864	Doutor em Administração. Universidade FUMEC. Fundação Pedro Leopoldo (FPL) – Brasil. luizrcmoura@gmail.com
Cid Gonçalves Filho https://orcid.org/0000-0002-2454-9546	Doutor em Administração. Universidade FUMEC – Brasil. cidgoncalvesfilho@gmail.com
José Édson Lara https://orcid.org/0000-0001-6120-075X	Doutor em Economia de l'Empresa. Fundação Pedro Leopoldo (FPL) – Brasil. jedson.lara10@gmail.com
Nina Rosa da Silveira Cunha https://orcid.org/0000-0002-2292-2159	Doutora em Economia Rural. Universidade Federal de Viçosa (UFV) – Brasil. ninarosaufv@gmail.com

RESUMO

Estudos mostram que tempos de crise geralmente resultam em grandes transformações na sociedade. Nessa perspectiva, ao observar o comportamento do consumidor na busca por compreensão e para a análise do endividamento dos consumidores, fez-se necessário analisar os elementos individuais (hedonismo, teoria do comportamento planejado, impulsividade, fatores financeiros e materialismo) que se apresentam, em vários estudos aqui explicitados, como antecedentes ao endividamento. Além disso, busca-se também verificar o possível impacto do endividamento na satisfação com a vida dos jovens universitários brasileiros. Assim, foi criado e testado um modelo explicativo. Utilizando-se de uma abordagem descritiva, foi elaborado um questionário pela ferramenta Google Forms. Ao final do *survey* realizado entre agosto e novembro de 2020 por meio da divulgação nas mídias sociais obteve-se uma amostra de 350 elementos. A análise de dados foi realizada através de técnicas estatísticas multivariadas. Pôde-se concluir que o nível de conhecimento e as habilidades financeiras têm impacto negativo sobre o potencial de endividamento de uma pessoa e influenciam também uma atitude mais consciente em relação à utilização do crédito, levando a dívidas menores e de curto prazo. Conclui-se também que o nível de preocupação diante das dívidas impacta a satisfação com a própria vida.

Palavras-chave: endividamento; satisfação com a vida; comportamento do consumidor; hedonismo; conhecimento e habilidades financeiras.

ABSTRACT

Studies show that times of crisis often result in major changes in society. From this perspective, when observing consumer behavior in the search for understanding and analyzing consumer indebtedness, it was necessary to take into account the individual elements (hedonism, theory of planned behavior, impulsiveness, financial factors, and materialism) that are presented in several studies explained here, as antecedents to indebtedness. In addition, the research also seeks to verify the possible impact of indebtedness on the life satisfaction of young Brazilian university students. Thus, an explanatory model was created and tested. Using a descriptive approach, a questionnaire was developed in the Google Forms tool. At the end of the survey which was carried out between August and November 2020 through dissemination in social media, a sample of 350 elements was obtained. Data analysis was performed using multivariate statistical techniques. The conclusion was that the level of knowledge and financial skills negatively impacts a person's debt potential and influences a more conscious attitude towards the use of credit, leading to smaller and short-term debt. It was also concluded that the level of concern about debt impacts satisfaction with one's own life.

Keywords: indebtedness; satisfaction with life; consumer behavior; hedonism; financial knowledge and skills.

Recebido em 25/06/2021. Aprovado em 15/08/2021. Avaliado pelo sistema *double blind peer review*. Publicado conforme normas da APA.
<https://doi.org/10.22279/navus.2021.v11.p01-18.1632>

1 INTRODUÇÃO

Estudos sobre o comportamento do consumidor geraram inúmeras informações de forma multidisciplinar ao longo do tempo, apresentando uma vasta gama de informações sobre o tema. Kirk e Rifkin (2020), em sua pesquisa, documentaram alguns dos padrões de comportamento do consumidor que caracterizaram os primeiros dias da pandemia do COVID-19, pois, a pandemia foi o ponto em que o distanciamento social influenciou os hábitos dos consumidores, alguns dos quais podem prenunciar mudanças que acabarão por revolucionar a sociedade.

Compreender o comportamento do consumidor nesse cenário faz-se necessário a fim de que se possam analisar o endividamento dos consumidores, as influências de elementos individuais que se apresentam como preditores do endividamento e o impacto da dívida pessoal na satisfação com a vida, no atual momento do país. Ao comprar um produto parcelado, assume-se a obrigação de pagamento futuro e adquire-se uma dívida (Buaes, Comerlato, & Doll, 2015). Vários são os efeitos negativos que a dívida exerce sobre a saúde e a qualidade de vida das pessoas e o excesso de endividamento tem sido associado a maus resultados para a saúde e que o grupo populacional endividado tem maior risco de sofrer com dores físicas (Warth, Puth, Tillmann, Porz, Zier, Weckbecker, & Münster, 2019).

Os jovens apresentam cada vez mais participação no mercado consumidor, e constituem, por várias razões, um grupo particularmente vulnerável a adquirir dívidas, com considerável número de inadimplente e maior uso de crédito. De acordo com uma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), praticamente oito em cada dez jovens da geração Z (18 a 24 anos) garantem possuir alguma fonte de renda (77,6%), sendo que a maior parte (35,6%) trabalha com carteira assinada (Sistema Proteção ao Crédito Brasil, 2018).

Outro ponto a ser ressaltado é que as consequências das atitudes e escolhas desse jovem consumidor devem ser examinadas, pois podem levar a um cenário de inadimplência e dívida (Flores & Vieira, 2014). Além disso, pessoas com alto nível de amor ao dinheiro estão ansiosas para melhorar seu padrão de vida e subir para o topo das chamadas classes sociais. Essa intensa pressão para ter sucesso pode muito bem forçá-las a assumir mais riscos e a se envolver em comportamentos antiéticos (Choe, Lau, & Tan, 2011).

Além disso, pesquisas futuras devem incluir controle de variáveis que também possam afetar a compra de produtos por consumidores hedonistas, bem como a disponibilidade em honrar o pagamento (Hoffmann, Balderjahn, Seegebarth, Mai & Peyer, 2018).

Por fim, compreender o que antecede o endividamento traz oportunidades de contribuir para minimizar o possível impacto do endividamento na satisfação com a vida, pois, a influência potencial da dívida sobre o estresse não é frequentemente considerado em um nível mais amplo. O estresse relacionado à dívida é um fator importante na associação entre dívida e saúde (Hamilton, Wickens, Ialomiteanu, & Mann, 2019).

Com o objetivo de explicar o endividamento, propõe-se, no presente trabalho, um modelo integrativo que envolva o conceito de consumo hedônico de Tilley (2012) e de Gerhard, Sousa, Souza, Carvalho e Pañaloza (2015); a Teoria do Comportamento Planejado de Ajzen (2002) e de Hoppe, Barcellos e Matos (2019); o Materialismo de Matos, Vieira, Bonfanti e Mette (2019) e de Flores e Vieira (2016), bem como a Impulsividade de Solomon (2016) e de Matos *et al.* (2019), de modo a ampliar o poder explicativo dos estudos prévios. Nessa perspectiva, na busca por compreensão e análise do endividamento dos consumidores, ao observar o comportamento destes, fez-se necessário analisar os elementos individuais (hedonismo, teoria do comportamento planejado, impulsividade, fatores financeiros e materialismo) que se apresentam em vários estudos, conforme já exposto, como antecedentes ao endividamento. E também identificar o possível impacto do endividamento, analisado nesta pesquisa, na satisfação com a vida dos jovens universitários brasileiros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Essa seção apresenta os construtos que compõem o modelo hipotético testado nessa pesquisa, bem como a justificativa para a formação das hipóteses que geram a cadeia nomológica proposta.

2.1 Endividamento

Ferreira, Pinto, Herter, Soro, Vanneschi, Castelli e Peres (2020) afirmam que o endividamento é um conceito multifacetado, que não fala a uma só voz. Em vez disso, abrange diferentes tipos de consumidores endividados, cada um apresentando um perfil diferente e, portanto, uma configuração diferente de fatores de risco e obrigações com empréstimos. Para Collares (2019, p. 10), “Dívida é um compromisso, pecuniário ou patrimonial, que se assume com alguém. É a maneira de se usar um futuro poder de aquisição no presente antes que uma soma tenha sido ganha”. Trindade, Righi e Vieira (2012) consideram que o endividamento está relacionado com a dimensão hedônica de consumo e pode ser explicado por fatores comuns a ambos, como materialismo, consumismo, compra baseada pelo prazer e consumo simbólico.

Anderloni e Vandone (2011) chamam a atenção para as influências das variáveis sociodemográficas e econômicas, mas também por fatores comportamentais como determinantes da demanda por dívida.

Avdzejus, Santos e Santanta (2012), descrevem que os motivos que acarretam o endividamento são a falta de planejamento financeiro e o consumismo. Os respondentes reconhecem a necessidade da organização das despesas, mas são influenciados pela satisfação com o poder de compra e prazer podendo conduzi-los ao endividamento.

Flores, Coronel e Vieira (2011), contribuíram para uma melhor compreensão deste comportamento ao identificarem que quanto maior for a percepção de risco e maior o grau de educação para finanças, o indivíduo estará menos propenso ao endividamento, apresentando comportamentos conservadores.

2.2 Prazer e Hedonismo Desadaptativo

Soares (2000) define comportamento hedônico como aquele em que os indivíduos procuram, por meio de relação de consumo, uma saída para aliviar as tensões do dia a dia, sem culpa, vivendo de forma intensa os seus ideais de prazer e fantasia. Para Ksendzova, Iyer, Hill, Wojcik e Howell (2015), o hedonismo é a priorização do prazer sobre outros valores da vida e é teorizado como independente do bem-estar, tanto que a cultura popular descreve os hedonistas como infelizes e despreocupados com o bem-estar dos outros. O hedonismo desadaptativo está relacionado com as compras compulsivas e a busca incessante de prazer.

O valor do prazer pode ser entendido como experiências individuais vivenciadas e o gosto adquirido nessas experiências. O gosto envolvido é direcionado para o prazer, modificando a qualidade da experiência sentida, tornando-a hedônica por natureza (Bengtsson, 2004).

Pesquisas indicam que indivíduos que realizam o consumo desadaptativo fortemente baseado no prazer, possuem uma maior tendência a se endividarem mais (Besharat, Varki, & Craig, 2014; Gerhard *et al.*, 2015).

Para Ksendzova *et al.* (2015), o hedonismo desadaptativo teve uma correlação positiva com o hedonismo baseado em valores. O hedonismo desadaptativo influenciou a satisfação com a vida, o que implica uma semelhança entre o baixo autocontrole e o hedonismo desadaptativo em seus perfis de bem-estar. Especificamente, como previsto, as pessoas mais propensas a buscar excessivamente o prazer obtiveram maior pontuação no neuroticismo (instabilidade emocional) e menor pontuação em nível de prazer e consciência.

Assim, são elaboradas as primeiras hipóteses dessa pesquisa:

H1a: os valores do prazer tem um impacto positivo no endividamento.

H1b: o hedonismo desadaptativo tem um impacto positivo no endividamento.

2.3 Teoria do Comportamento Planejado

A Teoria do Comportamento Planejado (TCP) tem como base a premissa de que os consumidores definem seus comportamentos de forma racional utilizando as informações que estão disponíveis, avaliando as implicações de suas ações antes de decidirem por comportar-se ou não de determinada forma (Ajzen, 2002; Moura, Veiga, Souki & Cunha, 2018). Ainda de acordo com Ulker-Demirel e Ciftci (2020), a teoria considera que as pessoas são racionais e têm crenças e conhecimentos reunidos sistematicamente a partir de uma variedade

de fontes, como experiências pessoais, educação formal, mídia e interação com parentes e amigos a que elas são expostas, mas também interpretam e lembram-se dessas informações.

2.3.1 Atitude

Zhang, Grunert e Zhou (2020) forneceram ampla evidência para demonstrar o impacto positivo das atitudes sobre as intenções de comprar alimentos locais. De acordo com Moura, Souki, Veiga, Cunha e Fontes (2017, p. 79) “As atitudes podem ser entendidas como um composto formado por itens cognitivos de indivíduos, derivados de crenças, emoções e sentimentos das pessoas.

2.3.2 Norma subjetiva

Normas subjetivas são as crenças normativas dos indivíduos sobre percepções ou julgamentos de outros para se envolver ou não em determinado comportamento. Em outras palavras, é a influência social percebida pelos indivíduos para realizar ou não um comportamento (Ulker-Demirel & Ciftci, 2020). “Podem ser entendidos como a opinião de outros em relação a um determinado comportamento que um indivíduo considera importante” (Moura *et al.*, 2017, p. 79). Já a norma pessoal refere-se às próprias normas e opiniões de uma pessoa a favor do ato ou ação que praticará (Ramos, 2018). A influência social normativa é definida como uma influência para se conformar com as expectativas dos outros. O poder da influência social normativa decorre da identidade humana como ser social, com necessidade de companheirismo e associação, e leva um indivíduo a se conformar para ser amado e aceito por outros (Hong, 2018; Moura *et al.*, 2018).

2.3.3 Controle volitivo

Segundo Ajzen e Madden (1986), na Teoria do Comportamento Planejado, a intenção comportamental se apresenta como antecedente ao comportamento e quanto maior for a intenção comportamental de agir, maior é a possibilidade de o indivíduo realmente agir. O controle do comportamento percebido é a percepção da facilidade ou dificuldade de realizar o comportamento. Essa teoria assume que as atitudes e normas subjetivas podem não ser suficientes para explicar as intenções dos comportamentos, portanto também são influenciadas por controle sobre o desempenho comportamental (Moura *et al.*, 2018).

Portanto, as seguintes hipóteses foram definidas:

H2a: as atitudes com relação ao crédito tem um impacto positivo no endividamento.

H2b: a norma subjetiva tem um impacto positivo no endividamento.

H2c: o controle volitivo tem um impacto positivo no endividamento.

2.4 Materialismo

Belk (1985) define materialismo como uma postura que encampa traços relacionados à personalidade que valoriza posse, sentimentos de inveja e ausência de generosidade, refletindo a importância que o consumidor materialista dá à posse de bens. Nesse sentido, Richins e Dawson (1992) definiram materialismo como um valor pessoal que valoriza a posse de materiais e o classificaram em três categorias, quais sejam, “centralidade”, quando as posses representam um papel central na vida da pessoa; “felicidade”, quando as posses estão ligadas a bem-estar, e “sucesso”, quando este é valorizado pela posse.

Flores e Vieira (2016) identificaram, ao avaliar as influências dos níveis de materialismo, valor atribuído ao dinheiro, percepção e comportamento de risco, que homens tendem a ter maiores níveis de emoções, comportamento de risco a maior atribuição de valor ao dinheiro, o que lhes confere o status de poder e, quando passam por problemas financeiros, apresentam emoções negativas que influenciam seus relacionamentos pessoais. Os resultados dos estudos de Matos *et al.* (2019) sobre materialismo apontaram que o materialismo funciona como mediador em diferentes relacionamentos. Primeiro, o materialismo tem um efeito significativo no endividamento do consumidor; ao mesmo tempo, é influenciado pela autoestima,

impulsividade e atitude em relação à dívida. Além disso, o materialismo é capaz de influenciar a satisfação dos indivíduos com a vida (Balikcioglu & Arslan, 2020).

Nessa perspectiva, este estudo também pode, por meio de seus resultados, oferecer material para validar ou refutar a afirmação de Trindade *et al.* (2012), Flores (2014), Garðarsdóttir e Dittmar (2012), Potrich, Vieira, Coronel e Bender (2016) no sentido de que o materialismo exerce influência sobre o endividamento.

A partir do exposto, tem-se a seguinte hipótese:

H3a: o materialismo tem um impacto positivo no endividamento.

2.5 Impulsividade

Aprofundando no vasto campo de estudos sobre compra impulsiva, Solomon (2016) afirma que ela é influenciada por aspectos que o consumidor traz consigo internamente, como os sentidos, os valores e sua personalidade, em uma avaliação intrínseca, e, de forma extrínseca, por influências externas, entre as quais se destacam os efeitos situacionais sobre o comportamento do consumidor, a experiência em fazer compras, o poder social de grupos.

O estudo de Matos *et al.* (2019), ao comparar os fatores psicológicos, emocionais, econômicos e financeiros, constatou que a atitude em relação à dívida e à impulsividade não teve apenas os maiores efeitos principais no materialismo, mas também o maior efeito indireto no endividamento.

Nessa linha, Santos, Ferreira, Bizarrias, Cucato e Silva (2019) constataram que o construto educação financeira se apresenta como antecedente ao materialismo e à compra impulsiva, já que quanto maior a educação financeira, menor a propensão dos indivíduos em se endividarem.

Assim, foi elaborada a hipótese:

H3b: a impulsividade tem um impacto positivo no endividamento.

2.6 Fatores financeiros

Educação financeira é um conceito relacionado à compreensão dos indivíduos sobre finanças, o nível de conhecimento sobre o assunto e sua capacidade de usar habilidades financeiras para melhorar o bem-estar econômico, isto é, semelhante ao conceito de conhecimento financeiro em relação à medição de dificuldades, como um capital humano qualitativo (Xiao, 2020).

A alfabetização financeira pode ser conceituada considerando duas dimensões: compreensão (conhecimento de finanças pessoais) e uso (aplicação de finanças pessoais). Assim, seguindo a estrutura conceitual, a alfabetização financeira poderia ser definida como uma medida de quão bem um indivíduo pode compreender e usar informações pessoais relacionadas a finanças (Houston, 2010).

A alfabetização financeira desempenha um papel crucial no processo de tomada de decisão dos indivíduos. Os estudos existentes demonstram que um nível mais baixo de educação financeira leva a decisões financeiras irracionais sobre investimentos, fundos de pensão, poupança e dívidas (Xiao, 2020).

Por conseguinte, esse trabalho apresenta também as hipóteses a seguir:

H4a: as competências financeiras tem um impacto negativo no endividamento.

H4b: as habilidades financeiras tem um impacto negativo no endividamento.

2.7 Variáveis demográficas

Flores e Vieira (2014) encontraram uma diferença significativa no nível da dívida de acordo com idade, sexo, estado civil, educação, religião, princípios religiosos, ocupação, renda familiar, cartão de crédito e dependência de crédito. Os resultados também indicam influências positivas dos construtos materialismo e comportamento de risco e influências negativas dos construtos percepção de risco, emoção e valor do dinheiro. Silva, Silva, Neto e Araújo (2017) identificaram a propensão das mulheres em consumir com maior frequência e a endividar-se com mais facilidade que os homens pelo fato de apresentarem uma predisposição para incorrer em um comportamento de compra impulsiva utilizando com maior frequência o cartão de crédito, aumentando o risco de endividamento.

A partir desse relato, foram desenvolvidas as seguintes hipóteses:

H5a: o sexo (feminino) tem um impacto positivo no endividamento.

H5b: a idade tem um impacto negativo no endividamento.

H5c: a renda tem um impacto negativo no endividamento.

H5d: o estado civil (solteiro) tem um impacto positivo no endividamento.

H5e: a escolaridade tem um impacto negativo no endividamento.

H5f: o número de pessoas no domicílio tem um impacto positivo no endividamento.

2.8 Satisfação com a vida

Sirgy *et al.* (2019) consideram que o construto materialismo do sucesso, ligado a riqueza e posses materiais é um sinal de sucesso na vida. Esse construto pode influenciar positivamente a satisfação com a vida, enquanto o construto materialismo da felicidade, voltado para a riqueza e para o consumo material, é um sinal de felicidade na vida, e pode influenciar negativamente a satisfação com a vida. Por outro lado, o materialismo de sucesso contribui para a satisfação com a vida, porque serve para aumentar a motivação econômica e causar um aumento na satisfação futura com o próprio padrão de vida, o que, por sua vez, contribui para a satisfação futura com a vida.

Pessoas endividadas se sentem insatisfeitas com sua situação financeira e menos confiantes em um futuro financeiro melhor. Além disso, a presença da dívida leva a sentimentos de tristeza, ansiedade, nervosismo, depressão e pode afetar as relações sociais, de trabalho e familiares dos endividados (Vieira, Oliveira, & Kunkel, 2016). Xiao e Tessema (2019) afirmam que apenas para mulheres a orientação em longo prazo foi positivamente associada ao materialismo e à satisfação com a vida. Isso pode ser explicado pelo fato de que as mulheres tendem a se concentrar mais nas recompensas futuras, em vez de nas virtudes relevantes para o presente e no passado, e tendem a ficar mais satisfeitas com a vida do que os homens. Assim é apresentada a seguinte hipótese:

H6: o nível de endividamento reduz a satisfação com a vida.

3 APRESENTAÇÃO DO MODELO HIPOTÉTICO

A partir da elaboração das hipóteses, elaborou-se o modelo hipotético – ver Figura 1.

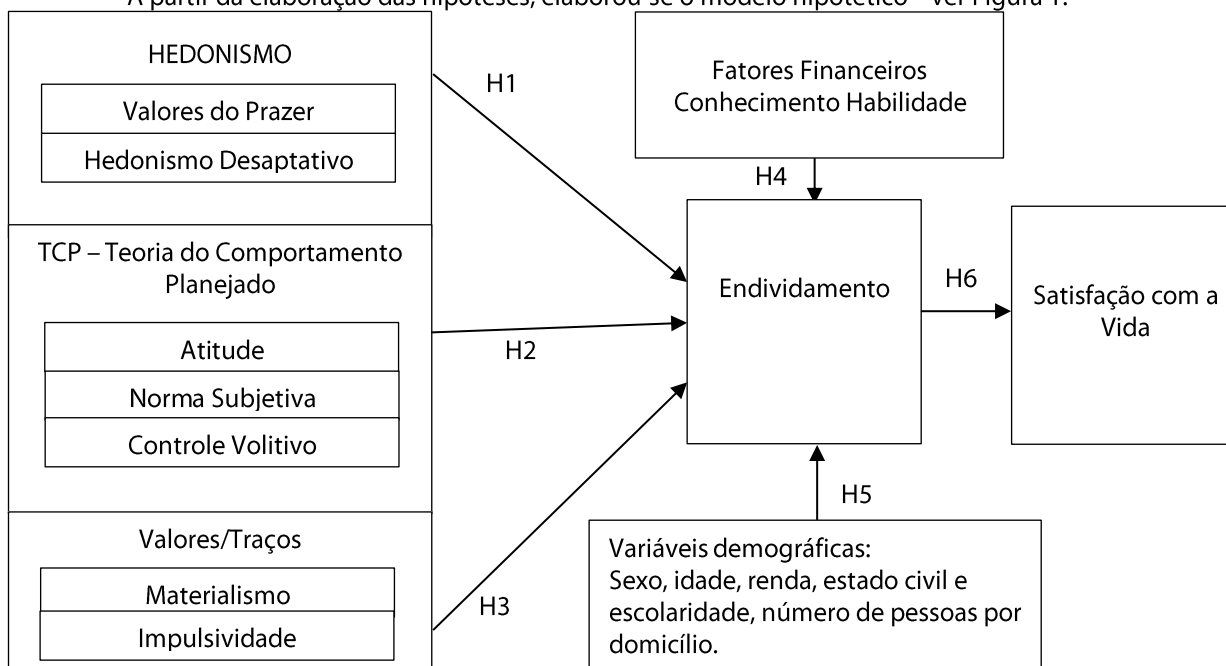


Figura 1. Relação entre as hipóteses.
Fonte: Elaborada pelos autores (2021).

A partir do modelo desenvolvido e dos objetivos da pesquisa, foi elaborada a metodologia de pesquisa.

4 METODOLOGIA

Considerando-se os objetivos da pesquisa, foi realizado um *survey* para a coleta dos dados primários.

O instrumento de coleta de dados foi desenvolvido a partir de escalas previamente já testadas e que compuseram o modelo hipotético dessa pesquisa. Os construtos e suas respectivas fontes para a elaboração dos itens de cada uma das escalas são: valores do prazer (Ksendzova *et al.*, 2015), hedonismo desadaptativo (Ksendzova *et al.*, 2015), competências financeiras (Atkinson e Messy, 2012; Huston, 2010), habilidades financeiras (Atkinson, & Messy, 2012; Huston, 2010), atitude (Ajzen, 2002; Moura, 2010), normas subjetivas (Ajzen, 2002; Moura, 2010), controle percebido (Ajzen, 2002; Moura, 2010), materialismo (Richins, 1992), impulsividade (Rook, 1987), endividamento subjetivo (Matos *et al.*, 2019) e satisfação com a vida (Ekici, Sirgy, Lee, Yu, & Bosnjak (2018). Ao final, o questionário foi composto por 10 construtos e 41 indicadores, além de questões de cunho demográfico, tais como idade, renda, gênero, entre outros.

A escala utilizada foi do tipo intervalar variando entre 1 e 7 com as âncoras “discordo totalmente” e “concordo totalmente” para os menores valores e para os maiores valores respectivamente.

Antes do processo de coleta de dados foi realizado o pré-teste do questionário com o mesmo público-alvo da pesquisa principal. Foram abordados 35 respondentes e o pré-teste foi conduzido de forma virtual por causa da pandemia. Como resultado, foram alteradas algumas palavras para facilitar o entendimento por parte dos respondentes, notadamente em termos de deixar o conteúdo das questões mais claro.

A coleta de dados ocorreu por meio eletrônico – entre os meses de agosto e novembro de 2020 - a partir dos contatos de universitários que estudavam em IES localizadas na região metropolitana de uma metrópole brasileira. Dessa forma, a amostra pode ser categorizada como uma amostra de conveniência e também como “bola de neve”.

A amostra obtida foi composta por 350 observações e os dados foram analisados com a utilização dos *softwares* Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 19.0, e SmartPLS, versão 3.0.

5 ANÁLISE DE DADOS

A seção de análise de dados é composta inicialmente pelo tratamento dos dados e apresentação da composição da amostra. Em seguida é testado o modelo de mensuração e, por fim, o modelo estrutural é averiguado por meio da modelagem de equações estruturais.

5.1 Tratamento dos Dados e Composição da Amostra

A primeira etapa da análise de dados identificou os *outliers* multivariados. Para tal, foi calculada a Distância D^2 de Mahalanobis. Como consequência, retiraram-se dez elementos e a amostra passou a contar com 340 observações.

Em seguida realizou-se o teste de Kolmogorov-Smirnov para verificar a amostra possui distribuição normal ou não. O resultado indicou a violação da normalidade, e, portanto, os testes estatísticos realizados deveriam ser robustos para essa condição.

Em relação às características da amostra, ela é formada predominantemente por mulheres (52,1% da amostra com 177 respondentes) em comparação com 162 respondentes do gênero masculino (47,6% do total). Há ainda um entrevistado que considerou o seu gênero como “outro”. Além disso, mais de 70% dos respondentes possuem graduação completa ou incompleta e o restante possui pós-graduação completa ou incompleta. Em termos de nível de renda, 23,2% do total (79 entrevistados) possui renda até 1000,00 reais, 28,2% (96 entrevistados) entre 1001,00 e 2000,00 reais e 26,2% (89 entrevistados) entre 2001,00 e 4000,00 reais. O restante dos respondentes está acima desse valor. Por fim, em relação à idade, pouco mais de 85% do total possui até 30 anos de idade e aproximadamente 10% possui entre 31 e 40 anos.

O próximo passo da análise de dados foi a utilização de técnicas estatísticas multivariadas. Tendo em vista que o construto endividamento apresenta relação formativa com os seus indicadores e, principalmente, que o objetivo principal desta pesquisa é explicar o construto endividamento, mensurando o percentual máximo de variação no endividamento e na satisfação dos respondentes, que é gerado pela variação dos construtos antecedentes de segunda e de primeira ordem, em uma abordagem preditiva, o método dos Mínimos Quadrados Parciais (*Partial Least Squares* - PLS) foi adotado para a mensuração dos parâmetros do modelo, e os dados foram processados por meio do *software* SmartPLS, versão 3.3.2, de autoria de Ringle, Wende e Becker (2015).

Na Tabela 1 são apresentados os índices para verificação da validade convergente – Alfa de Cronbach e Confiabilidade Composta, conforme indicado por Hair, Hult, Ringle e Sarstedt (2014) e por Ringle, Silva e Bido (2014) – para os construtos reflexivos. Tendo em vista que, segundo esses autores, valores de Alfa acima de 0,600 e de Confiabilidade Composta acima de 0,700 são considerados adequados, foi atestada a validade convergente dos construtos, apesar do valor de Alfa de Cronbach (0,529) apurado para o construto hedonismo desadaptativo finanças e social, que pode ser relevado em razão do valor de Confiabilidade Composta (0,801) para o mesmo construto.

Construtos	Alfa de Cronbach	Confiabilidade Composta
Atitude	0,773	0,854
Competências Financeiras	0,619	0,835
Controle Volitivo	0,845	0,906
Escolaridade a	1,000	1,000
Est Civil a	1,000	1,000
Faixa Etária a	1,000	1,000
Habilidades Financeiras	0,787	0,862
Hedonismo Desadaptativo Emocional	0,739	0,852
Hedonismo Desadaptativo Finanças e Social	0,529	0,801
Impulsividade	0,719	0,874
Materialismo	0,775	0,861
Normas Subjetivas	0,682	0,700
Número de Filhos a	1,000	1,000
Número de Moradores a	1,000	1,000
Renda a	1,000	1,000
Satisfação	0,812	0,874
Valores do Prazer	0,681	0,811

Nota. a – construtos mensurados por somente um indicador.

Tabela 1. **Testes de Confiabilidade**

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Os resultados apresentados indicam o compartilhamento de informações por parte dos indicadores, dentro dos respectivos construtos. O próximo passo da análise do modelo de mensuração é a avaliação da validade discriminante, por meio do critério proposto por Fornell e Larcker (1981), conforme indicado por Ringle *et al.* (2014), que se baseia na comparação das raízes quadradas das Variâncias Médias Explicadas de cada construto com as correlações entre todos os pares de construtos.

Os resultados alcançados indicam que os valores da raiz quadrada da variância média explicada (AVE) de todos os construtos são superiores às correlações entre todos esses construtos, atendendo ao critério de Fornell-Larcker (1981).

As cargas fatorais de cada indicador são exibidas na Tabela 2, somente para os construtos com mais de um indicador. O indicador HF1, referente ao construto habilidades financeiras não apresenta carga

significativa (carga < 0,700), mas estatisticamente significativa (Valores P < 0,010), foi mantido no modelo de mensuração, tendo em vista os valores significativos apurados para o Alfa de Cronbach (AC) (0,787) e para a Confiabilidade Composta (CC) (0,862) para o respectivo construto (fatores financeiros).

Os indicadores NS2 e NS3, referentes ao construto normas subjetivas, apresentaram cargas abaixo da referência (0,270 e 0,581, respectivamente), que não são estatisticamente significantes (Valor P > 0,100), resultado também apurado para os demais indicadores do construto. Os valores apurados do AC e da CC para o construto normas subjetivas foram de 0,682 e 0,700, respectivamente. Em relação ao construto valores do prazer, o indicador VP3 apresentou carga abaixo da referência (0,673) e não estatisticamente significativa (Valor P > 0,100). Os indicadores VP1 e VP2 apresentaram cargas acima do valor de referência (0,711 e 0,907, respectivamente), mas sem significância estatística (Valores P > 0,100).

Por conseguinte, existe a necessidade de revisão de conteúdo dos indicadores usados para mensurar os construtos normas subjetivas e valores do prazer e que os efeitos estimados no modelo estrutural, apresentados a seguir, devem ser interpretados com cautela.

Quanto ao indicador SAT4, referente ao construto satisfação, foi estimada carga abaixo do valor de referência (0,557), mas estatisticamente significativa (Valor P < 0,050). O indicador não foi excluído do modelo de mensuração do construto, em razão dos valores de 0,812 e 0,874 estimados para o AC e para a CC, respectivamente.

Conforme os resultados apresentados na Tabela 2, não foi identificada colinearidade elevada entre os indicadores, tendo em vista que todos os valores de VIF (*Variance Inflation Factor*) ficaram abaixo do ponto de corte em 5,000, apontando a inexistência de redundância de mensuração nos construtos por parte dos indicadores.

Construto	Indicador	Cargas Fatoriais	Valores de P	VIF
Atitude	AT1	0,760	0,001 ***	1,505
	AT2	0,859	0,000 ***	1,904
	AT3	0,704	0,005 ***	1,466
	AT4	0,755	0,000 ***	1,424
Competências Financeiras	CF2	0,906	0,018 **	1,251
	CF3	0,784	0,055 *	1,251
Controle Volitivo	CV1	0,867	0,000 ***	2,056
	CV2	0,884	0,000 ***	2,218
	CV3	0,868	0,000 ***	1,878
Hedonismo Desadaptativo Emocional	HDE1	0,844	0,045 **	1,634
	HDE2	0,753	0,069 *	1,318
	HDE3	0,833	0,044 **	1,596
Hedonismo Desadaptativo Finanças e Social	HDFS1	0,721	0,082 *	1,174
	HDFS2	0,906	0,077 *	1,149
Habilidades Financeiras	HF1	0,695	0,000 ***	1,472
	HF2	0,780	0,000 ***	2,046
	HF3	0,903	0,000 ***	2,786
	HF4_REV	0,733	0,000 ***	1,406
Impulsividade	IMP1	0,919	0,021 **	1,460
	IMP3	0,842	0,025 **	1,460
Materialismo	MAT1	0,725	0,001 ***	1,491
	MAT2	0,920	0,000 ***	1,706
	MAT3	0,810	0,000 ***	1,636
Normas Subjetivas	NS1	0,708	0,170	1,148
	NS2	0,270	0,684	1,273
	NS3	0,581	0,384	1,540
	NS4	0,818	0,195	1,458
Satisfação	SAT1	0,885	0,006 ***	2,627
	SAT2	0,858	0,006 ***	2,311

	SAT3	0,858	0,007 ***	1,822
	SAT4	0,557	0,011 **	1,265
Valores do Prazer	VP1	0,711	0,321	1,227
	VP2	0,907	0,262	1,464
	VP3	0,673	0,292	1,389

Nota. *** - significativa a 1,00%; ** - significativa a 5,00%; * - significativa a 10,00%

VIF (*Variance Inflation Factor*) – Fator de Inflação de Variância.

Tabela 2. **Valores das Cargas Fatoriais**

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Na Tabela 3 são apresentados os coeficientes de caminho, referentes aos efeitos diretos entre construtos estimados para o modelo estrutural. Conforme se pode observar, somente o efeito exercido pelo construto de primeira ordem hedonismo desadaptativo emocional apresenta efeito estatisticamente significativo no respectivo construto de segunda ordem (Valor P < 0,050). Não foi identificada colinearidade elevada entre os construtos de primeira ordem, tendo em vista que todos os valores de VIF (*Variance Inflation Factor*) ficaram abaixo do ponto de corte em 5,000, apontando a inexistência de redundância de informações entre os construtos independentes (origem) e dependentes (destino).

Foi identificado efeito positivo e estatisticamente significativo do construto atitude no construto endividamento (0,175; Valor P < 0,100) e efeitos negativos e estatisticamente significantes dos construtos controle volitivo (-0,173; Valor P < 0,010), escolaridade (-0,173; Valor P < 0,050) e habilidades financeiras (-0,284; Valor P < 0,010) no construto endividamento, assim como do construto endividamento no construto satisfação (-0,276; Valor P < 0,050) (ver Tabela 3).

Origem	Destino	Efeito Direto	Valores de P	VIF		Hipótese
Atitude	Endividamento	0,175	0,062	*	1,473	H2a- Apoiada
Competências Financeiras		-0,012	0,850		1,198	H4a-Rejeitada
Controle Volitivo		-0,173	0,009	***	1,406	H2c-Apoiada
Escolaridade		-0,173	0,028	**	1,880	H5e- Apoiada
Estado Civil		-0,112	0,244		1,669	H5d- Rejeitada
Faixa Etária		0,029	0,767		1,792	H5b- Rejeitada
Habilidades Financeiras		-0,284	0,001	***	1,586	H4b- Apoiada
Hedonismo desadaptativo		-0,089	0,265		1,176	H1b- Rejeitada
Impulsividade		0,040	0,576		1,607	H3b- Rejeitada
Materialismo		0,052	0,426		1,366	H3a- Rejeitada
Normas Subjetivas		0,052	0,537		1,173	H2b- Rejeitada
Número de Filhos		-0,043	0,567		1,491	H5f- Rejeitada
Num. Morador		-0,028	0,692		1,174	H5f- Rejeitada
Renda		-0,024	0,807		1,981	H5c- Rejeitada
Valores do Prazer		0,011	0,895		1,353	H1a- Rejeitada
Endividamento	Satisfação	-0,276	0,031	**	1,000	H6- Apoiada
RELAÇÕES ENTRE VARIÁVEIS LATENTES DE PRIMEIRA ORDEM E RESPECTIVA VARIÁVEL LATENTE DE SEGUNDA ORDEM						
Hedonismo Desadaptativo Emocional	Hedonismo Desadaptativo	0,981	0,033	**	1,094	
Hedonismo Desadaptativo Finanças e Social		0,060	0,897		1,094	

Nota. *** - significativa a 1,00%; ** - significativa a 5,00%; * - significativa a 10,00%.

VIF (*Variance Inflation Factor*) – Fator de Inflação de Variância.

Tabela 3. **Modelo estrutural - efeitos diretos**

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 4, são apresentados os resultados estimados para os efeitos indiretos exercidos pelos construtos de primeira ordem (hedonismo desadaptativo emocional e hedonismo desadaptativo finanças e social), por meio do construto de segunda ordem (hedonismo desadaptativo), no construto endividamento, que não se apresentam estatisticamente significantes (Valores $P > 0,100$).

Em relação ao construto satisfação, foram identificados efeitos positivos e estatisticamente significantes do controle volitivo (0,048; Valor $P < 0,100$), da escolaridade (0,048; Valor $P < 0,100$) e das habilidades financeiras (0,078; Valor $P < 0,100$).

Origem	Destino	Efeitos Indiretos	Valores de P
Hedonismo Desaptativo Emocional	Endividamento	-0,088	0,146
Hedonismo Desaptativo Finanças e Social		-0,005	0,935
Atitude		-0,048	0,124
Competências Financeiras		0,003	0,869
Controle Volitivo		0,048	0,071 *
Escolaridade		0,048	0,093 *
Estado Civil		0,031	0,362
Faixa Etária		-0,008	0,792
Habilidades Financeiras		0,078	0,070 *
Hedonismo Desadaptativo		0,025	0,340
Hedonismo Desadaptativo Emocional	Satisfação	0,024	0,180
Hedonismo Desadaptativo Finanças e Social		0,001	0,946
Impulsividade		-0,011	0,624
Materialismo		-0,014	0,504
Normas Subjetivas		-0,014	0,643
Número de Filhos		0,012	0,626
Número de Moradores		0,008	0,730
Renda		0,007	0,827
Valores do Prazer		-0,003	0,906

Nota. *** - significativa a 1,00%; ** - significativa a 5,00%; * - significativa a 10,00%.

Tabela 4. **Modelo estrutural - efeitos indiretos**

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os dados apresentados na Tabela 5 há consistência na relação entre os construtos de primeira ordem e o construto de segunda ordem hedonismo desadaptativo, representado pelo coeficiente de determinação estimado ($R^2 = 1,000$; Valor $P < 0,010$). O modelo hipotético é capaz de explicar 30,20% da variação do endividamento subjetivo dos indivíduos que integram a amostra ($R^2 = 0,302$; Valor $P < 0,010$). Já em relação à satisfação, o modelo hipotético é capaz de explicar 7,60% da variação da satisfação dos indivíduos que compõem a amostra ($R^2 = 0,076$; Valor $P < 0,050$).

Outro aspecto a ser apresentado é a capacidade preditiva do modelo, representada pelo Q^2 , que deve apresentar valores positivos, sem que haja um valor de referência para interpretar quão significativa ela é. Assim, o modelo apresenta capacidade preditiva, em razão dos valores positivos estimados e apresentados na Tabela 5.

Construtos	R ²	Valores de P	Q ²
Endividamento	0,302	0,000 ***	0,022
Satisfação	0,076	0,035 **	0,042
Hedonismo Desadaptativo	1,000	0,000 ***	0,426

Nota. *** - significante a 1,00%; ** - significante a 5,00%; * - significante a 10,00%.

Tabela 5. **Capacidade explicativa e preditiva do modelo hipotético**

Fonte: Dados da pesquisa.

O próximo tópico apresenta a discussão dos resultados e das hipóteses.

5.2 Discussão dos Resultados

Pelos resultados obtidos nesta pesquisa, pode-se concluir que as seguintes hipóteses foram confirmadas: H2a (Atitudes com relação ao crédito tem um impacto positivo no endividamento), H5e (Escolaridade tem um impacto negativo no endividamento), H4b (Habilidades Financeiras tem um impacto negativo no endividamento) e H6 (o nível de endividamento reduz a Satisfação com a vida).

Sobre a H2a: em relação à atitude, a primeira questão reflete a afirmativa de que “as pessoas podem ser endividar para possuir as coisas”. As respostas indicam que a maioria dos entrevistados (mais de 58%) não concorda em algum nível com essa afirmativa. Isso explica o fato de que a maior parte dos respondentes, considerando o total de sua renda mensal, alega que a renda não está comprometida com dívida mensal, como cartões de crédito ou empréstimos pessoais, e, entre os que estão comprometidos com dívidas, a maioria assinalou prazos curtos, de até três meses.

Sobre a H5e: a escolaridade tem um impacto negativo no endividamento. Como a amostra é composta por estudantes universitários, conclui-se que a maioria já tenha algum grau de conhecimento em relação às finanças básicas e já adquiriu algum conhecimento para administrar e planejar sua vida financeira.

Sobre a H4b: o outro indicador sobre as habilidades financeiras dos respondentes diz respeito ao seu comportamento de pagar as contas em dia. A maioria dos entrevistados, compreendendo mais de 90% dos respondentes, concorda com a afirmativa de que consegue pagar as suas contas em dia. Em relação ao controle da vida financeira, novamente a grande maioria dos respondentes concorda com essa afirmativa (cerca de 80% dos respondentes), em diferentes níveis. O último indicador se refere à dificuldade de haver disponibilidade de dinheiro até o final do mês. Esta é uma questão de sentido reverso, e os respondentes foram coerentes, considerando os resultados das três questões anteriores. Assim, a maioria dos respondentes não concorda com essa dificuldade de disponibilidade financeira no final do mês, apesar de os resultados terem uma menor magnitude em comparação com as três questões anteriores. Cabe ressaltar que, como os dados foram coletados no período de pandemia, nos meses de julho e agosto de 2020, pode ser que alguns entrevistados tivessem uma opinião diferente, caso não houvesse o surgimento do Coronavírus, e que, por causa da pandemia e da restrição de funcionamento de alguns setores da economia, esses respondentes estejam passando por dificuldades financeiras.

Sobre a H6: os resultados mostram que pouco mais da metade dos respondentes (55%) concordam com a afirmativa de que, em muitos aspectos, a vida do entrevistado está próxima do ideal. Em relação às condições de vida, o maior grupo concorda, em algum nível, que a sua vida está próxima de excelente, apesar de não alcançar a maioria de todas as respostas (48,6%). Vale ainda ressaltar que a amostra é formada por pessoas solteiras, que não têm filhos e que moram com até três outras pessoas.

As demais hipóteses da pesquisa foram rejeitadas, conforme se vê a seguir:

H1a: Valores do prazer tem um impacto positivo no endividamento.

H1b: Hedonismo desadaptativo tem um impacto positivo no endividamento.

H2b: Norma subjetiva tem um impacto positivo no endividamento.

H2c: Controle volitivo tem um impacto positivo no endividamento.

- H3a: Quanto maior o materialismo, maior o endividamento.
- H3b: Impulsividade tem um impacto positivo no endividamento.
- H4a: Competências financeiras tem um impacto negativo no endividamento.
- H5a: Sexo (feminino) tem um impacto positivo no endividamento.
- H5b: Idade tem um impacto negativo no endividamento.
- H5c: Renda tem um impacto negativo no endividamento.
- H5d: Estado civil (solteiro) tem um impacto positivo no endividamento.
- H5f: Número de pessoas no domicílio tem um impacto positivo no endividamento.

No caso das hipóteses rejeitadas – norma subjetiva (H2b), controle volitivo (H2c), materialismo (H3a) e impulsividade (H3b) –, conforme descrito acima, o fato de não terem tido impacto positivo sobre o endividamento, nesta pesquisa, pode ser explicado por ser a amostra composta por um público jovem ainda, que mora com os pais, sendo que a influência do pai e da mãe não foi o suficiente para gerar pressão que influenciasse o jovem a contrair dívidas mais caras e de longo prazo. Outro fator importante é que a maioria dos respondentes são estudantes, os quais não estão na fase de constituição de família, portanto não procuram aquisição de imóveis ou sofre influência de um parceiro nesse sentido. Outro fator também importante que pode explicar esse resultado é que talvez os jovens da geração Z, alvo da pesquisa, não são tão materialistas como os jovens das gerações anteriores. O sexo pode ter influenciado também, pois, em grande parte, a amostra foi predominantemente formada por mulheres jovens, conforme será explicado na descrição da H5a-Sexo.

Sobre a H1a (valores do prazer) e a H1b (hedonismo desadaptativo), os resultados não demonstraram um impacto positivo desses construtos no endividamento. Esses resultados são contrários aos do estudo de Ksendzova *et al.* (2015), que sugerem que hedonismo impacta atitudes de endividamento. A maioria da amostra de Ksendzova *et al.* (2015) é do sexo masculino e a pesquisa foi feita em outro contexto, com culturas e valores diferentes do Brasil. Já no atual estudo, a maioria dos entrevistados avalia que não arrisca os relacionamentos íntimos com os seus parceiros, família e amigos para realizar a atividade que lhes dá maior prazer. Isso indica que talvez os respondentes percebam um risco maior na perda da confiança ou em problemas de relacionamento com as pessoas que são importantes para eles, em comparação com o dinheiro ou com aspectos financeiros.

Pelas respostas, percebe-se uma preocupação acerca das consequências das atividades mais prazerosas sobre a saúde das pessoas, apesar de a amostra ter sido formada majoritariamente por pessoas mais jovens. Durante o processo de coleta de dados, o Brasil vivia a pandemia do coronavírus, com muitos mortos todos os dias. Esse fator pode ter influenciado a maioria das respostas, incluindo a dessa questão.

Sobre a hipótese H4a (competências financeiras têm um impacto negativo no endividamento) ter sido rejeitada nesta pesquisa, ela pode ter sofrido influência também do tipo de amostra utilizado. Por se tratar de pessoas tão jovens, estas ainda não adquiriram experiência suficiente nesse assunto, pois, de acordo com Clemente e Morosini (2020, p. 10), “Parece haver um discurso que converge para a associação de conhecimentos, habilidades e atitudes, sendo sua junção a formação central do conceito de competências”.

As hipóteses H5 são relacionadas aos dados demográficos:

- H5a: Sexo (feminino) tem um impacto positivo no endividamento. (rejeitada)
- H5b: Idade tem um impacto negativo no endividamento. (rejeitada)
- H5c: Renda tem um impacto negativo no endividamento. (rejeitada)
- H5d: Estado civil (solteiro) tem um impacto positivo no endividamento. (rejeitada)
- H5f: Número de pessoas no domicílio tem um impacto positivo no endividamento. (rejeitada)

A amostra é predominantemente formada por mulheres, com a idade entre 19 e 30 anos, com uma remuneração mensal de até 4 mil reais e que ainda não possuem um curso superior completo. Além disso, a amostra é formada por pessoas solteiras que não têm filhos e que moram com até três pessoas. Talvez as

mulheres sejam mais cautelosas em relação às dívidas altas e de longo prazo e menos preocupadas com *status* na aquisição de carros novos. Como a amostra é composta em sua maioria por mulheres, o resultado está de acordo com várias teorias que o explicam. Wang, Lu e Malhotra (2011) reforçam que há uma tendência de homens a se endividarem com maior frequência em relação às mulheres, por estas se apresentarem mais prudentes na tomada de decisão relacionada às finanças, bem como apresentarem melhor organização e planejamento financeiro.

Flores e Vieira (2016) identificaram que os homens demonstraram uma tendência em apresentarem maiores níveis de emoções, comportamento de risco e dão maior valor ao dinheiro, *status* e poder.

As hipóteses H5c-Renda, e H5b-Idade (têm um impacto negativo no endividamento), não foram confirmadas. Esse resultado pode ser explicado nesta pesquisa pelo fato de a amostra ser de jovens que ainda dependem dos pais, sem renda suficiente para aquisição de bens mais caros e dívidas de longo prazo. Muitos deles ainda não conseguem linhas de crédito tão altas nos bancos, como financiamento habitacional ou de automóveis, e não estão na fase de constituírem famílias. Também, ao estudar adolescentes, os resultados da pesquisa de Bustos, Coria e Valenzuela (2019) indicam que as fontes de dinheiro para esses indivíduos vêm, principalmente, de pais, bolsas de estudo ou empregos informais. Eles possuem dívidas informais e são caracterizados pela presença de sentimentos de prazer associados ao sucesso de seus comportamentos de compras e fortes sentimentos negativos associados ao fracasso quando são impossibilitados de comprar.

A H5d-Estado civil e a H5f-Número de pessoas no domicílio não tiveram impacto positivo sobre a dívida, o que pode ser explicado pelo fato de a amostra ser constituída, em sua maioria, por pessoas solteiras e com, no máximo, três moradores em casa, o que sugere que, além dos jovens, moram com eles seus pais e no máximo mais um irmão. Isso significa que a amostra é formada por pessoas solteiras, que não têm filhos e cujo ciclo de vida não impulsiona também na aquisição de dívidas caras e de longo prazo, pois o solteiro talvez não sofra influência de um terceiro, por exemplo, noivo ou cônjuge na aquisição de imóvel ou veículo novo. Embora, ao casar, esse jovem diminua a quantidade de pessoas em domicílio, passando a morar só o casal, a tendência é que o tipo de dívida seja maior e de longo prazo, em relação a quando está morando na casa dos pais, dependendo financeiramente destes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados alcançados conclui-se que o nível de escolaridade, bem como as habilidades financeiras para lidar com as finanças pessoais, reduziu o nível de endividamento dos jovens. Como a amostra é composta por estudantes universitários, entende-se que a maioria já tenha algum grau de conhecimento em relação às finanças básicas e já adquiriu algum conhecimento para administrar e planejar sua vida financeira, levando-os ao uso mais consciente das linhas de crédito, bem como atitudes positivas frente à utilização de cartões e financiamentos. Os jovens também possuem menor acesso ao crédito, e contas bancárias, por serem mais dependentes dos pais, o que pode explicar o fato da amostra não apresentarem dívidas caras e longas, como imóveis e automóveis.

Averiguou-se também que o nível de preocupação em relação às dívidas impacta o nível de satisfação com a própria vida.

Nesta pesquisa, os jovens se encontram, em geral, satisfeitos com a própria vida, pois, apesar de estarem endividados, trata-se de dívidas pequenas e de curto prazo.

6.1 Contribuições

Esta pesquisa aprofunda os conhecimentos sobre as inter-relações entre a dívida, a satisfação e os antecedentes da dívida, principalmente em um momento de incerteza econômica. Além disso, a realização desta pesquisa no Brasil também é outra contribuição relevante, haja vista que muitos construtos presentes no modelo – materialismo, consumo hedônico, entre outros – são fortemente influenciados pela cultura na qual os indivíduos estão inseridos. A maioria dos estudos realizados foi feito com pessoas que sofrem a influência de uma cultura diferente da existente no Brasil.

Esta pesquisa também trouxe importantes contribuições práticas, por se tratar da geração Z, público-alvo de observação por parte dos profissionais de marketing em relação ao consumo. Serão esses jovens os futuros consumidores de linhas de créditos tais como imobiliários e de automóveis. Assim, esta pesquisa contribui para melhor direcionamento de oferta de diferentes linhas de crédito, produtos de investimentos e orientação financeira de acordo com o perfil e público adequados.

Também possibilita maior conhecimento do público jovem em relação às suas dívidas e aquisições, facilitando, assim, a segmentação dos clientes por idade, por renda e por ciclo de vida. A pesquisa demonstrou aos gestores a importância de orientar financeiramente e guiar esse público na realização de sonhos e objetivos, por meio da oferta de crédito consciente e sustentável, estabelecendo uma relação de confiança com o intuito de fidelizar esse público.

6.2 Limitações e Pesquisas Futuras

Os dados foram coletados no período de pandemia, nos meses de julho e agosto de 2020, e pode ser que alguns entrevistados tivessem uma opinião diferente caso não houvesse o surgimento do coronavírus.

Outro ponto a ser considerado é que grande parte dos respondentes que compõem a amostra não possui dívidas significativas, o que pode comprometer os resultados em relação aos antecedentes da explicação do construto dívida.

Além disso, é necessário ressaltar que, em relação ao processo de amostragem, ele não utilizou instrumentos para garantir a sua aleatoriedade. Na verdade, a amostra, por ser classificada como de conveniência, possui uma enorme limitação em relação à possibilidade de generalização dos resultados.

Inclusão de novos construtos capazes de aumentar o poder de explicação do modelo. O risco percebido ou o arrependimento, por exemplo, podem ser incluídos para não só melhorar os valores da variância explicada das variáveis dependentes, como também melhorar as relações entre as possíveis hipóteses e a estrutura da cadeia nomológica proposta.

Além disso, futuros estudos também poderiam verificar se as características psicológicas e culturais dos indivíduos podem afetar os resultados da pesquisa. Há de se lembrar que grande parte do referencial teórico se baseou em artigos internacionais, os quais apresentam um público bem diferentes das características culturais brasileiras.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (2002). Residual effects of past on later behavior: Habitual and reasoned action perspectives. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107-122.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474.
- Anderloni, L., & Vandone, D. (2011). Risk of over-indebtedness and behavioural factors. In C. Lucarelli, & G. Brighetti (Eds.), *Risk tolerance in financial decision making* (pp. 113-132). London: Palgrave Macmillan.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study (Working Paper N° 15)*. OECD Publishing. Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/measuring-financial-literacy_5k9csfs90fr4-en
- Avdzejus, É. E., Santos, A. C. dos, & Santanta, J. O. de. (2012). Endividamento precoce: Uma análise da concessão de crédito e dos fatores que influenciam no endividamento de jovens universitários da Faculdade UNIME no município de Lauro de Freitas/BA. *Anais do Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia*, Resende, RJ, Brasil, 9.
- Balikcioglu, B., & Arslan, Z. (2020). Explaining the link between materialism and life satisfaction: A life course study in Turkey. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 30(1), 4-17.
- Belk, R. (1985). Materialism: The trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12, 265-281.

- Bengtsson, D. (2004). *Pleasure and the Phenomenology of Value* (Working Paper). Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.207.432&rep=rep1&type=pdf>
- Besharat, A., Varki, S., & Craig, A. W. (2014). Keeping consumers in the red: Hedonic debt prioritization within multiple debt accounts. *Journal of Consumer Psychology, 25*(2), 311-316.
- Buaes, C. S., Comerlato, D., & Doll, J. (2015). *Caderno de educação financeira: Viver bem com o dinheiro que se tem*. (1ª Ed.). Porto Alegre: UFRGS.
- Bustos, S. B., Coria, M. D., & Valenzuela, P. S. (2019). Consumption, attitudes to the debt, materialism, and peer influence in rural teenagers from southern Chile. *Interdisciplinaria, 36*(1), 203-219.
- Choe, K. L., Lau, T. C., & Tan, L. P. (2011). Success, rich, motivator and importance: Establishing the contributory factors of money ethics towards business ethics. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 37*(9), 90-98.
- Clemente, F. A. S., & Morosini, M. C. (2020). Competências interculturais: Interloquções conceituais e uma proposta de releitura para a educação superior. *Educação e Pesquisa, 46*, e216262.
- Collares, C. L. (2019). *Endividamento dos servidores ativos, aposentados e pensionistas do poder executivo do Estado do Ceará com empréstimos consignados*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará). Disponível em <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/48448>
- Ekici, A., Sirgy, M. J., Lee, D. J., Yu, G. B., & Bosnjak, M. (2017). The effects of shopping well-being and shopping ill-being on consumer life satisfaction. *Applied Research in Quality of Life, 13*(2), 333-353.
- Ferreira, M. B., Pinto, D. C., Herter, M. M., Soro, J., Vanneschi, L., Castelli, M., & Peres, F. (2020). Using artificial intelligence to overcome over-indebtedness and fight poverty. *Journal of Business Research, 131*, 411-425.
- Flores, S. A. M., Coronel, D. A., & Vieira, K. M. (2011). Influência de fatores comportamentais na propensão ao endividamento. *Revista de Administração Faces Journal, 12*(2), 13-35.
- Flores, S. A. M., & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance, 3*, 1-10.
- Flores, S. A. M., & Vieira, K. M. (2016). Determinantes comportamentais da propensão ao endividamento: Análise da influência do gênero. *Revista Internacional de Investigacion en Ciencias Sociales, 2*(12), 118-143.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), p. 39-50.
- Gerhard, F., Sousa, T. M. de P., Souza, L. L. F. de, Carvalho, H. A. de, & Pañaloza, V. (2015). Consumo na baixa renda: Influência dos valores de compra hedônico e utilitário no endividamento. *RACE - Revista De Administração, Contabilidade e Economia, 14*(2), 797-824.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on Partial Least Squares Structural Equations Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: Sage.
- Hamilton, H. A., Wickens, C. M., Ialomiteanu, A. R., & Mann, R. E. (2019). Debt stress, psychological distress and overall health among adults in Ontario. *Journal of Psychiatric Research, 111*, 89-95.
- Hoffmann, S., Balderjahn, I., Seegebarth, B., Mai, R., & Peyer, M. (2018). Under which conditions are consumers ready to boycott or buycott? The roles of hedonism and simplicity. *Ecological Economics, 147*, 167-178.
- Hong, I. (2018). Social and personal dimensions as predictors of sustainable intention to use Facebook in Korea: An empirical analysis. *Sustainability, 10*(8), 28-56.
- Hoppe, A., Barcellos, M. D., & Matos, C. A. (2012). Comportamento do consumidor de produtos orgânicos: Uma aplicação da teoria do comportamento planejado. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, 9*(2), 174-188.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs, 44*(2), 296-316.
- Kirk, C. P., & Rifkin, L. S. (2020). I'll Trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research, 117*, 124-131.

- Ksendzova, M., Iyer, R., Hill, G., Wojcik, S. P., & Howell, R. T. (2015). The portrait of a hedonist: The personality and ethics behind the value and maladaptive pursuit of pleasure. *Personality and Individual Differences, 79*, 68-74.
- Matos, C., Vieira, V., Bonfanti, K., & Mette, F. (2019). Antecedents of indebtedness for low-income consumers: The mediating role of materialism. *Journal of Consumer Marketing, 36*(1), 92-101.
- Moura, L. R. C. (2010). *Um estudo comparativo de teorias da ação e suas extensões para explicar a tentativa de perder peso* (Tese de Doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais). Disponível em https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-9BEFU5/1/tese_luiz_rodrigo_cunha_moura.pdf
- Moura, L. R. C., Souki, G. Q., Veiga, R. T., Cunha, N. R. da S., & Fontes, S. T. (2017). Beliefs, attitudes, subjective rules and perceived control about water saving behavior. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 8*(4), 77-85.
- Moura, L. R. C., Veiga, R. T., Souki, G. Q. & Cunha, N. R. da S. (2018). A teoria do comportamento planejado: Um projeto sobre a economia de água pelos consumidores. *Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible, 33*, 5245-5265.
- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., Coronel, D. A., & Bender, R., Filho. (2016). Modelando a propensão ao endividamento: Os fatores comportamentais e socioeconômicos são determinantes? *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación e Reflexión, 24*(2), 85-110.
- Ramos, G. J. (2018). *Understanding the factors that impact on household food waste* (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Grande Dourados). Disponível em <http://repositorio.ufgd.edu.br/jspui/handle/prefix/1001>.
- Richins, M., & Dawson, S. (1992). Consumer values orientation for materialism and its measurement. *Journal of Consumer Research, 19*, 303-317.
- Ringle, C. M., Silva, D., & Bido, D. S. (2014). Modelagem de Equações Estruturais com utilização do Smartpls. *Revista Brasileira de Marketing, 13*(2), 54-71.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2015). *SmartPLS 3*. Boenningstedt: SmartPLS GmbH. Disponível em <http://www.smartpls.com>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *The Journal of Consumer Research, 14*(2), 189-199.
- Santos, G. M. dos, Ferreira, M. C. O., Bizarrias, F. S., Cucato, J. da S. T., & Silva, J. G. da. (2019). O papel da educação financeira no endividamento: Estudo de servidores de uma Instituição Pública de Ensino do Estado de São Paulo. *Congresso Latino Americano de Varejo, São Paulo, SP, Brasil, 12*.
- Silva, J. G. da, Silva, O. S., Neto, & Araújo, R. C. da C. (2017). Educação financeira de servidores públicos: Hábitos de consumo, investimento e percepção de risco. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças, 5*(2), 104-120.
- Sirgy, M. J., Grace, B. Y., Lee, D. J., Joshanloo, M., Bosnjak, M., Jiao, J., ... & Grzeskowiak, S. (2019). The dual model of materialism: Success versus happiness materialism on present and future life satisfaction. *Applied Research in Quality of Life, 16*, 201-220.
- Sistema Proteção ao Crédito Brasil. (2018). *Número de jovens inadimplentes atinge 4,81 milhões de negativados entre 18 e 24 anos, mostra SPC Brasil*. Disponível em <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2018/02/Release-Inadimpl%C3%A2ncia-PF--Jovens.pdf>
- Soares, F. P. (2000). *A descartabilidade do humano. A dinâmica do consumismo na globalização contemporânea*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro). Disponível em <http://www.publicacoes.ifba.edu.br/index.php/etc/article/view/19>
- Solomon, M. R. (2016). *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo, sendo* (11ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Tilley, J. J. (2012). *Hedonism*. Indianapolis: Elsevier.
- Trindade, L. de L., Righi, M. B., & Vieira, K. M. (2012). De onde vem o endividamento feminino? Construção e validação de um modelo PLS-PM. *Read. Revista Eletrônica de Administração, 18*(3), 718-746.

- Ulker-Demirel, E., & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 43*, 209-219.
- Vieira, K. M., Oliveira, M. O. R. de, & Kunkel, F. I. R. (2016). O uso do cartão de crédito e a dívida: Há um trade-off entre o comprar compulsivo e a percepção de mal-estar? *Journal of Behavioral and Experimental Finance, 10*, 75-87.
- Xiao, L. (2020). When financial literacy meets textual analysis: A conceptual review. *Journal of Behavioral and Experimental Finance, 28*, 100402.
- Xiao, G., & Tessema, K. (2019). Values, materialism and life satisfaction: A study of cultural influence and gender differences in China. *Journal of Business Diversity, 19*(5), 100-107.
- Wang, L., Lu, W., & Malhotra, N. K. (2011). Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: A view from China. *Journal of Economic Psychology, 32*(1), 179-193.
- Warth, J., Puth, M. T., Tillmann, J., Porz, J., Zier, U., Weckbecker, K., & Münster, E. (2019). Over-indebtedness and its association with sleep and sleep medication use. *BMC Public Health, 19*(1), 1-15.
- Zhang, T., Grunert, K.G., & Zhou, Y. (2020). A values–beliefs–attitude model of local food consumption: An empirical study in China and Denmark. *Food Quality and Preference, 83*, 103916.