

NÍVEIS DE MATERIALISMO E ENDIVIDAMENTO: UMA ANÁLISE DE FATORES SOCIOECONÔMICOS NA MESORREGIÃO CENTRAL DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

Kelmara Mendes Vieira^a, Silvia Amélia Mendonça Flores^b, Franciele Reis Kunkel^c,
Jéssica Pulino Campara^d e Ana Luiza Paraboni^e

^a Universidade Federal de Santa Maria
kelmara@terra.com.br

^b Universidade Federal do Pampa
sisimflores@yahoo.com

^c Universidade Federal de Santa Maria
francikunkel@hotmail.com

^d Universidade Federal de Santa Maria
jecampara@hotmail.com

^e Universidade Federal de Santa Maria
anyparaboni@hotmail.com

Palavras-chave:

Endividamento,
Materialismo, Consumo.

Resumo O presente estudo teve como objetivos investigar a relação entre o comportamento materialista e o endividamento e analisar a diferença das variáveis socioeconômicas em relação a esses dois componentes. Os dados foram coletados na mesorregião central do Estado do Rio Grande do Sul através de uma pesquisa *survey* que contemplou 1.856 indivíduos. A análise fatorial exploratória indicou a formação de dois fatores para o materialismo. O primeiro, centralidade e sucesso, apresentou média de 2,13 e o segundo, felicidade, média de 3,11. Tais resultados indicam que na amostra pesquisada há discordância quanto ao fator centralidade e sucesso e indiferença quanto ao fator felicidade. A maioria dos entrevistados possui dívida, mas mesmo com alguma dificuldade arcam com seus compromissos financeiros. Os testes de diferença de mediana evidenciaram que os indivíduos mais propensos a contrair dívidas são mulheres, com mais de 38 anos, separadas ou viúvas e com renda mensal de até três salários mínimos. O teste de *Spearman* sugere uma correlação positiva entre o fator felicidade e a variável endividamento, revelando que indivíduos que atrelam o consumo a felicidade tendem a endividar-se mais.

Key words:

Indebtedness, Materialism, Consumption.

Abstract *The present study aimed to investigate the relationship between materialism behaviour and the indebtedness and analyze the difference of socioeconomic variables with respect to these two components. Data were collected in the central region of the state of Rio Grande do Sul through a survey research that included 1,856 individuals. Factor analysis indicated the formation of two factors for materialism. The first, centrality and success, had an average of 2.13 and the second, happiness, the average of 3.11. Such results indicate that in this sample there is disagreement concerning the centrality and success factor, and indifference to the happiness factor. Most interviewees have debt, but even with some difficulty bear its financial commitments. The median difference tests showed that the individuals most likely to contract debts are women, with more than 38 years, divorced or widowed and with a monthly income of up to three minimum wages. The Spearman test suggest a positive correlation between happiness factor and the variable indebtedness, revealing that individuals that associate consumption with happiness tend to indebtedness themselves more.*

1 INTRODUÇÃO

O aumento da oferta de crédito motivada pela expansão dos prazos de pagamento e o baixo custo dos financiamentos tem incentivado o consumo e movimentado a economia (CLAUDINO; NUNES; SILVA, 2009). A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do consumidor (PEIC) realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2012) ratifica essa assertiva, evidenciando que a maior facilidade de obtenção do crédito tem criado efeitos positivos na alavancagem da demanda doméstica, fazendo com que as classes sociais mais baixas tenham acesso ao mercado de consumo. Por outro lado, esse contexto contribui para o acúmulo de dívida, ou seja, o endividamento que se torna um problema de ordem social, da chamada “sociedade do consumo”, que além de problemas financeiros, desenvolve problemas psicológicos, como o estresse mental e a angústia (KEESE; SCHMITZ, 2010; SLOMP, 2008).

Salienta-se que os aspectos negativos do endividamento podem ser ainda maiores quando uma pessoa compromete uma parcela de sua renda superior as suas disponibilidades. Essa condição é denominada sobre-endividamento e conceituada por Frade *et al.* (2008) como a incapacidade de quitar as dívidas contraídas. Como consequência tem-se à exclusão financeira, ou seja, o indivíduo fica isolado dos ambientes financeiros, sem conseguir acesso ao crédito, ou até mesmo a posse de uma conta bancária (ANDERLONI; VANDONE, 2010). Segundo os mesmos autores, em situações de altos níveis de exclusão financeira, pode ocorrer a exclusão social, em que o

indivíduo sente-se inferior aos demais, pois não tem mais acesso a movimentações financeiras e acaba sendo impedido de realizar operações básicas, como por exemplo, receber seu salário através de depósito na sua conta bancária.

Essas circunstâncias são muito preocupantes, à medida que podem afetar significativamente a vida econômica e social de uma pessoa. Sendo assim, muitos estudos tentam identificar quais os fatores que contribuem para o aumento da dívida. Entre as conclusões auferidas, o materialismo é um aspecto bastante referenciado (PONCHIO, 2006; PONCHIO; ARANHA, 2008), pois este é a importância atribuída às posses, sendo que indivíduos com esse comportamento tendem a julgar a si próprio e aos outros pelos bens materiais obtidos (RICHINS, 2011). Assim, quanto mais as pessoas considerarem relevante os bens materiais, maior será a aspiração para compra e conseqüentemente mais propensos a endividarem-se (SANTOS; FERNANDES, 2011).

Um fator relevante, e que amplia a importância de se pesquisar a relação do materialismo com o endividamento é que o comportamento materialista não é decorrência apenas da atual conjuntura econômica de alta disponibilidade de crédito. Nos anos 90, por exemplo, já existiam pesquisas como a de Fournier e Richins (1991), que relatavam uma sociedade voltada ao materialismo compulsivo, o que já era destacado como fator significativo para o endividamento social e individual. Recentemente, Gardarsdóttir e Dittmar (2012) destacam perspectivas semelhantes, revelando que a sociedade mostra-se ainda mais consumista e que os valores e objetivos materialistas têm se tornado mais dominantes,

estimulando os gastos e conseqüentemente contribuindo para o crescimento das dívidas.

Portanto, para evitar que esse comportamento e os níveis de dívida continuem se disseminando é importante identificar a relação existente entre esses dois componentes, para isso busca-se responder a seguinte questão: qual a relação entre o comportamento materialista e o endividamento? Como objetivos têm-se os seguintes: i) mensurar a relação entre o comportamento materialista e a variável de propensão ao endividamento e ii) analisar a relação das variáveis socioeconômicas com os dois componentes.

Dentre as contribuições da pesquisa destaca-se uma maior compreensão dos fatores determinantes do materialismo e a identificação dos grupos socioeconômicos mais propensos a apresentarem altos níveis de materialismo e endividamento, possibilitando que no futuro possam ser adotadas medidas ou estratégias específicas para os indivíduos detentores desses problemas. A fim de alcançar essas contribuições a pesquisa investigou 1.856 indivíduos de cidades pertencentes a mesorregião Centro Ocidental do Rio Grande do Sul.

De maneira a incluir todos os elementos essenciais a uma abordagem adequada da temática, o artigo foi organizado em cinco seções, incluindo a introdução. A segunda seção apresenta a base teórica e empírica. A terceira parte contempla os procedimentos metodológicos. Na sequência, são apresentados os resultados e, por fim, as considerações mais relevantes sobre a temática, as limitações e as principais sugestões para estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico está descrito em três partes. A primeira atenta-se a definir o endividamento, bem como sua importância. A segunda trata do tema materialismo e a última compromete-se em apresentar a relação das variáveis socioeconômicas com o comportamento materialista e o endividamento.

2.1 Endividamento

A crescente disponibilidade e aceitabilidade do crédito nas economias mundiais têm estimulado o desenvolvimento econômico e facilitado o cotidiano

dos indivíduos (SILVA, 2011). No Brasil, esse fato já vem sendo descrito por Claudino, Nunes e Silva, (2009), os quais relatam que o governo do país tem expandido a oferta de crédito e ampliado os prazos de pagamento devido ao crescimento e a estabilidade da economia possibilitando, dessa forma, a participação das classes sociais menos favorecidas no mercado consumidor. No entanto, essa abertura econômica provoca conseqüências como o crescimento acelerado nos níveis de consumo e do endividamento (SLOMP, 2008).

O endividamento é compreendido como o processo de assumir ou contrair dívidas, derivando do verbo endividar-se (FERREIRA, 2006). De acordo com o Observatório do Endividamento dos Consumidores (2002) o endividamento é um saldo devedor assumido por determinado indivíduo, que pode ser resultado de uma ou mais dívidas (simultaneamente), as quais são geradas a partir da utilização de capital de terceiros. Os indivíduos que se deparam com essas circunstâncias podem comprometer uma parcela significativa de sua renda apresentado gastos superiores a suas condições.

Prosseguindo na busca pela compreensão dos aspectos inerentes ao endividamento destaca-se o termo sobre-endividamento. Este caracteriza a situação em que o indivíduo é incapaz de pagar as suas dívidas com a renda que recebe. O sobre-endividamento pode acontecer de forma ativa, quando o indivíduo contribui para a dívida ou de forma passiva, quando não contribui, como, por exemplo, em casos de doença e desemprego (BRUSKY; MAGALHÃES, 2006; KEESE, 2010). Reifner *et al.* (2010) defendem que os consumidores sobre-endividados devem ser “reciclados” pelo sistema financeiro, permitindo que participem mais uma vez do mercado e da sociedade e não sejam excluídos.

No contexto brasileiro, o endividamento é um fator muito preocupante, dado os altos níveis de dívida da população. Para investigar essa evolução a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) realiza desde o ano de 2010 uma pesquisa mensal que avalia o endividamento e inadimplência do consumidor. Segundo os dados divulgados, de fevereiro de 2013 a fevereiro de 2014 o endividamento das famílias brasileiras elevou-se de 61,5% para 63,4%. A CNC (2014) ainda salienta ao confrontar os dados do ano de 2012 com os de 2013, que o último período apresentou níveis mais elevados de endividamento entre as famílias em todos os meses.

Diante do elevado nível de endividamento, o meio acadêmico tem buscado identificar os efeitos que essas circunstâncias geram na saúde mental das pessoas. Nesse âmbito, Keese e Schmitz (2010) apontam que problemas financeiros, tais como a insolvência, problemas de saúde, como o stress e a angústia, menor percepção da capacidade de gerenciamento do dinheiro, menor sensação de bem-estar financeiro e emoções negativas são normalmente relatados por pessoas endividadas. Plagnol (2011) ratifica essas evidências, exibindo que o endividamento ocasiona problemas emocionais.

Ferreira (2006) ainda acrescenta que as pessoas endividadas têm pouca ou nenhuma habilidade em lidar com dinheiro, não elaboram um planejamento financeiro e não conseguem passar o mês dentro do orçamento fazendo com que os mesmos passem a trabalhar exclusivamente para quitar as dívidas, dificultando a recuperação do equilíbrio econômico. Alguns conseguem reverter a situação, enquanto outros necessitam de ajuda, como orientações prévias a respeito de decisões financeiras ou até mesmo auxílio financeiro para liquidar as dívidas. Nos Estados Unidos, alguns Estados oferecem um padrão de vida mínimo para a população, contribuindo com famílias que estão sobre-endividadas. Por exemplo, quando as pessoas são incapazes de pagar o aluguel, o Estado oferece alojamentos alternativos. Desta forma, a própria sociedade do consumo torna-se responsável e ao mesmo tempo é influenciada pelo endividamento do consumidor (REIFNER *et al.*, 2010).

Em relação aos aspectos econômicos, uma das consequências negativas do endividamento é a probabilidade de inadimplência do consumidor. A Sociedade Brasileira de Proteção ao Crédito (SPC, 2013) e o Instituto de Economia Gastão Vidigal (IEGV, 2013) realizaram uma pesquisa onde os consumidores foram questionados sobre diversos aspectos, tais como as causas da inadimplência, o uso dos empréstimos e a pretensão de compra. Em relação às causas da inadimplência, a pesquisa verificou que no ano de 2010, o desemprego foi a principal delas, atingindo 48% dos consumidores, seguido do descontrole de gastos (11%). Consequentemente, a principal finalidade da contratação de empréstimos foi a quitação das dívidas, correspondendo a 42%. Apesar dos consumidores mostrarem-se endividados, a pretensão de compra foi otimista. Os consumidores buscam adquirir prioritariamente, automóveis e eletrodomésticos, sendo que os

dois itens correspondem a 40% das pretensões de compra dos respondentes. Tendo em vista os resultados da pesquisa, pode-se notar que apesar do risco de endividamento, o consumidor revela propensão ao consumismo, a qual é ampliada pelo comportamento materialista adotado por muitas pessoas.

2.2 Materialismo

Na atual sociedade de consumo, os valores e objetivos materialistas têm se mostrado cada vez mais dominantes (GARÐARSDÓTTIR; DITTMAR, 2012). As pessoas estão sendo bem mais valorizadas pelo que possuem ou por aquilo que podem chegar a possuir do que pelo caráter que constituem, principalmente pelo fato da facilidade na aquisição de crédito (NICACIO, 2008). Assim, as pessoas são estimuladas constantemente ao consumo, tanto pela sociedade quanto pelas mídias de *marketing* que se beneficiam desse contexto para elevar o nível das vendas de produtos e serviços (PARKER; HAYTKO; HERMANS, 2009).

Para melhor compreender esse comportamento das pessoas faz-se necessário entender o significado do termo “materialismo” que para Moura (2005) é uma orientação do indivíduo para o consumo. Assim, compreende-se que o materialismo está diretamente associado ao status social e sua menor ou maior presença nos indivíduos está diretamente relacionada aos traços psicológicos, valores morais e éticos (SANTOS; FERNANDES, 2011).

O materialismo é visto como um valor para o consumidor, avaliado mediante três dimensões: centralidade, sucesso e felicidade. Essa classificação foi originalmente elaborada em um instrumento de coleta de dados por Richins e Dawson (1992) e replicada posteriormente por diversos estudos (BURROUGHS; RINDFLEISCH 2002; RICHINS, 2004; MOURA, 2005; PONCHIO; ARANHA 2008; BOCHA, NETO; SANTOS, 2012; PONCHIO *et al.* 2013; SANTOS; SOUZA, 2013), revelando a relevância dessa distinção para literatura. Conceituado os três fatores Richins e Dawson (1992) clarificam que a centralidade é a indicação da importância que o indivíduo atribui às posses e aquisições, ou seja, o quão central os bens materiais são na vida de uma pessoa. Já a felicidade refere-se ao grau de esperança de que as posses e aquisições trarão satisfação, bem-estar e felicidade. O sucesso, por sua vez, é a tendência dos indivíduos

de julgar aos outros e a si próprios pela quantidade e qualidade de suas posses.

Partindo dessa classificação mais ampla, tenta-se identificar como a literatura identifica esse comportamento. Assim, Moura (2005) elucida, que o materialismo pode ser visto por duas óticas sendo uma positiva relacionada à motivação do indivíduo, aumento da sua disposição no trabalho, elevação do padrão de vida e da saúde financeira e outra negativa relacionada ao enfraquecimento da espiritualidade e das relações pessoais, a poluição do meio ambiente e o endividamento em altos níveis. Santos e Fernandes (2011) resumem esta classificação observando que quando a razão do consumo é a posse em si e a intenção de despertar inveja e obter status, o materialismo é maléfico. Contudo, quando a motivação é ancorada em valores coletivamente orientados, o materialismo não causa danos e não é visto negativamente. Apesar da presença dessas duas óticas, Richins e Dawson, (1999) já em 1999 destacavam que os fatores negativos desse comportamento são os mais explorados.

As condições que influenciam o aumento do materialismo e as consequências por ele geradas são destacadas em diversas pesquisas. Ponchio e Aranha (2008), por exemplo, desenvolveram um estudo sobre o comportamento materialista com consumidores de baixa renda da cidade de São Paulo e constataram que, além de variáveis financeiras, as variáveis comportamentais explicam tal comportamento. Os autores desenvolveram outra pesquisa utilizando dados de famílias que adotam algum plano de parcelamento (descrito no estudo como uso de carnês). Os resultados demonstram que as variáveis de natureza psicológica, como o materialismo, devem ser consideradas para determinar o comportamento de consumo das pessoas. Até mesmo em uma população com restrições de orçamento, o efeito do materialismo está presente e segundo os autores, quase duplica a probabilidade de posse de um plano de parcelamento.

Quanto às consequências do materialismo, Kilbourne e Laforge (2010) afirmam que as mesmas podem ser classificadas em quatro categorias: i) individual positiva, ii) social positiva, iii) individual negativa e, iv) social negativa. As consequências individuais positivas referem-se ao comportamento de consumo do indivíduo, que através do materialismo pode desenvolver sua identidade pessoal, buscando alcançar as metas, como aquisição de roupas, casa, carro. Na categoria

social positiva, o materialismo é visto como um atributo positivo que beneficia a sociedade no longo prazo, promovendo ainda mais crescimento, através do progresso material, ou seja, do consumo realizado na sociedade capitalista. Analisando a dimensão individual negativa, percebe-se que as principais consequências do materialismo fazem referência ao bem-estar psicológico e satisfação com a vida. Já, nas consequências sociais negativas, ressaltam-se as consequências ambientais do materialismo, que estão relacionadas mais especificamente ao consumismo excessivo (KILBOURNE; LAFORGE, 2010).

Além dessas implicações, indivíduos com comportamentos materialistas apresentam dificuldades de gerenciar suas finanças. O estudo de Limbu, Huhmann e Xu (2012) revelaram que pessoas altamente materialistas possuem maior comportamento de risco de má gestão do cartão de crédito. Além de estar relacionado ao risco de má gestão, o materialismo vem sendo apontado como determinante do comportamento financeiro.

2.3 Relação das variáveis socioeconômicas com o comportamento materialista e o endividamento

Muitos autores vêm estudando a relação das variáveis socioeconômicas com o comportamento materialista e a propensão ao endividamento. Partindo disso, buscou-se identificar na literatura, variáveis que já tenham sido destacadas como relevantes para a alteração nesses dois componentes. Assim, destaca-se o gênero, a idade, o estado civil, a posse de dependentes, a renda familiar e a utilização de cartão de crédito como variáveis significativas para esses contextos, as quais são discutidas a seguir.

Em relação ao gênero ilustram-se duas concepções distintas: aquelas que evidenciam as mulheres como mais propensas ao endividamento (TRINDADE; RIGHI; VIEIRA 2012; CARVALHO; ALVES, 2010;) e aquelas que exibem os homens (WANG; LU; MALHOTRA 2011; LUCENA; MARINHO, 2013; MULLER, 2010). A primeira vertente é descrita por Trindade, Righi e Vieira (2012) os quais revelam às mulheres como mais propensas a aquisição de carnês e mais vulneráveis a realização de compras com

maior frequência. Carvalho e Alves (2010) ratificam essas evidências, exibindo que as mulheres realizam altos desembolsos com os cuidados domésticos (habitação, 46,3% do total da renda mensal), o que compromete o orçamento feminino. O segundo entendimento esclarece que os homens costumam utilizar o crédito rotativo com maior frequência do que as mulheres (WANG; LU; MALHOTRA 2011), realizar um volume maior de aplicações em bens materiais do que elas que preferem investir seu capital em poupança (LUCENA; MARINHO, 2013) e utilizar de forma mais extensiva o cartão de crédito, o empréstimo pessoal, o empréstimo consignado, o limite de cheque e o limite da conta (MULLER, 2010), fatores estes que os tornam mais propensos ao endividamento.

Quando investigado o nível de materialismo Flores, Vieira e Coronel (2013) exibiram índices mais elevados de materialismo entre os homens do que entre as mulheres, segundo os autores esse resultado pode ser decorrência das preferências de compra do sexo masculino, que na maioria das vezes são direcionadas a bens de alto valor agregado, como automóvel e imóveis. Todavia, Catarina (2009) realizou uma pesquisa com 600 estudantes e constatou que as mulheres seriam mais materialistas do que os homens já no período estudantil da vida, tendo como justificativa a maior preferência do gênero feminino por luxo. Em Porto Alegre, Rio Grande do Sul Santos e Fernandes (2011) contataram 460 jovens de 12 a 19 anos e 190 estudantes de graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). As duas bases coletadas indicaram que as meninas seriam mais materialistas que os rapazes

No que tange à faixa etária, Ponchio (2006) mostrou a existência de uma relação negativa entre idade e endividamento, ou seja, os indivíduos mais velhos tendem a possuir menores níveis de endividamento. Ratificando essas evidências Worthy, Jonkman e Blinn-Pike (2010) destacam que jovens de 18 a 25 anos são mais predispostos a assumir riscos maiores e apresentar menor estabilidade financeira o que pode explicar a maior vulnerabilidade à dívida. Os resultados quanto ao materialismo não são distintos, as faixas etárias mais jovens (14 a 17 anos) demonstram-se mais materialistas, sendo esse comportamento amenizado ao longo do ciclo da vida (GARCIA, 2009). Santo e Souza (2013) corroboram com essas evidências, ao investigar 1.832 crianças e adolescentes de Santa Catarina e constatar elevado

comportamento materialista entre elas.

Para avaliar a relação entre a variável estado civil e endividamento tomou-se como referência o estudo de Gathergood (2011). Os resultados da pesquisa, desenvolvida no Reino Unido, permitiram observar que 19% da amostra está endividada, sendo os indivíduos solteiros os que apresentam maiores níveis de sobre-endividamento. De encontro a esta perspectiva, Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012), destacam as pessoas casadas como as mais vulneráveis a estourar o limite do cartão de crédito e a pagar somente uma parcela da fatura elevando o nível da dívida. Avaliando a relação do materialismo com o estado civil, Roberts, Manolis e Tanner Jr. (2002) afirmam que o estado civil é fator determinante para a explicação da presença de comportamentos consumistas. Segundo os autores, as pessoas divorciadas tendem a suprir a ausência da família com bens materiais, sendo que os filhos de pais separados também desenvolvem um comportamento mais materialista do que aqueles que possuem pais casados. Por outro lado, Grave (2008) não identificou diferenças significativas entre o estado civil e o comportamento materialista.

Quanto a variável número de dependentes, Keese (2010) evidencia que as famílias com maior nível de filhos e dependentes, principalmente crianças, contraem maiores níveis de endividamento. Da mesma forma, Silva (2011) destaca que um grande impulsionador dos problemas de altos níveis de endividamento nas famílias é o maior número de filhos em decorrência do aumento de gastos com situações imprevisíveis como doenças. Por outro lado, Nogueira (2009) clarifica que indivíduos sem compromissos com dependentes e/ou filhos tornam-se mais materialistas, pois desvinculasse de responsabilidades financeiras domiciliares e assim gastam mais com a aquisição de bens materiais.

Outro fator que pode estar diretamente relacionado a níveis de endividamento diz respeito à renda. Zerrenner (2007), avaliando o endividamento de consumidores de baixa renda (até 3 salários mínimos) da cidade de São Paulo constatou que a população pesquisada apresentava níveis significativos de endividamento. De forma análoga, Bricker e Kennickell (2012) buscaram avaliar as mudanças ocorridas no nível de renda e nas finanças das famílias americanas entre os anos 2007 e 2010. Os resultados auferidos revelam um endividamento superior entre as famílias com menor nível de renda, principalmente pela restrição orçamentária.

Os achados não são diferentes quando investigado o materialismo. Santos e Souza (2013) ao avaliar o comportamento materialista de jovens constatou que aqueles que pertenciam a famílias com condições financeiras piores eram os mais materialistas, alegando que estes são menos conscientes perante o consumo. Garcia (2009) também chegou ao mesmo entendimento.

Por fim, investiga-se a relação da utilização de cartões de crédito com o materialismo e o endividamento. Nesse sentido, Oliveira (2011) concluiu que 83,6% dos consumidores de São Luis do Maranhão estavam endividados, devido, principalmente, ao cartão de crédito. A Confederação

Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2014), ratifica essa assertiva, exibindo o cartão crédito como o maior vilão do endividamento familiar, sendo responsável por 75,5% dos débitos. No âmbito do materialismo, o cartão de crédito também se mostra como uma ferramenta de incentivo a esse comportamento (PIROG; ROBERTS, 2007).

Para compreender todas estas relações expostas apresenta-se no Quadro 1 uma síntese da relação entre as variáveis socioeconômicas e o materialismo e o endividamento.

Quadro 1 – Síntese da relação entre as variáveis demográficas e socioeconômicas e os fatores materialismo e endividamento.

Variáveis	Relação com o endividamento e o materialismo	Autores
Gênero	As mulheres são mais propensas ao endividamento.	Trindade, Righi e Vieira (2012); Carvalho e Alves, (2010)
	Os homens são mais propensos ao endividamento.	Wang, Lu E Malhotra (2011); Lucena e Marinho, (2013); Muller, (2010)
	Os homens são mais materialistas que as mulheres.	Flores, Vieira e Coronel (2013)
	As mulheres são mais materialistas que os homens.	Catarina (2009); Santos e Fernandes (2011)
Idade	Os jovens são mais propensos a endividarem-se.	Ponchio (2006) Worthy, Jonkman e Blinn-Pike (2010)
	Os jovens apresentam comportamento mais materialista.	Garcia, (2009) Santo e Souza (2013)
Estado civil	As pessoas solteiras são mais endividadas.	Gathergood (2011) Mendes-Da-Silva, Nakamura e Moraes (2012)
	As pessoas casadas são mais vulneráveis a dívida	
	Os divorciados possuem comportamento mais materialista. Não há diferenças significativas entre o estado civil e o comportamento materialista.	Roberts, Manolis e Tanner Jr (2002) Grave (2008)
Dependentes	Quanto maior o número de filhos maior a propensão ao endividamento.	Keese (2010) Silva (2011)
	Indivíduos sem dependentes tornam-se mais materialistas.	Nogueira (2009)
Renda Familiar	Quanto menor o nível de renda mais vulneráveis a dívida às pessoas ficam.	Zerrenner (2007); Bricker et al. (2012)
	Quanto menos o nível de renda mais materialistas as pessoas se tornam.	Santos e Souza (2013); Garcia (2009)
Utilização do Cartão de Crédito	A utilização do cartão de crédito favorece a aquisição de dívidas.	Oliveira (2011); CNC, (2014)
	A utilização do cartão de crédito estimula o consumo materialista.	Pirog e Roberts, (2007)

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

3 MÉTODO

O estudo considerou como universo de pesquisa indivíduos de municípios pertencentes à mesorregião central ocidental do Rio Grande do Sul. A decisão de investigar essa região do território gaúcho está atrelada, principalmente ao PIB (Produto Interno Bruto) de 4 bilhões (SIDRA IBGE, 2014), inferior a todas as demais regiões do estado, sendo essa uma variável relacionada ao endividamento (RUBERTO *et al.*, 2013).

O processo de amostragem caracterizou-se como não probabilístico intencional, tendo em vista que não se conhecia, a priori, a probabilidade de cada elemento da população ser escolhido. A coleta dos dados foi realizada de forma aleatória, através do contato com os indivíduos dispostos a participar da pesquisa. Foram aplicados 1.856 questionários durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2012. Inicialmente, na busca por coletar um grande número de instrumentos, dirigiu-se a lugares de grande circulação de pessoas, como as rodoviárias, os centros das cidades e os colégios que disponibilizavam aulas para adultos (o EJA - Educação de Jovens e Adultos). E em seguida, passou-se a entrevistar-se em suas casas. O tempo médio de resposta é 20 minutos.

O instrumento de coleta de dados foi composto por três blocos de perguntas. O primeiro teve por objetivo identificar o perfil dos respondentes mediante aspectos como gênero, idade, estado civil, número de dependentes, renda e utilização do cartão de crédito. O segundo bloco de questões visou verificar o nível de endividamento dos respondentes, mediante a uma pergunta adaptada de Disney e Gathergood (2011). Para adequar a variável ao contexto brasileiro, realizou-se a tradução reversa por três pessoas distintas que adequaram o vocabulário ao público investigado. Por fim, visando verificar se os indivíduos apresentam comportamentos materialistas, utilizou-se a escala de materialismo proposta e validada no âmbito brasileiro por Moura (2005) a qual foi avaliada através de uma escala do tipo *likert* de cinco pontos, variando de concordo totalmente a discordo totalmente. Além da escala desenvolvida por Moura (2005), utilizou-se uma questão proposta no estudo de Disney e Gathergood (2011) para compor o fator materialismo (alternativa está também submetida ao processo de tradução reversa). Para concluir o desenvolvimento do questionário e certificar-se de

que este era adequado aos objetivos da pesquisa, submeteu-se o instrumento a avaliação de três especialistas.

A análise dos dados foi realizada com o auxílio do software SPSS 17.0[®]. Em um primeiro momento, realizou-se a estatística descritiva das variáveis de perfil, com o objetivo de identificar as características dos respondentes, essa etapa se deu por meio do cálculo da frequência e do percentual de respostas. Posteriormente, analisou-se a estatística descritiva dos fatores materialismo e da variável endividamento, em relação ao primeiro buscou-se identificar o nível de materialismo dos entrevistados por meio da média, mediana e desvio padrão, sendo que quando mais próximo da resposta cinco (concordo totalmente) mais materialista o indivíduo. Para avaliar o comportamento dos indivíduos diante das dívidas utilizou-se a frequência e o percentual relativo ao cumprimento das responsabilidades na quitação das dívidas. Na sequência, realizou-se uma Análise Fatorial Exploratória do fator materialismo, a qual se baseia em uma estrutura de inter-relações (covariâncias) existentes entre um grande número de variáveis com a definição de uma série de dimensões subjacentes comuns, conhecidas como fatores (HAIR *et al.*, 2009).

Para verificar a adequação da utilização da Análise Fatorial aplicaram-se os testes de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e de esfericidade de *Bartlett*. Enquanto o teste KMO mede a adequação dos dados, onde valores iguais ou menores do que 0,5 indicam que a realização da análise fatorial é insatisfatória devido à fraca correlação entre as variáveis, o teste de esfericidade de *Bartlett*, avalia a significância geral da matriz de correlação e busca testar a inexistência de correlação perfeita entre as variáveis (MALHOTRA, 2006). Para medir a proporção da variância explicada pelos fatores utilizou-se a análise das comunalidades extraídas que, por regra prática, devem alcançar um valor superior a 0,5 (CORRAR; PAULO; FILHO, 2009). Em seguida, para a determinação do número de fatores e as questões correspondentes a cada um deles empregou-se os critérios de autovalor e variância extraída. Conforme regra evidenciada por Hair *et al.* (2009), a análise da variância total explicada deve atingir no mínimo 60% da variância acumulada e os autovalores devem ser superiores a 1. Após a definição dos fatores foram calculadas as estatísticas descritivas para identificar média, mediana e desvio padrão de cada um dos fatores, bem como o teste da confiabilidade da

escala fornecido pelo *Alfa* de *Cronbach*, o qual deve alcançar, segundo Malhotra (2006), o valor mínimo de 0,7.

Com o intuito de examinar se há diferenças para o fator materialismo e a variável endividamento em relação às variáveis socioeconômicas, foram utilizados os testes não paramétricos de diferença de mediana (*Wilcoxon Mann Whitney*) e análise de variância (*Kruskal Wallis*). A fim de verificar as diferenças de mediana entre dois grupos (sexo: feminino e masculino) foi utilizado o teste não paramétrico *Wilcoxon Mann Whitney*, o qual compara a mediana de uma variável em um grupo com a mediana da mesma variável em outro grupo. Já para verificar se há diferença de mediana para variáveis com mais de dois grupos foi aplicada a

análise de variância (*Kruskal Wallis*), a qual permite comparar, simultaneamente, a mediana de vários grupos utilizando variáveis contínuas (SIEGEL; CASTELLAN Jr., 2006).

Após essas análises, visando estabelecer a relação entre os fatores materialismo e a variável endividamento, utilizou-se o Coeficiente de Correlação de *Spearman*, o qual indica a força de associação entre quaisquer duas variáveis (PESTANA; GAGEIRO, 2008). O mesmo autor relata que valores menores que 0,2 indicam associação muito baixa; entre 0,2 e 0,39 baixa; entre 0,40 e 0,69 moderada; entre 0,7 e 0,89 alta e valores superiores a 0,9 indicam uma associação muito alta. O Quadro 2 exibe um resumo dos procedimentos metodológicos.

Quadro 2 – Síntese dos procedimentos metodológicos.

Fases	Técnica Utilizada	Objetivo
1ª	Estatística Descritiva	Descrever o perfil dos indivíduos, do comportamento materialista e da dívida;
2ª	Análise Fatorial Exploratória	Sintetizar as informações de um grande número de variáveis em um número menor agrupando-os em fatores
3ª	Alfa de Cronbach	Confiabilidade das escalas;
4ª	Média das Variáveis	Formação dos fatores e estatística descritiva (média, mediana e desvio padrão);
5ª	Testes não Paramétricos	Diferença de mediana; Teste de Mann Whitney para até dois grupos e o teste de Kruskal Wallis para mais de dois grupos.
6ª	Correlação de Spearman	Mensurar a associação entre os fatores do materialismo e o endividamento.

Fonte: Elaborado pelos autores (2014).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa foi realizada na mesorregião central do Estado do Rio Grande do Sul, com 1.856 indivíduos. O perfil dos respondentes é evidenciado na Tabela 1.

Tabela 1 – Perfil dos entrevistados segundo as variáveis gênero, estado civil, dependentes, idade, renda familiar e cartão de crédito.

Variáveis	Alternativas	Frequência	Percentual
Gênero	Masculino	794	42,78
	Feminino	1062	57,22
Estado civil	Casado	595	32,05
	Solteiro	1141	61,47
	Viúvo	31	1,67
	Separado	87	4,68
Dependentes	Não	1262	67,99
	Sim	593	31,95
Idade	Até 20 anos	487	26,23
	De 21 a 25 anos	470	25,32
	De 26 a 38 anos	456	24,56
	Mais de 38 anos	443	23,86
Renda Familiar	Até 1 salário mínimo	220	11,85
	Mais de 1 a 2 salários	348	18,75
	Mais de 2 a 3 salários	246	13,25
	Mais de 3 a 5 salários	467	25,16
	Mais de 5 a 10 salários	363	19,55
	Mais de 10 a 20 salários	154	8,29
	Mais de 20 salários	45	2,42
Cartão de Crédito	Não	680	36,63
	Sim	1176	63,36

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos resultados da Tabela 1, percebeu-se que a maioria dos respondentes pertence ao sexo feminino (57,22%), são solteiras (61,47%) e não possuem dependentes (67,99%). Quanto à idade, constatou-se que a amostra foi bem distribuída com a maior parcela dos respondentes apresentando menos de 20 anos (26,24%). Em relação à renda, 25,16% dos respondentes assinalaram uma renda mensal familiar entre 3 a 5 salários mínimos,

indicando um patamar mediano de renda, comprovado pelo baixo número de respondentes com renda de até 1 salário mínimo (11,85%) e renda superior a 10 salários mínimos (10,71%). Quanto à posse de cartão de crédito, a maioria (63,36%) dos entrevistados possuem no mínimo 1 cartão, o que ratifica a acelerada expansão no uso dessa ferramenta de crédito. A análise do cartão de crédito torna-se importante tendo em vista que cada vez

mais as pessoas têm utilizado esse meio de pagamento, de forma que o descontrole dos gastos pode levar a sérios problemas de endividamento, considerando que, no Brasil, as taxas de juros do cartão de crédito para pessoas físicas podem chegar a 16% ao mês (PROCON-SP, 2012).

Conhecido o perfil dos entrevistados, passou-se para a análise descritiva das variáveis componentes do fator materialismo e variável nível de endividamento, conforme as Tabela 2 e Tabela 3, respectivamente.

Tabela 2 – Estatísticas descritivas das variáveis componentes do fator materialismo

Variáveis	Média	Mediana	Desvio Padrão
Admiro pessoas que possuem casas, carros e roupas caras.	2,950	3,000	1,074
Gosto de gastar dinheiro com coisas caras.	2,329	2,000	1,042
Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.	2,862	3,000	1,129
Comprar coisas me dá muito prazer.	3,199	3,000	1,091
Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	3,287	3,000	1,081
Gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.	2,221	2,000	1,030
Gosto de muito luxo em minha vida.	2,216	2,000	1,060
Fico incomodado (a) quando não posso comprar tudo que quero.	2,708	3,000	1,111
Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.	1,760	2,000	0,839
Sou impulsivo (a) e compro coisas que não preciso.	2,185	2,000	1,124

Fonte: Dados da pesquisa.

De maneira geral, os respondentes apresentam um nível mediano de materialismo. Considerando que a escala variou de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) pontos, destaca-se que as maiores discordâncias dos respondentes foram em relação às variáveis “Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida” (média 1,760), e “Sou impulsivo (a) e compro coisas que não preciso” (média 2,185). Por outro lado, salienta-se que as questões com maior nível de concordância foram “Ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas” (média 3,287) e “Comprar coisas me dá muito prazer” (média 3,199). Sendo assim, pode-se afirmar que grande parte dos respondentes relatam que a compra de bens materiais não lhe garante satisfação, representando a não tendência

ao materialismo. Analisando o desvio-padrão, percebe-se certa homogeneidade de respostas se considerado o baixo valor encontrado para todos os casos, ou seja, os respondentes mostram-se com níveis moderados de materialismo.

Esse resultado é semelhante ao encontrado por Flores, Vieira e Coronel (2012), os quais entrevistaram 246 servidores públicos que se mostraram indiferentes quanto ao materialismo (média 3,00). Por outro lado, diferem dos achados na pesquisa de Santos e Souza (2013) que apontaram níveis expressivos de materialismo entre as 1.832 crianças e adolescentes investigadas em Santa Catarina.

Em seguida, busca-se identificar qual a situação dos indivíduos com relação a suas contas. A Tabela 3 apresenta os resultados.

Tabela 3 – Frequência e percentual da variável endividamento, com a classificação em quatro categorias

Categorias	Frequência	Percentual
Não possuo compromissos de crédito	191	10,6
Pago minhas contas sem qualquer dificuldade	876	48,7
Pago minhas contas com alguma dificuldade	648	36,0
Tenho contas em atraso	83	4,6
Total	1798	100,0

Fonte: Dados da pesquisa.

Ressalta-se a partir dos resultados apresentados na Tabela 3 que 89,3% das pessoas participantes da pesquisa possuem algum tipo de conta. Dos demais entrevistados, percebe-se que 10,6% não possuem nenhum tipo de conta ou compromisso de crédito, 48,7% conseguem cumprir com todos os compromissos financeiros sem quaisquer dificuldades, 36% dos entrevistados conseguem quitar suas dívidas, com alguma dificuldade e somente 4,6% não estão conseguindo pagar todas as contas. Tal achado demonstra que a maioria dos entrevistados possui dívidas, no entanto as mesmas estão sendo pagas em tempo hábil evidenciando a baixa propensão à inadimplência (95,3% dos respondentes cumprem com seus compromissos financeiros).

Resultados semelhantes são encontrados nas pesquisas de Brusky e Magalhães (2007), ao avaliar o endividamento dos metalúrgicos em São Paulo. Observaram que 5% dos entrevistados estão sobreendividados e 31% dos respondentes afirmam não ter dívidas. Trindade (2009) ratifica o baixo nível de endividamento da população da mesorregião central do Rio Grande do Sul. Investigando 2.500 mulheres, a autora concluiu que 66,1% das entrevistadas declaram não estar em atraso com nenhuma de suas dívidas, representando uma baixa propensão ao endividamento.

Conhecido o perfil dos entrevistados e o seu comportamento em relação ao fator materialismo e a variável endividamento passou-se à construção dos fatores relativos ao materialismo por meio de uma Análise Fatorial Exploratória (AFE). Inicialmente, para verificar a adequação da utilização da AFE aplicaram-se os testes *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) e de esferecidade de *Bartlett*. Os resultados apresentados foram satisfatórios, sendo que o KMO exibiu um coeficiente de 0,806 e o teste de esferecidade de *Bartlett* foi significativo (valor 3.742,4767; sig 0,000) indicando a fatorabilidade dos dados.

Identificando a adequação da análise fatorial, partiu-se para a análise das comunalidades extraídas apresentadas para cada uma das questões. Três variáveis foram retiradas sucessivamente por não apresentar o valor mínimo exigido. “Eu admiro pessoas que possuem casa, carros, e roupas caras” (0,354), “Sou impulsivo(a) e compro coisas que não preciso” (0,402) e “Fico incomodado(a) quando não posso comprar tudo que quero” (0,420), Posteriormente na etapa de extração dos fatores utilizaram-se os critérios dos autovalores maiores que 1,0 e a porcentagem da variância explicada. Assim, foram obtidos dois fatores conforme apresentado na Tabela 4.

Tabela 4 – Autovalores, variância explicada e Alfa de Cronbach dos fatores resultantes da Análise Fatorial Exploratória

Componentes	Autovalores	Variância Explicada		Alfa de Cronbach
		Percentual	Acumulada	
1	3,216	45,944	45,944	0,763
2	1,097	15,669	61,613	0,723

Fonte: Dados da pesquisa.

Os fatores alcançaram uma variância acumulada de 61,61%, sendo que o primeiro fator formado representa 45,94% da variância acumulada e o segundo 15,66%. Ao testar a confiabilidade das escalas através do *Alfa de Cronbach*, identificou-se que os valores são satisfatórios, ou seja, são superiores a 0,7. Utilizando o critério de rotação *Varimax* obteve-se a composição dos fatores apresentados na Tabela 5

Tabela 5 – Carga fatorial dos dois fatores estimados.

Variáveis	Carga Fatorial
Fator 1 – Centralidade e Sucesso	
15 - Eu gosto de muito luxo em minha vida.	0,772
17 - Gastar muito dinheiro está entre as coisas mais importantes da vida.	0,742
14 - Eu gosto de possuir coisas que impressionam as pessoas.	0,726
10 - Eu gosto de gastar dinheiro com coisas caras.	0,698
Fator 2 – Felicidade	
13 - Eu ficaria muito mais feliz se pudesse comprar mais coisas.	0,860
11 - Minha vida seria muito melhor se eu tivesse muitas coisas que não tenho.	0,736
12 - Comprar coisas me dá muito prazer.	0,730

Fonte: Dados da pesquisa.

O primeiro fator nomeado “Centralidade e Sucesso” é composto por 4 variáveis, as quais abordam aspectos inerentes a condições de vida mais luxuosa, com níveis de consumo mais elevado e sentimento de que a boa condição financeira impressiona as pessoas. O segundo fator relaciona-se ao sentimento de felicidade empregado pelas pessoas na possibilidade de comprar mais coisas e ter melhores condições financeiras. Sendo assim, o fator é denominado “Felicidade” e é constituído por 3 variáveis. Essa composição é distinta da utilizada varias outras pesquisas (RICHINS; DAWSON, 1992; MOURA, 2005; GARCIA, 2009; BOCHA; NETO; SANTOS, 2012), nas quais o materialismo

é investigado com base em três domínios separadamente, Centralidade, Sucesso e Felicidade. No presente estudo, com a concretização da AFE os fatores Centralidade e Sucesso foram agrupados em um único construto.

Posteriormente a formação dos fatores, buscou-se verificar a media, mediana e desvio padrão destes. Para a formação dos fatores, utilizou-se a média das respostas de cada entrevistado das variáveis formadoras do fator. Por exemplo, o fator “Felicidade” foi computado pela média das respostas das questões 13, 11 e 12 de cada entrevistado. A Tabela 6 apresenta os resultados alcançados.

Tabela 6 – Média, mediana e desvio-padrão dos fatores

Fatores	Média	Mediana	Desvio Padrão
Centralidade e sucesso	2,13	2,00	0,76
Felicidade	3,11	3,33	0,88

Fonte: Dados da pesquisa.

Os respondentes associam de maneira moderada o fator felicidade ao consumo (média 3,116 e mediana 3,33), elucidando que eles não relacionam fortemente o sentimento de felicidade com a possibilidade de possuir mais coisas. Esses resultados são congruentes com os achados de Leite et al. (2012), todavia diferem dos achados de Santos e Souza (2013) que relataram uma associação entre o consumo e a felicidade.

A média do fator centralidade e sucesso foi considerada baixa (2,121), mostrando que os respondentes não relacionam a centralidade e o sucesso ao luxo e ao consumo elevado, ou seja, eles discordam que a aquisição de bem materiais seja um processo central em suas vidas. Dessa forma, pode-se concluir, de acordo com o conceito desenvolvido por Richins (2004) apud Garoarsdóttir e Dittmar (2012) que os entrevistados não demonstraram ser materialistas, uma vez que não associam o consumo à felicidade e não o visualizam como algo central em suas vidas e determinante para o sucesso.

Para compreender a relação das variáveis socioeconômicas nos fatores utilizou-se o Teste *Wilcoxon Mann Whitney* para amostras

independentes (variáveis com dois grupos - 1) e a análise de variância - *Kruskal Wallis* (variáveis com mais de dois grupos - 2). Para a formação dos grupos a serem testados foram consideradas todas as variáveis socioeconômicas que descreviam o perfil dos entrevistados no questionário. Com isso, o estudo analisou seis variáveis: idade, gênero, estado civil, dependentes, renda familiar e utilização do cartão de crédito, como pode ser visto na Tabela 7.

Tabela 6 – Testes de diferença dos fatores Centralidade e sucesso e Felicidade e da variável Endividamento

Variáveis	Centralidade e sucesso		Felicidade		Endividamento	
	Valor do teste	Sig.	Valor do teste	Sig.	Valor do teste	Sig.
Gênero (1)	-4,641	0,000	-0,630	0,529	-2,601	0,009
Idade (2)	75,370	0,000	37,786	0,000	79,959	0,000
Estado Civil (2)	1,469	0,000	17,024	0,001	75,558	0,000
Dependentes (1)	-7,484	0,000	-2,485	0,013	-9,468	0,000
Renda Familiar (2)	40,708	0,000	14,970	0,020	66,942	0,000
Cartão de Crédito (1)	-1,569	0,117	-1,416	0,157	-4,530	0,000

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando os resultados do fator Centralidade e sucesso, percebe-se que existe diferença para as variáveis gênero, idade, estado civil, dependentes e renda familiar. Quanto ao gênero, nota-se que os homens discordam menos que os bens materiais são centrais na vida e são indicativos de sucesso do que as mulheres com uma mediana de 2,25, podendo referir-se às preferências de compras, pois na maioria das vezes os homens investem em bens de alto valor agregado, como automóveis e imóveis. Esse resultado é semelhante ao de Grave (2008) que diz serem os homens os que relacionam mais o sucesso com os bens materiais. Todavia o mesmo autor revela que a posse e aquisição de bens materiais ocupa uma posição mais central na vida das mulheres do que dos homens. Analisando a idade, verificou-se que os indivíduos mais jovens (até 20 anos) apresentaram o maior resultado (mediana 2,25), ou seja, se comparados aos demais, os jovens também discordam menos da importância dos bens materiais, resultado distinto do encontrado por Santos e Souza (2013) que demonstra pessoas mais velhas como as que mais relacionam o sentimento de centralidade e sucesso ao consumo.

Ao avaliar o estado civil, percebe-se que os solteiros discordaram menos das questões materialistas que os demais, obtendo a maior mediana (2,25), seguidos dos indivíduos separados (mediana 2,00). Verificou-se também diferenças significativas entre os indivíduos que possuem e os que não possuem dependentes, sendo que

os entrevistados que não possuem dependentes foram os que apresentaram maior mediana (2,25), provavelmente como não possuem filhos investem mais em materiais (Nogueira, 2009). Por fim, observou-se que os indivíduos com maior renda familiar (mais de 20 salários mínimos), da mesma forma, foram os que aparentaram concordar um pouco mais com as questões do fator (2,75), porém ainda não demonstraram serem materialistas.

Para o fator Felicidade foram constatadas diferenças de mediana para as variáveis estado civil, idade, dependentes e renda familiar. Com relação ao estado civil, os solteiros se destacaram (3,33) como os mais felizes ao adquirir bens materiais, seguidos dos separados (3,33) e dos casados (3,00). Já quanto à idade, conclui-se que os respondentes mais jovens (até 20 anos) foram os que apresentaram maiores medianas (3,33), demonstrando que quanto mais jovem, maior é a associação entre bens materiais e felicidade, tal fato pode ser explicado por esses indivíduos serem mais imaturos e não perceberem a relevância dos bens não materiais na vida. Considerando os dependentes, os indivíduos que não os possuem foram os que demonstraram medianas mais elevadas (3,33). E, ainda, percebe-se que os indivíduos com renda familiar maior que vinte salários mínimos e de um a três salários são os que mais associam o sentimento de felicidade com a possibilidade de possuir mais coisas. Contrária a essas evidências está às conclusões de Grave (2008), o qual revelou que a felicidade associada ao dinheiro

é superior com o aumento idade, o número de filhos e com a diminuição da percepção do rendimento mensal.

Tendo em vista a variável Endividamento, observaram-se diferenças significativas quanto à gênero, idade, estado civil, dependentes, renda familiar e cartão de crédito. Em relação ao gênero destaca-se que os homens possuem maior mediana (2,38), sendo estes os mais propensos a níveis mais elevados de inadimplência, confirmando assim, os resultados do estudo de Wang, Lu e Malhotra (2011). Quanto à idade, verificou-se que as pessoas com mais de 38 anos apresentam-se mais endividadas, possuindo os maiores resultados (mediana 3,00), tendo conseqüentemente maior nível de endividamento, esse resultado é ratificado pelos achados de Keese (2010) que evidenciam que os jovens tendem a perceber o peso da dívida significativamente mais baixo, enquanto que os com idade superior são mais propensos a encargos maiores.

Na sequência, constatou-se que existe diferença significativa conforme o estado civil, sendo que a maior mediana foi atribuída aos viúvos e separados (3,00). Esse resultado é distinto do de Gathergood (2011) que exhibe os solteiros como mais propensos ao endividamento. Levando em consideração os dependentes, os respondentes que os possuem apresentam maior propensão à inadimplência (3,00) ratificando os achados de Keese (2010) e Silva (2011). Considerando a renda familiar, notou-se que os respondentes com menor faixa salarial (de um a 2 salários) apresentaram maior propensão à inadimplência (3,00), resultado congruente com os de Zerrenner (2007). Além disso, tendo em vista a utilização do cartão de crédito, ressalta-se que a posse de cartão de crédito torna as pessoas mais propensas ao endividamento (2,40) ratificando o estudo de Oliveira (2011) e da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2014).

Para verificar a existência de relação entre as dimensões dos fatores de materialismo e a variável endividamento, calculou-se o coeficiente de Correlação de *Spearman*. Inicialmente evidencia-se que não existem correlações negativas, ou seja, não são apresentadas relações contrárias entre os aspectos analisados. A maior associação é encontrada entre fatores relativos ao Materialismo, Centralidade e sucesso e a Felicidade com uma correlação de 0,493 (sig. 0,000) a qual se caracteriza

como moderada (PESTANA; GAGEIRO, 2003). Ao investigar a relação da variável endividamento com os fatores do materialismo, observou-se que o fator felicidade mantém uma fraca correlação positiva 0,097 (sig. 0,000), indicando que quanto mais o indivíduo visualizar a posse de bens materiais como fonte de felicidade, maior tende a ser seu nível de endividamento. Segundo Dittmar (2005), o consumo está associado aos sentimentos de bem-estar e felicidade, estimulando, dessa forma, as pessoas a serem mais materialistas e, conseqüentemente, a comprarem mais e tornarem-se mais endividadas. Porém, neste estudo verificou-se que os respondentes não associaram dívida com sucesso.

Por fim, realizaram-se testes de diferença de mediana entre os fatores de materialismo e a variável endividamento. Comprova-se que apenas o fator felicidade apresenta diferenças significativas quando relacionados ao nível de endividamento. Indivíduos que não conseguem cumprir com seus compromissos no prazo estabelecido (mediana 3,38) são os que mais associam a possibilidade de comprar mais coisas e ter melhores condições financeiras ao sentimento de felicidade. Tal situação pode ser explicada, segundo Burroughs e Rindfleisch (2002), pela evolução do consumo, visto como um meio culturalmente aceito para se buscar felicidade. Dessa forma as pessoas elevam seus níveis de consumo em busca de sentimentos de prazer mesmo que não tenham condições financeiras adequadas para tal atitude e acabam endividando-se mais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um cenário de crescente consumo e facilidade de obtenção de crédito, o endividamento é fator crítico para os indivíduos que não conseguem planejar adequadamente seus gastos ou acabam adquirindo bens materiais excessivamente. Diante dessa situação, buscou-se identificar a relação existente entre o comportamento materialista e o nível de endividamento apresentado pelos indivíduos e analisar a diferença de mediana das variáveis socioeconômicas para ambos os componentes.

De maneira geral os achados neste estudo são muito satisfatórios, pois se constatou, inicialmente, que os entrevistados não possuem tendência ao materialismo. Além disso, 95,3% dos respondentes, mesmo com algum tipo de dificuldade, cumprem seus compromissos financeiros, no prazo pré-estabelecido,

indicando baixa propensão ao endividamento. Essas duas conclusões são de suma importância, pois permite constatar que os entrevistados apresentam baixos níveis de endividamento e comportamento materialista. Quando investigada a média dos fatores indicados pela Análise Fatorial Exploratória os resultados indicam que os entrevistados não associam o consumo a centralidade e ao sucesso e são indiferentes em relação à felicidade no ato da compra, ratificando o baixo materialismo dos respondentes.

Partindo desse contexto mais amplo, testaram-se as diferenças de mediana entre as variáveis socioeconômicas e os aspectos investigados. Considerando os resultados do fator Centralidade e sucesso, percebe-se que os homens, mais jovens (até 25 anos), solteiros, que não possuem dependentes e que encontra-se com renda familiar maior que vinte salários mínimos foram os que se revelaram mais materialistas. As diferenças significativas entre o fator Felicidade demonstraram que os respondentes mais jovens (até 25 anos), solteiros ou separados, que não possuem dependentes e que a renda familiar é maior que vinte salários mínimos ou inferior a três salários são os que mais associam o sentimento de felicidade com a possibilidade de possuir mais coisas. Esse perfil identifica, teoricamente, indivíduos menos maduros e que por isso sentem-se mais deslumbrados com a aquisição de diferentes produtos.

Por meio dessa análise pode-se identificar grupos específicos mais vulneráveis ao comportamento materialista e ao endividamento, servindo assim

de subsídios para instituições públicas e privadas desenvolverem programas ou estratégias de orientação financeira voltadas para esses grupos. Esse resultado também se faz válido a sociedade, que por meio das características aqui explanadas podem passar a refletir sobre a maneira de agir diante do consumo, evitando o acúmulo de dívidas incontroláveis, principalmente para são mulheres, com mais de 38 anos, separadas ou viúvas e com renda mensal de até três salários mínimos, que se mostraram mais suscetíveis ao endividamento.

Como última contribuição, este estudo revelou uma correlação positiva entre o fator felicidade e a variável endividamento, mostrando que as pessoas que associam elevados níveis de consumo à felicidade são mais propensas a endividarem-se. Ratificando esse resultado, percebe-se que existe diferença significativa entre o fator felicidade e a variável endividamento. Sendo assim, conjectura-se que a associação do consumo a felicidade é mais relevante para o acúmulo de dívidas do que a o sentimento de centralidade e sucesso.

Para pesquisas futuras, sugere-se que sejam investigadas as questões de materialismo e de endividamento em outras mesorregiões do Rio Grande do Sul, oportunizando a realização de comparativos entre os resultados. Em relação às limitações do estudo, discute-se o tamanho amostral. Embora tenha sido entrevistado um bom número de indivíduos, a amostra não é estatisticamente representativa, impedindo a generalização dos resultados para todo o estado Rio Grande do Sul.

REFERÊNCIAS

- ANDERLONI, L. VANDONE, D. Risk of overindebtedness and behavioural factors. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <<http://papers.ssrn.com/sol3/results.cfm?npage=2&>>. Acesso em: 27 abr. 2013.
- BOCHA, M. L.; NETO, C. F.; SANTOS J. F. Cultura do consumo e materialismo na baixa renda de São Paulo – Capital. **Extraprensa** (USP), v. 6, n.11, p.31-37, 2012.
- BRICKER, J.; KENNICKELL, A. B.; MOORE, K. B.; SABELHAUS, J. Changes in U.S. family finances from 2007 to 2010: evidence from the Survey of Consumer Finances. **Federal Reserve Bulletin**, v. 98, n. 2, p. 1-80, 2012.
- BRUSKY, B.; MAGALHÃES, R. Assessing indebtedness: results from pilot survey among steelworkers in Sao Paulo. In: **International Labour Office**, 2006. Disponível em: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/publication/>. Acesso em: 24 mar. 2013.
- BURROUGHS, J. E.; RINDFLEISCH, A. Materialism and well-being: a conflicting values perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 29, n. 3, p. 348-370, 2002.
- CARVALHO, A. A.; ALVES, J. E. D. As relações entre o consumo das famílias brasileiras, ciclo de vida e gênero. In: XVII Encontro Nacional de Estudos Populacionais, ABEP, Caxambú. **Anais...** Caxambú, 2010.
- CATARINA, G. M. F. S. **Aspectos influenciadores de compras planejadas e não planejadas: uma análise com cluster e regressão logística 2009**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009.
- CLAUDINO, L. P.; NUNES, M. B.; SILVA, F. C. Finanças pessoais: um estudo de caso com servidores públicos. In: XII Seminários em Administração. **Anais...** São Paulo, 2009.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Pesquisa Nacional CNC: Endividamento e Inadimplência, 2011**. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/>>. Acesso em: 07 mai. 2013.
- _____. **Percentual de famílias com dívidas recua em fevereiro de 2014**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_fevereiro_2014.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2014.
- CORRAR, L. J., PAULO, E. e DIAS FILHO, J M. **Análise Multivariada: para os cursos de Administração, Ciências Contábeis e Economia**. FIPECAFI – Fundação Instituto de pesquisas contábeis, atuariais e financeiras. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DISNEY, R.; GATHERGOOD, J. Financial literacy and indebtedness: new evidence for UK consumers. In: **Econ Papers**, 2011. Disponível em: <http://econpapers.repec.org/paper/notnotcfc/11_2f05.htm> Acesso em: 09 mai. 2013.
- DITTMAR, H. A new look at “Compulsive Buying”: self-discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. **Journal of Social and Clinical Psychology**, v. 24, n. 6, p. 832-859, 2005.
- FERREIRA. R. **Como planejar, organizar e controlar seu dinheiro**. Thomson IOB. São Paulo: 2006.
- FOURNIER, S. RICHINS, M. Some theoretical and popular notions concerning materialism. **Journal of Social Behavior and Personality**, v. 6, p. 403–414, 1991.
- FRADE, C.; LOPES, C.; JESUS, F.; FERREIRA, T. **Um perfil dos sobre-endividados em Portugal**. Centro de Estudos Sociais. Faculdade de Economia de Coimbra. Portugal, 2008.
- GARCIA, P. A. O. **Escala brasileira de valores materiais – EBVM: Elaboração e validação de uma escala para materialismo como valor de consumo**. 2009. Dissertação (Mestrado em psicologia social, do trabalho e das organizações) Universidade de Brasília, Brasília 2009.

- GARÐARSDÓTTIR, R. B.; DITTMAR, H. The relationship of materialism to debt and financial well-being: the case of Iceland's perceived prosperity. **Journal of Economic Psychology**, v. 33, n. 6, p. 471-481, 2012.
- GATHERGOOD, J. Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. In: **Social Science Research Network**, 2011. Disponível em: < http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1873369>. Acesso em: 09 mai. 2013.
- GRAVE, M. R. V. **Satisfação com a vida e materialismo: idosos e idosas pobres a viver sós**. 2008. Dissertação (Mestre em Gerontologia) - Universidade de Aveiro, Portugal, 2008.
- HAIR, J. F. et al. **Análise Multivariada**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
- KEESE, M. Who feels constrained by high debt burdens? – Subjective vs. objective measures of household indebtedness. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1592417>. Acesso em: 08 mar. 2013.
- KEESE, M.; SCHMITZ, H. Broke, ill and obese: the effect of household debt on health. In: **Social Science Research Network**, 2010. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1750216>Acesso em: 30 abr. 2013.
- KILBOURNE, W.E.; LAFORGE, M.C. Materialism and its relationship to individual values. **Psychology & Marketing**, v. 27, n. 28, p. 780-798, 2010.
- LEITE, P. L.; RANGÉ, B. P.; RIBAS, R. C. Jr.; FILOMENSKY, T. Z.; OLIVEIRA E SILVA, A. C. Tradução e adaptação semântica da Compulsive Buying Scale para o português brasileiro. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 60, n. 3, p. 176-181, 2011.
- LIMBU, Y, B. HUHMAN, B. A.; XU, B. Are college students at greater risk of credit card abuse? Age, gender, materialism and parental influence on consumer response to credit cards. **Journal of Financial Services Marketing**, v. 17, p.148-162, 2012.
- LUCENA, W. G. L.; MARINHO, R. A. L. Competências financeiras: uma análise das decisões financeiras dos discentes no tocante as finanças pessoais. In: XVI Seminários em Administração, 2013, São Paulo. **Anais...** São Paulo: XVI SEMEAD FEA-USP, 2013.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- MENDES-DA-SILVA, W. M.; NAKAMURA, W. T.; DE MORAES, D. C. Credit Card Risk Behavior on College Campuses: Evidence from Brazil. **Brazilian Administration Review**, v. 9, n. 3, p. 351-373, 2012.
- MOURA, A. G. **Impacto dos diferentes níveis de materialismo na atitude ao endividamento e no nível de dívida para financiamento do consumo nas famílias de baixa renda do município de São Paulo**. 2005. Dissertação (Mestrado Escola de Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.
- NICACIO S. B. C. **Alfabetização econômica, hábitos de consumo e atitudes em direção do endividamento de estudantes de pedagogia**. 2008. 332 f. Tese de Doutorado (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2008.
- MULLER, K. O. **Sociedade de consumo e cultura do endividamento: estudo de caso sobre compradores compulsivos em Porto Alegre, RS**. Trabalho de conclusão de curso Bacharel em ciências sociais Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2010
- NOGUEIRA, R. C. G. **Finanças comportamentais: diferenças na tolerância de risco entre cônjuges – replicando uma pesquisa e propondo alternativas complementares**. 2009. 80 p. Dissertação (Mestrado de Administração) - Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2009.

- OBSERVATÓRIO DO ENDIVIDAMENTO DOS CONSUMIDORES. **Endividamento e sobre-endividamento das famílias: conceitos e estatísticas para sua avaliação**. Centro de Estudos Sociais da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2002.
- OLIVEIRA, F. E. M. **Perfil de endividamento do consumidor de São Luis no Maranhão**. Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste, 2011. Disponível em: <http://www.fcdlma.com.br/pesquisa_perfi_maio_2011.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2013.
- PARKER, R. S.; HAYTKO, D.; HERMANS, C. The perception of materialism in a global market: a comparison of younger Chinese and United States consumers. **Journal of Business and Cultural Studies**, v.3, p. 1-13, 2009.
- PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para Ciências Sociais: a complementaridade do SPSS**. 5.ed, Lisboa: Edições Sílabo, 2008.
- PIROG, S. F.; ROBERTS, J. A. Personality and credit card misuse among college students: the mediating role of impulsiveness. **Journal of Marketing Theory and Practice**, v. 15, n. 1, p. 65-77, 2007.
- PLAGNOL, A. C. Financial satisfaction over the life course: the influence of assets and liabilities. **Journal of Economic Psychology**, v. 32, n. 1, p. 45-64, 2011.
- PONCHIO, C. M.; MARTINHS, C. G.; VIEIRA, C. B. M.; MENEZES, D. Fatores determinantes da propensão ao consumo de cirurgias plásticas estéticas. **REMark - Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 44-63, 2013.
- PONCHIO, M. C. **The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of Sao Paulo**. 2006.175 f. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2006.
- PONCHIO, M.C.; ARANHA, F. Materialism as a predictor variable of low income consumer behavior when entering into installment plan agreements. **Journal of Consumer Behaviour**. v. 7, p. 21-34, 2008.
- PROCON SP. **Tabela de captação das taxas de juros para pessoa física Praticadas pelas instituições financeiras**. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br/pdf/acs%20pesquisa%20de%20redu%C3%A7%C3%A3o%20de%20juros%20maio%20planilha%20taxas%202012.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.
- REIFNER, U. et al. **Overinde btedness in European consumer law**. Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2010.
- RICHINS, M. L. The material values scale: measurement properties and development of a short form. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 1, p. 209-219, 2004.
- RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A Consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. **Journal of Consumer Research**, v. 19, n. 3, p. 303-316, 1999.
- RICHINS, M. L.; DAWSON, S. A consumer values orientation for materialism and its measurement: scale development and validation. **Journal of Consumer Research**, v. 19, n. 3, p. 303-316, 1992.
- RICHINS, M. L.; Materialism, transformation expectations, and spending: implications for credit use. **Journal of Public Policy & Marketing**, v. 30, n. 2, p. 141-156, 2011.
- ROBERTS, J.A.; MANOLIS, C.; TANNER JR, J.F.J. Family structure, materialism, and compulsive buying: a reinquiry and extension. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 31, n. 3, p. 300-311, 2003.
- RUBERTO, I. V.G.; VIEIRA, K. M.; FILHO, R. B.; SILVEIRA, V. G. A influência dos fatores macroeconômicos sobre o endividamento das famílias brasileiras no período 2005 – 2012. **Revista Estudos do CEPE**, v.37, p.58-77, 2013
- SANTOS, C. P.; FERNANDES, D. V. D. H. A socialização de consumo e a formação do materialismo entre

- os adolescentes. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 1. p. 169-203, 2011.
- SANTOS, T.; SOUZA, M. J. B. Materialismo entre Crianças e Adolescentes: o Comportamento do Consumidor Infantil de Santa Catarina. **Rgo Revista Gestão Organizacional**, v. 6, n. 1, p. 45-58, 2013.
- SIEGEL, S.; CASTELLAN Jr., N. J. **Estatística não-paramétrica para ciências do comportamento**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006
- SILVA, P. R. **Psicologia do risco de crédito: análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de credit scoring**. 244f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, 2011.
- SLOMP, J.Z.F. Endividamento e consumo. **Revista Relações de Consumo**. n.108/2007. p. 109-131, 2008.
- SISTEMA DO IBGE DE RECUPERAÇÃO AUTÔMATICA (SIDRA). 2014. Disponível em: <<http://www.sidra.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 10 abr. 2014.
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC) E INSTITUTO DE ECONOMIA GASTÃO VIDIGAL (IEGV). 2013. **Pesquisa de inadimplência**. Disponível em: <<http://www.acsp.com.br/indicadores/indicadores.html>>. Acesso em: 25 abr. 2013.
- TRINDADE, L.L. **Determinantes da Propensão ao Endividamento: um Estudo nas Mulheres da Messoregião Centro Ocidental Rio-Grandense**. Dissertação de Mestrado 101f. Universidade Federal de Santa Maria. Programa de Pós Graduação em Administração, Santa Maria, 2009.
- TRINDADE L. L.; RIGHI, M. B.; VIEIRA K. M. De onde vem o endividamento feminino? Construção e Validação de um modelo pls-pm. **Revista Eletrônica de Administração**, v. 73, n. 3, p. 718-746, 2012.
- WANG, L. B.; WEI LU, A.; MALHOTRA, N.; K. Demographics, attitude, personality and credit card features correlate with credit card debt: a view from China. **Journal of Economic Psychology**, v.32, n. 1, p. 179-193, 2011.
- WORTHY, S. L.; JONKMAN, J.; BLINN-PIKE, L. Sensation-seeking, risk-taking, and problematic financial behaviors of college students. **Journal of Family and Economic Issues**, v. 31, n. 2, p. 161-170, 2010.
- ZERRENNER, S. A. **Estudo sobre as razões para a população de baixa renda**. 200757f. Dissertação (Mestre em Ciências Administrativas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.